

Twittern für den Betriebsrat

Interview mit einem zwitschernden Betriebsratsvorsitzenden

Ute Demuth, IKT-Dozentin, Beraterin und Autorin



Twitter wird immer populärer, bei den deutschsprachigen Usern konnte der Kurznachrichtendienst im vergangenen Jahr deutlich zulegen. Auch einige Betriebsräte haben Twitter für sich entdeckt. Wie bei allen Äußerungen im weltweiten Netz haben Interessenvertretungen hier Grenzen zu beachten; die Abwägung, was veröffentlicht werden kann und was nicht, ist nicht immer leicht zu treffen. Darüber, warum ein Betriebsrat den Dienst trotzdem und dazu erfolgreich nutzt, konnten wir mit Ralf Domann – dem langjährigen Betriebsratsvorsitzenden der Sicherheitsfirma Brinks in Frankfurt – sprechen.

Kurznachrichtendienste oder Microblogging – was ist das überhaupt? Ebenso wie beim großen Bruder, dem Blog, können bei einem Kurznachrichten- oder Microblogging-Dienst »Artikel« eingestellt werden. Sie werden chronologisch sortiert dargestellt und sind in der Länge begrenzt:

Bei Twitter, dem zurzeit sicher populärsten Microblogging-Dienst, liegt diese Grenze bei 140 Zeichen. Damit ergibt sich eine gewisse Ähnlichkeit zur SMS, nur dass die Kurznachrichten nicht für eine Person bestimmt, sondern öffentlich lesbar sind.

Jede Nachricht enthält den Nutzernamen, optional kann man Stichworte vergeben und Links mitschicken. Vor jedem Nutzernamen steht das @-Zeichen. Schreiben kann man nur mit Anmeldung, lesen geht auch ohne: Die Nachrichten sind für alle auf der Twitter-Homepage lesbar, es sei denn, das Konto ist geschützt. Diejenigen, die einem Autor folgen (englisch: Follower), sehen die Kurznachrichten (Tweets) in der eigenen sogenannten Timeline. Es handelt sich also um eine Art Abonnement der Nachrichten, auch dazu ist eine Anmeldung notwendig. Über das Abonnieren ergibt sich eine individuelle Sortierung des Nachrichtenstroms.

Zudem ist es möglich, nach bestimmten Stichworten (Hashtags) zu suchen, sie sind mit der Raute (#) gekennzeichnet.

Die Nutzung und inhaltliche Ausrichtung ist nicht festgelegt: Arbeitsrechtler machen per Tweet auf neue Urteile aufmerksam, der Bund-Verlag weist auf Artikel hin, die für die Leserschaft interessant sein könnten, Unternehmen suchen den Kontakt zu Kunden,

Gewerkschaften zu ihren Mitgliedern. Twitter wird auch gerne zur »Live-Berichterstattung« von Tagungen, Kongressen oder Demonstrationen genutzt.



Ralf Domann, langjähriger Betriebsratsvorsitzender der Sicherheitsfirma Brinks in Frankfurt am Main

Und die Betriebs- und Personalräte? Interessenvertretungen twittern, wenn es etwas Neues zu berichten gibt.¹ Sie sagen zwischendurch, wo sie sind, wen sie treffen, mit wem sie sich über was unterhalten. Und sie beantworten kurze Anfragen von Beschäftigten. Innerhalb des Betriebs werden Kurznachrichtendienste eingesetzt, damit Beschäftigte sich untereinander austauschen und – über Abteilungs- und Ortsgrenzen hinaus – Fragen stellen und Kontakte knüpfen können. Hier findet der Flurfunk seine digitale Weiterentwicklung.²

Über den Einsatz des Dienstes beim Betriebsrat der Firma Brinks sprechen wir mit Ralf Domann. Er war bis Ende 2013 Betriebsratsvorsitzender und hat unter anderem den Twitter-Account des Gremiums betreut.

Ute Demuth: Der Brinks-Betriebsrat twittert seit Anfang 2011 – was war der Anlass, den Dienst zu nutzen, die Kolleginnen und Kollegen also auch über Twitter zu informieren?

Ralf Domann: Für eine gute Betriebsratsarbeit ist das Vertrauen und der Rückhalt der Kolleginnen und Kollegen unerlässlich. Um dies zu erreichen, ist ein funktionierendes Betriebsrats-Marketing notwendig. Das Internet bietet hierzu einfache, interessante und kostengünstige Möglichkeiten. Viele unserer Kolleginnen und Kollegen arbeiten direkt bei den Kunden und haben keinen Zugriff auf das Brinks-Intranet. Daher gab es schon vor Twitter-Zeiten eine Brinks-Betriebsrats-Homepage mit einem E-Mail-Newsletter.

