

Kirsten Huckenbeck  
Anton Kobel  
Uli Wohland (Hg.)

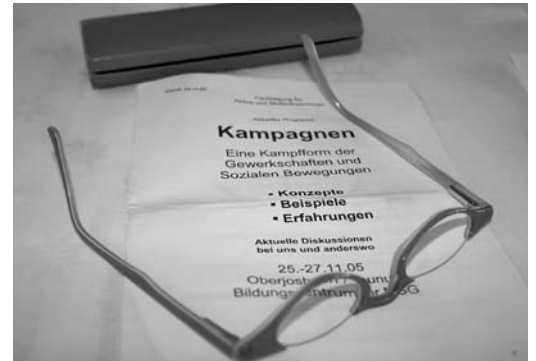
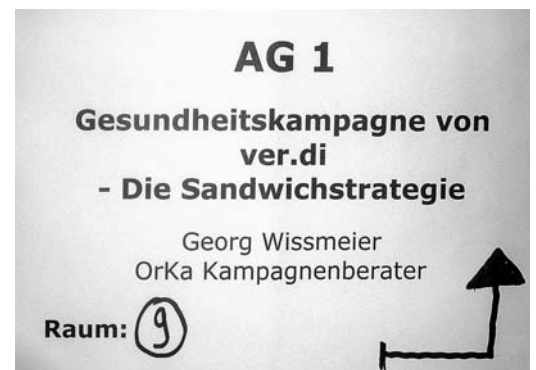
# Kampagnen

Eine Kampfform  
der Gewerkschaften  
und Sozialen Bewegungen

- Konzepte
- Beispiele
- Erfahrungen

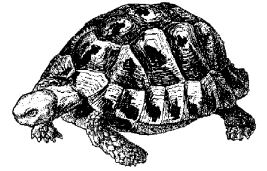
Dokumentation einer Fachtagung  
für Aktive und MultiplikatorInnen  
vom 25.-27. November 2005  
in Oberjosbach/Ts.

Veranstalter:  
ver.di Mannheim/Heidelberg, OrKa,  
express/AFP e.V., KDA-Baden, ver.di-Nord



# express

Zeitung für sozialistische  
Betriebs- und Gewerkschaftsarbeit



express-Redaktion  
Niddastraße 64  
60329 Frankfurt a.M.

**Herausgeber:**

AFP e.V., »Arbeitsgemeinschaft zur Förderung  
der politischen Bildung« e.V.

**Redaktionsanschrift:**

express-Redaktion  
Niddastraße 64  
60329 Frankfurt a.M.  
Tel. (069) 67 99 84  
email: express-afp@online.de

**»Kampagnen – eine Kampfform der Gewerkschaften und sozialen Bewegungen. Konzepte, Beispiele, Erfahrungen«**

– mit dieser Tagung haben wir 2005 in der NGG-Bildungsstätte Oberjosbach begonnen, uns systematisch mit alternativen Formen des Arbeitskampfs zu beschäftigen. Anders als Ende 2005 sind Kampagnen zwar mittlerweile auch in den Gewerkschaften als Kampfform angekommen, doch eine Auswertung und Reflexion der unterschiedlichen Formen und Bedingungen von Kampagnenarbeit fehlt bislang. Die Broschüre stellt nicht nur eine Fülle von anregenden Beispielen vor, die z.T. bereits in laufende Kampagnen eingeflossen sind, z.T. den Anstoß zu neuen Entwicklungen gegeben haben, sondern dokumentiert auch die Diskussionen unter den rund 80 TeilnehmerInnen aus dem In- und Ausland. Abgerundet wird der Band, der im Mai 2008 erscheint und ca. 200 Seiten haben wird, durch einen umfangreichen Dokumenten- und Materialenteil sowie Literaturempfehlungen.

Aus dem Inhalt:

- Vorwort der HerausgeberInnen
- Oberjosbach – ein Jahr danach
- Grußwort von Frank Bsirske, Vorsitzender der Gewerkschaft ver.di
- Interviews mit Aktiven – Uli Wohland im Gespräch mit Dieter Nickel (Mc Donalds), Helmut Schmidt (Plus Heilbronn) und Günther Bauer (Transmedia)
- Agnes Schreieder: Die Schlecker- und die LIDL-Kampagne – und was wir in ver.di von ihr lernen können
- Fred Seavey: »Justice for Janitors – Die Wiederbelebung der US-Gewerkschaftsbewegung«
- Sam Gindin: CAW – Mit gewerkschaftlichen Kampagnen gegen die Regierungspolitik
- Heinrich Geiselberger: Taco Bell – der Sieg der Tomaten. Taurische Boykott- und Kampagnenerfolge der Gewerkschaft CIW in Florida
- Georg Wissmeier/Ulrich Wohland: Die Gesundheitskampagne von ver.di und die Sandwichstrategie
- Bernd Riexinger: »Öffentlich ist wesentlich« – ein Bezirk macht Kampagne
- Jeffrey Raffo: Brylane/Gucci – Internationale Solidarität konkret
- Sam Gindin: Kampagnen und die Erneuerung der Nordamerikanischen Gewerkschaften
- Willi Mernyi: Was macht der ÖGB mit dem GATS, was macht die GATS-Kampagne mit dem ÖGB?
- Fred Seavey: Kampagnenentwicklung in den USA
- Rüdiger Timmermann: Gewerkschaftliche Kampagnen und Boykott als alternative Arbeitskampfformen
- Zur Verankerung von Kampagnen in ver.di – Podiumsdiskussion mit Agnes Schreieder, Bernd Riexinger, Georg Wissmeier, Rüdiger Timmermann
- Willi Mernyi: Wie der Österreichische Gewerkschaftsbund sein Kampagnenbüro erhielt
- Ulrich Wohland: Der Handwerkskoffer zur Kampagnenplanung
- Anton Kobel: Vom sozialen Netzwerk zur sozialen Bewegung – Erfahrungen aus der Schlecker-Kampagne
- Dieter Nickel: Gate Gourmet – Solidarität mit David gegen Goliath
- Günter Metzges: Campact – mit einem Online-Netzwerk gegen die Mehrwertsteuererhöhung
- Uwe Klemens: Geleitwort

**Bestellung**

Ich habe an einer der Tagungen

- »Kampagnen – eine Kampfform der Gewerkschaften und sozialen Bewegungen. Konzepte, Beispiele, Erfahrungen« (Oberjosbach 2005),
- »Neue und alte Arbeitskampfformen. Alternativen zur ewigen Fortsetzung der Niederlagen« (Gladenbach 2006) oder
- »Der Kampf um die Betriebe. Voraussetzungen, Beispiele, Erfahrungen – von 1968-2008« (Gladenbach 2008) teilgenommen und bestelle \_\_\_\_\_ Exemplar(e) der Broschüre zum ermäßigten Preis von 7 Euro pro Exemplar zzgl. Versandkosten (gegen Rechnung)

- Ich bestelle \_\_\_\_\_ Exemplar(e) der Broschüre zum Einzelpreis von 13 Euro zzgl. Versandkosten (gegen Rechnung).

**Adresse** Vorname, Name \_\_\_\_\_

Straße Hausnummer \_\_\_\_\_

Postleitzahl Ort \_\_\_\_\_