

„Gemeinsam stark“ – BGHW-Kampagne zur Stärkung der Selbstverwaltung

Key Facts

- Aufgabe: Aufklärung über die Vorteile der Selbstverwaltung und Gewinnung neuer Ehrenamtlicher
- Herausforderung: Selbstverwaltung klingt bürokratisch, die Tätigkeiten sollen deshalb emotional aufgeladen und der Mehrwert für die Gesellschaft kommuniziert werden
- Die Kommunikationsstrategie der BGHW ist mehrdimensional, sie spricht verschiedene Zielgruppen an und ist auf unterschiedlichen Kanälen präsent

Autor

➔ Karl-Josef Thielen

Die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW) will mit der Kampagne „Gemeinsam stark“ die Selbstverwaltung stärken. Diese Kampagne soll die Bedeutung des Ehrenamtes verdeutlichen und neue Mitglieder ansprechen. Der Fokus liegt auf Aufklärung, Recruiting und Emotionalisierung, die Vorteile der Selbstverwaltung sollen für alle Beteiligten sichtbar werden.

Die Selbstverwaltung ist das Herzstück der gesetzlichen Unfallversicherung und zeichnet sich durch ihr demokratisches Prinzip aus. Sie ermöglicht es Arbeitgebenden und Versicherten, gemeinsam über grundlegende Fragen zu entscheiden – sei es bei der Gestaltung von Satzungen, der Festlegung von Gefahrтарifen oder der Einführung von Unfallverhütungsvorschriften. Dabei wird nicht nur der Praxisbezug der Maßnahmen gewährleistet, sondern auch ein hohes Maß an Transparenz und Mitgestaltung gesichert. Dies ist besonders relevant in einer zunehmend komplexen Arbeitswelt, in der die Interessen von Beschäftigten und Arbeitgebenden gleichermaßen berücksichtigt werden müssen.

Doch diese Struktur ist nur durch das Engagement ehrenamtlicher Mitglieder funktionsfähig. Arbeitgebende und Beschäftigte stellen freiwillig ihre Zeit und ihr Wissen zur Verfügung, um die Arbeit der BGHW mitzugestalten und zu kontrollieren. Ihre Mitwirkung ist nicht nur ein Zeichen für ge-

lebte Demokratie, sondern auch ein Garant für die Praxishöhe der Beschlüsse. Ohne diese Unterstützung, ohne dieses freiwillige Engagement wäre die Selbstverwaltung der BGHW handlungsunfähig – ein Zustand, den es zu verhindern gilt.

Die Herausforderung

Die Kampagne „Gemeinsam stark“ wurde im Jahr 2022 ins Leben gerufen, um zwei zentrale Herausforderungen zu bewältigen: einerseits die generelle Aufklärung über die Selbstverwaltung und deren Vorteile, andererseits die Gewinnung neuer Ehrenamtlicher. Und dies in einer Zeit, in der freiwilliges Engagement in vielen Bereichen der Gesellschaft zurückgeht.

Die BGHW sieht sich somit in einem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit und das Interesse potenzieller ehrenamtlich Tätiger. Während andere Aufgaben wie die der freiwilligen Feuerwehr oder die Arbeit mit Kindern unmittelbare Dankbarkeit und soziale Bestätigung bieten, sind die Ergebnisse in

der Selbstverwaltung eines Unfallversicherungsträgers oft abstrakter und langfristiger Natur. Die Herausforderung besteht deshalb darin, diese Tätigkeiten emotional aufzuladen und den Mehrwert für die Gesellschaft klar zu kommunizieren.

Die Kampagne verfolgt somit zwei Hauptziele:

1. **Aufklärung:** Die Selbstverwaltung wird als zentrales Prinzip der BGHW in den Fokus gerückt, um deren gesellschaftlichen und betrieblichen Nutzen zu verdeutlichen. Dabei sollen nicht nur die Struktur und Wirkmechanismen erklärt, sondern auch die Werte, die dahinterstehen, betont werden.
2. **Recruiting:** Um die langfristige Funktionsfähigkeit der Selbstverwaltung zu gewährleisten, sollen neue Mitglieder gewonnen werden. Hierbei liegt der Fokus auf einer zielgruppenspezifischen Ansprache, die sowohl Arbeitgebende als auch Beschäftigte erreicht.

Quelle: <https://hundertprozent.bghw.de/selbstverwaltung-ehrenamt-engagement>



Ein Motiv aus der Videowerbung der BGHW-Kampagne „Gemeinsam stark“.