Twitter-Meldungen sind leicht von überall zu versenden, und jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter kann frei und anonym darüber entscheiden, ob er dem Betriebsrat folgen möchte. Durch Retweeten können sehr einfach auch andere Informationen – zum Beispiel Gewerkschaftsmeldungen oder interessante Zeitungsartikel – weiterverbreitet werden. Twitter ist schnell und komfortabel – und kostenlos.

Demuth: Haben Sie einen Überblick darüber, wie viele der Brinks-Kolleginnen und -Kollegen einen Twitter-Account haben und Ihnen folgen? Und: Gibt es Feedback von den Beschäftigten? Wenn ja, wie beurteilen sie das Twitter-Engagement des Betriebsrats? Kommen auch Fragen an den Betriebsrat über diesen Kanal?

Domann: Twitter ist bei den Brinks-Kolleginnen und -Kollegen schätzungsweise zu einem Drittel verbreitet. Davon folgen uns die meisten. Da bei Twitter beliebige Namen verwendet werden können, kann man die Anzahl der Beschäftigten, die dem Betriebsrat folgen, aber nicht genau beziffern. Viele Kolleginnen und Kollegen schätzen es, dass sie im Vergleich zu anderen in der Sicherheitsbranche sehr schnell und umfassend vom Betriebsrat informiert werden. Manche gehen trotzdem lieber direkt über die Betriebsrats-Homepage. Mittlerweile kann man die Twitter-Meldungen auch über unseren Blog lesen, ohne einen Twitter-Account zu haben. Wichtig ist, dass der Betriebsrat die Kolleginnen und Kollegen ohne Twitter-Account ebenfalls gut informiert.

Fragen über Twitter kommen oft von den Beschäftigten aus anderen Städten. Und die freuen sich, wenn schnell eine Rückmeldung des Betriebsrats kommt, zumal das Gremium in Frankfurt am Main näher an der Quelle sitzt als die anderen lokalen Betriebsräte.



Über Twitter können Informationen schnell an die Belegschaft weitergegeben werden.

Demuth: Der Brinks-Betriebsrat twittet über eine breite Palette von Themen: Von Bundespolitik über Arbeitskämpfe in anderen Unternehmen, Tarifthemen und Betriebsratsrechtstunden bis zu betrieblichen Themen ist alles vertreten: Wie verhält sich der Arbeitgeber dazu? Gab es Tweets oder Themen, die strittig waren oder sind? Wenn ja, wo gibt es unterschiedliche Einschätzungen?

Domann: Der Arbeitgeber wollte anfangs die Homepage des Betriebsrats verbieten lassen. Eine renommierte Anwaltskanzlei überprüfte die Möglichkeiten – fand jedoch keine juristische Handhabe. Wir haben unsere Meldungen immer passwortgeschützt eingestellt, auch unser Service-Bereich mit den eingestellten Betriebsvereinbarungen und Urlaubsanträgen ist geschützt. Geprüft wurde auch, ob wir den Firmennamen überhaupt verwenden dürfen.

Insofern war das Twittern nur eine Erweiterung der medialen Informationspolitik des Gremiums. Eine Person aus der Personalabteilung überwacht alle Meldungen und Tweets des Betriebsrats. Gerade bei unternehmenskritischen Meldungen wurde versucht, alles Mögliche als »Geheimnis« zu titulieren, um eine Veröffentlichung ähnlicher Meldungen in der Zukunft zu verhindern – ohne Erfolg. Alle anderen Themen sind dem Arbeitgeber eher egal.

Die breite Palette der Themen soll dazu führen, dass der Account für viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter interessant ist und bleibt. So kommt es auch weniger zu einer Sauren-Gurken-Zeit, in der nichts Wesentliches zu twittern ist. Beschäftigte entwickeln schnell eine Erwartungshaltung, was die regelmäßigen News betrifft. Nicht immer passieren im Unternehmen so spannende Dinge, die es sich lohnt zu twittern – da ist es gut auch aus anderen Bereichen zu berichten.

Demuth: Zum Organisatorischen: Wie viele Mitglieder des Gremiums sind für die Pflege des Accounts zuständig? Und: Gibt es Regeln, wie oft gepostet wird? Wie ist Twitter in die generelle Öffentlichkeitsarbeitsstrategie eingebettet?

