

# Ein guter Anlass für Öffentlichkeitsarbeit – wann, wenn nicht jetzt?

## PR - Public Relations - als Betriebsrat

Wie aus der Umfirmierung ein guter Anlass für den Betriebsrat wird. Wie ein Gesamtbetriebsrat die Gelegenheit am Schopfe fasst und mit Öffentlichkeitsarbeit beginnt. Und wie man als Betriebsrat nicht untergeht im neuen Konzern. Davon handelt diese Erfolgsstory.



**Martin Rzeppa**  
Referent für Öffentlichkeitsarbeit

Stand: 3.4.2014



„Wenn nicht jetzt, wann dann?“ Andreas Berger ist davon überzeugt, dass der Zeitpunkt goldrichtig war, um die **Öffentlichkeitsarbeit** des **Gesamtbetriebsrat** bei OGE Business Services auf neue Beine zu stellen. Heute heißt das Unternehmen Canon Deutschland Business Services GmbH und ist Teil des großen Canon Konzerns.

In circa 70 Standorten bietet das Unternehmen Dienstleistungen rund um das Drucken, Archivieren Digitalisieren, Verwalten und Versenden von Dokumenten für Unternehmen und Verwaltungen an. Es gibt 6 Betriebsratsregionen aber nur 4 Betriebsratsgremien. Besonders die Beschäftigten in den vielen kleinen Standorten sind von den Betriebsräten schlecht zu erreichen. Immer mehr Themen werden auf der Ebene des Gesamtbetriebsrats mit dem Arbeitgeber verhandelt. Dabei verfügt der GBR nicht über Medien, um seine Informationen an alle weiterzugeben.

### Gelegenheit beim Schopf gepackt

„Als die Geschäftsleitung uns sagte, dass das Unternehmen in den Canon Konzern übergehen und einen neuen Namen bekommen soll, da haben wir die Gelegenheit beim Schopf gepackt.“ berichtet der Vorsitzende des **Gesamtbetriebsrats**. „Alles wird neu und anders. Wir sind die Ersten und begrüßen unsere Kolleginnen und Kollegen mit einer GBR Zeitung im neuen Unternehmen. Mit einer Zeitung erreichen wir auch die kleinsten und am weitesten entfernten Standorte.“ Für die Sicherheit der Arbeitsplätze und einen fairen Übergang sorgte bereits eine entsprechende Vereinbarung.

- Die Konzernintegration zum Anlass nehmen und sich mit **Öffentlichkeitsarbeit** neu und professionell aufstellen
- Nicht untergehen im neuen Konzern
- Die Chancen im und mit dem neuen Konzern wahrnehmen
- Im Konzern als Gesamtbetriebsrat der Sparte „Business Services“ wahrgenommen werden

So lauten die Ziele des GBR und die Namensänderung am 1. Februar 2013 war dafür ein gutes Datum. Mit dem neuen Unternehmen soll auch der Gesamtbetriebsrat ein eigenes und unverwechselbares Erscheinungsbild bekommen. Dabei soll berücksichtigt werden, dass die regionalen Betriebsräte auch selbstständig auftreten können mit Aushängen und Infobriefen. Ziel ist ein gemeinsames Erscheinungsbild: „Hier sprechen die Betriebsräte“.

### Wir sind für Euch da

**„Zeichen setzen, Chancen nutzen“ – so lautet der Slogan des Gesamtbetriebsrats auf dem Weg in den Canon Konzern. Und ein Zeichen haben die Betriebsräte auch gleich selber gesetzt: Mit Plakaten und in den kleinen Standorten mit Postkarten. Die Betriebsräte begrüßen ihre Kolleginnen und Kollegen in dem neuen Unternehmen. Mit der Botschaft: Wir sind für Euch da.**

Die Zeitungsredaktion war inzwischen nicht untätig. Hier gestalteten, fotografierten und texteten Betriebsräte aus den Regionen gemeinsam an der eigenen Zeitung. Noch im März erschien die erste Ausgabe des Betriebsratschlags. Mit der vierten Ausgabe zu Weihnachten hat sich die Zeitung erfolgreich durchgesetzt. Selbst der neue Chef gibt sich die Ehre mit einem Interview zur wirtschaftlichen Entwicklung der Firma.

Auch bei den Regionalbetriebsräten werden die neuen Medien eifrig genutzt für eigene Infobriefe und Aushänge. Oder für Präsentationen auf den Betriebsversammlungen. Beim Texten und Gestalten helfen sich die Betriebsräte untereinander - auch aus verschiedenen Regionen.

Farben spielen in der „Canon-Welt“ eine große Rolle. Kein Wunder, dass sich die Betriebsräte auch an dieser bunten Welt orientieren. Jede Region bekommt ihre eigene Farbe. So bleibt auch am schwarzen Brett klar, wer hier kommuniziert: Der Gesamtbetriebsrat, der örtliche **Betriebsrat** oder das Management.

### **Besser bekannt durch Öffentlichkeitsarbeit**

**„Unsere neue Öffentlichkeitsarbeit hat uns Betriebsräten insgesamt wirklich einen Schub versetzt. Außerdem macht die Arbeit jetzt noch mehr Spaß,“ ist sich Redakteurin Ulrike Kuntz sicher. „Und die Themen gehen uns nicht aus.“**

„Im Konzern sind wir jetzt auch besser bekannt und vernetzt,“ weiß Andreas Berger zu berichten. Die Betriebsräte sind sich sicher: Auch wenn jetzt erneut eine Umbenennung im Rahmen des Konzerns ansteht, werden sie nicht mehr „untergehen“.

### **Kontakt zur Redaktion**

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Wenden Sie sich gerne direkt an unsere Redaktion. Wir freuen uns über konstruktives Feedback!  
redaktion-dbr@ifb.de