Die Kommunikationsstrategie

Die BGHW setzt auf eine mehrdimensionale Kommunikationsstrategie, die verschiedene Zielgruppen anspricht und auf unterschiedlichen Kanälen präsent ist. Die Hauptmaßnahmen umfassen:

- **Permanente Aufklärung:** Über Kanäle wie Print- und E-Magazine, Newsletter und soziale Medien werden kontinuierlich Inhalte zur Selbstverwaltung veröffentlicht.
- **Zielgruppenspezifische Recruiting-Webseiten:** Zwei speziell entwickelte Webseiten – eine für Arbeitnehmende und eine für Arbeitgebende – bieten Informationen über die Arbeit der Selbstverwaltung und ermöglichen eine unkomplizierte Kontaktaufnahme.
- **Visuelle und narrative Ansätze:** Authentische Testimonials und emotionale Bildwelten verdeutlichen die persönliche Relevanz und den gesellschaftlichen Mehrwert der Selbstverwaltung.

Bei der strategischen Analyse der anzusprechenden Zielgruppen entwickelte die BGHW eine fiktionale Typisierung von infrage kommenden Menschen, deren Lebenssituationen und Motive zu einer Mitwirkung in der Selbstverwaltung führen könnten. Zu diesen sogenannten Personas gehören:

- **Der Profilerer:** Eine ambitionierte, karriereorientierte Person, die nach Anerkennung und Prestige sucht.
- **Die Neugierige:** Eine wissensdurstige Person, die gesellschaftliche Zusammenhänge verstehen möchte.
- **Der ideelle Gestalter:** Eine erfahrene Führungspersönlichkeit, die durch ihr Engagement aktiv zur Verbesserung der Arbeitswelt beitragen möchte.

Durch diese typisierten Ansätze gelingt es der BGHW, die Ansprache präzise auf die Bedürfnisse und Motivationen der potenziellen Ehrenamtlichen abzustimmen.

Leitmotiv und emotionale Ansprache

Das Leitmotiv „Gemeinsam stark“ spiegelt die Essenz der Selbstverwaltung wider. Es verdeutlicht, dass nur durch die Zusammenarbeit von Arbeitgebenden und Beschäftigten nachhaltige Lösungen für die Arbeitswelt geschaffen werden können. Die Umsetzung erfolgt über flexible, facettenreiche Formate, die sowohl Einzelpersonen als auch Teams ins Zentrum stellen.

Slogans wie „Ich mache mich dafür stark, dass ...“ oder „Wir machen uns dafür stark, dass ...“ bieten eine emotionale und persönliche Ansprache, die die individuellen Beiträge der Ehrenamtlichen betont.

Durch Storytelling und persönliche Erfolgsgeschichten wird verdeutlicht, wie ehrenamtliches Engagement sowohl die Arbeitswelt als auch das persönliche Leben bereichert. Dabei wird der langfristige Nutzen betont: Ehrenamtliche in der Selbstverwaltung tragen nicht nur zu einem sicheren Arbeitsumfeld bei, sondern entwickeln auch ihre persönlichen und beruflichen Kompetenzen weiter.

Ein Blick in die Zukunft

Die Kampagne „Gemeinsam stark“ wurde im Jahr 2022 und somit ein Jahr vor den Sozialwahlen gestartet. Auch wenn die Ursprungsidee für das Anwerben neuer Mitglieder stand, ist die Kampagne mehr als nur eine Recruiting-Initiative. Sie ist ein Plädoyer für gesellschaftliche Verantwortung und gelebte Demokratie. Die Selbstverwaltung wird sichtbar, nahbar und bezieht klar Stellung zu ihren Motiven für das ehrenamtliche Engagement bei der BGHW. Sie zeigt, dass die Selbstverwaltung ein einzigartiges System ist, das es ermöglicht, die Arbeitswelt aktiv mitzugestalten. Ob die Kampagne Wirkung erzielen konnte, wird man spätestens bei den nächsten Sozialwahlen im Jahr 2029 sehen.

Mit ihrer klaren Botschaft und zielgerichteten Ansprache bietet die Kampagne in jedem Fall eine Blaupause dafür, wie Engagement und Zusammenarbeit die Basis für eine sichere und gerechte Arbeitswelt schaffen können. ↩

Weiterführende Webseitenlinks:

1. ➔ [BGHW: „Gemeinsam stark“](#)
2. [BGHW: „Gemeinsam stark“ für Arbeitgebende](#)
3. [BGHW: „Gemeinsam stark“ für Arbeitnehmende](#)
4. ➔ [Ehrenamt in der Selbstverwaltung der BGHW](#) (Beispiel aus dem E-Magazin „Hundert Prozent“ der BGHW)