Domann: Homepage und Twitter werden hauptsächlich durch den freigestellten Vorsitzenden betreut. Andere Betriebsratsmitglieder geben Informationen und Anregungen an den Vorsitzenden weiter, und der veröffentlicht sie dann. Das schützt die anderen Kolleginnen und Kollegen, so bekommt niemand »Ärger« mit dem Arbeitgeber. Regeln, wie häufig gepostet wird, gibt es nicht; das hängt immer auch von den Entwicklungen und neuen Themen ab. Die Beschäftigten erwarten vor allem Informationen, die sie oder die Firma betreffen. Man kann Meldungen nicht beliebig mit allgemeinen politischen Themen füllen. Sicherlich wird versucht, keine Woche ohne Postings verstreichen zu lassen, aber der Betriebsrat ist keine Nachrichtenagentur.

Twitter-Nutzung wächst weiter

»Stark gewachsen ist die Nutzung von Twitter. Mit insgesamt 3,89 Millionen Nutzern ab 14 Jahren – dies ist ein Zuwachs um 87 Prozent gegenüber 2012 – weist der Dienst zwar deutlich weniger Nutzer auf als Facebook, aber mehr als jede weitere Community. Insgesamt haben 7 Prozent der Onliner ab 14 Jahren ein Profil bei Twitter, auch hier eher Jüngere (14- bis 29-Jährige: 14 Prozent). Nur knapp ein Drittel der Twitter-Nutzer setzt allerdings selbst Tweets ab, der überwiegende Teil der Nutzerschaft bleibt passiv.« (aus: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013)

» www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=439

Twitter wird beim Betriebsrat als zusätzliches Medium gesehen, das einerseits auf die Homepage oder die Mitarbeiterzeitung neugierig machen kann und zum anderen die Möglichkeit bietet, äußerst schnell zu informieren. Für umfassende Artikel oder interne Informationen ist eine Homepage mit Passwortschutz besser geeignet. Unsere Strategie ist, in allen Medien immer auf die anderen Informationsmöglichkeiten zu verweisen.



Der Brinks-Betriebsrat twittert über ganz verschiedene Themen, die von der Sprechstunde bis zum aktuellen Stand von Tarifverhandlungen reichen.

Demuth: Genau, beispielsweise weist der Twitter-Account oft auf Artikel hin, die auf der Homepage des Betriebsrats veröffentlicht sind. Welche Erfahrungen haben Sie mit der Verknüpfung der Medien gemacht? Sieht das Gremium eines der Medien als ihr Leit- oder Hauptmedium an?

Domann: Die Verknüpfung der Medien ist sinnvoll, da ein jedes besondere Stärken hat. Durch Verweise auf die Homepage können auch Bilder, Downloads oder nicht für die Öffentlichkeit gedachte Informationen per Twitter verbreitet werden. Zudem kann man nicht erwarten, dass sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Twitter-Account zulegen. Trotz aller Möglichkeiten mit den neuen Medien gibt es immer noch eine klassische Betriebsratszeitung, die mit der Lohnabrechnung verteilt wird. Rückmeldungen der Mitarbeiter zeigen, dass diese trotz der Informationen im Netz eine gedruckte Version mögen.

Als zentraler Dreh- und Angelpunkt bleibt allerdings die Homepage das bevorzugte Medium. Zurzeit wird getestet, ob diese in Form eines Blogs mit Wordpress schneller und einfacher gepflegt werden kann.

Kleines Twitter-Lexikon

Twitter

Übersetzt heißt der Name für den Kurznachrichtendienst »Gezwitscher«.

Tweets

Die einzelnen Nachrichten auf Twitter heißen Tweets.

twittern

Das Schreiben und Abschicken eines Tweets bezeichnet man als twittern.

Timeline

Die Timeline ist die chronologische Anzeige dessen, was die Leute schreiben, denen gefolgt wird.

@username

Benutzernamen auf Twitter beginnen immer mit dem »@«-Zeichen. In Tweets verwendet man sie, um andere Teilnehmer anzusprechen oder auf sie hinzuweisen.

follow(en) / folgen

Jemandem folgen bedeutet, Nachrichten von ihm oder ihr in der eigenen Timeline zu haben.

Hashtag

Eine Verschlagwortung, die genutzt wird, um eine Nachricht zu markieren.

Ein Hashtag ist ein Raute-Zeichen »#« gefolgt von einem Begriff, zum Beispiel #tatort, #betriebsrat oder #fail. Es erlaubt die Zuordnung der Nachricht zu einem bestimmten Thema oder Gruppe und ist eine wichtige Sortierungsfunktion.

Follower

User des Kurznachrichtendienstes Twitter, die Tweets abonniert haben.

Retweet

Eine Art Weiterleiten-Funktion. Je öfter man retweetet wird, desto höher ist die Reputation beziehungsweise die Wertschätzung für einen Tweet.

Direct Messages (DM)

»Direkte Nachrichten« sind solche, die nur für den Empfänger bestimmt sind und nicht öffentlich gezeigt werden. Diese Funktion ist auch deaktivierbar.

Demuth: Welche Tipps geben Sie Betriebsräten, die den Einsatz von Twitter planen, auf was sollten sie achten, wie können sie starten?

Domann: Ein Twitter-Account ist schneller eingerichtet als gepflegt. Vorher sollte man sich überlegen, wer den Account füttert und welche Informationen hierüber verbreitet werden sollen. Wer übernimmt die Verantwortung für den Account? Welchen Vorteil hat Twitter gegenüber dem bisherigen Medium? Bei einem gut funktionierenden Intranet fehlt vielleicht der Bedarf? Juristische Kenntnisse und ein Gespür dafür, was getwittert werden darf, sind ebenfalls wichtig. Was man nicht in der Zeitung veröffentlichen würde, gehört auch nicht in einen Tweet. Ich kenne einen Betriebsrat, der hat seinen Twitter-Account nach juristischen Auseinandersetzungen mit dem Arbeitgeber schnell wieder aufgegeben.

Am Anfang hilft auch ein gewisses Durchhaltevermögen, da die Follower nicht automatisch kommen. Auch ein so einfaches Medium wie Twitter bindet Ressourcen,

wenn es erfolgreich genutzt werden soll. Ideal ist es natürlich, wenn sich ein in der Öffentlichkeitsarbeit unerfahrenes Betriebsratsmitglied Unterstützung von erfahrenen Kollegen oder über externe Kontakte holen kann.

Demuth: Wann haben Sie den letzten Tweet für den Brinks-Betriebsrat abgesetzt?

Domann: Der letzte Tweet war Ende 2013. Aufgrund meiner langen Tätigkeit bei Brinks habe ich immer noch viele Kontakte. Aber in Zukunft muss mein Nachfolger für die Unternehmensnachrichten sorgen. Dann wird vielleicht Twitter zugunsten des Blogs in den Hintergrund treten. Ich werde jedoch weiterhin gewerkschafts- und gesellschaftspolitische Themen twittern, die auch auf der Betriebsrats-Homepage eingebunden sind und im Gegenzug auch auf diese verweisen.

Gesprächspartner

Ralf Domann war langjähriger Betriebsratsvorsitzender der Sicherheitsfirma Brinks in Frankfurt am Main; er ist Mitglied im Landesfachbereichsvorstand des FB13 ver.di Hessen und Inhaber einer kleinen Beratungsfirma für Arbeitssicherheit, Brandschutz und Datenschutz.

» r.domann@shadowsurfer.de

» www.deubas.de

Für die CuA führte **Ute Demuth** das Gespräch; sie berät, schult und schreibt zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und Medieneinsatz in der Betriebs- und Personalratsarbeit und arbeitet in der politischen Bildung im Bereich Computer, Medien und Internet

» info@udemuth.de

» www.udemuth.de

Weiterführendes

Weitere Hinweise dazu, wie Interessenvertretungen soziale Medien in ihrer Informations- und Kommunikationsarbeit einsetzen können, gibt es in drei neuen Veröffentlichungen des Bund-Verlags:

- Ute Demuth / Achim Thannheiser: Soziale Medien in der Arbeit der Interessenvertretungen – Rechtliches, Mustertexte und Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit, 2014
- Ute Demuth / Jan A. Strunk / Martin Lindner: Soziale Medien in der Öffentlichkeitsarbeit der Interessenvertretungen, 2013
- Karl-Hermann Böker / Ute Demuth / Maria Lück: Intranet und Internet für Betriebsräte – Planung, Entwicklung, Umsetzung, 2013

Einige Links:

» <http://brinksbrclassic.wordpress.com>

» <https://twitter.com/BRBrinks>

» www.shadowsurfer.de

» https://twitter.com/mein_anwalt

» <https://twitter.com/BundVerlag>

Aufruf

Sie haben auch einen BR-Blog, twittern als Betriebsrat oder betreiben eine Fanpage und sind hier nicht erwähnt?

Wir sind immer interessiert an Beispielen aus der Praxis, wir freuen uns auf Ihre Links!

» redaktion@cua-web.de

[1] Was Interessenvertretungen beim Twittern zu beachten haben, erklärt Thannheiser, Microblogging, Tweets, Twitter, in: CuA 1/2013, 33 ff.; speziell die rechtlichen Rahmenbedingungen erläutert Greve, Der Auftritt des Betriebsrats im Social Web, in: CuA 10/2013, 32 ff.

[2] Zum Einsatz von Twitter in der betriebsrätlichen Arbeit siehe auch Demuth, Öffentlichkeitsarbeit – auch über Social Media, in: CuA 9/2013, 26 ff.