

Inhalt

Vorwort 5

Abkürzungen 10

I. Zur Erforderlichkeit einer strategischen Betriebsratsarbeit 11

II. Ein guter Ausgangspunkt: Die Klausurtagung des Betriebsrats 19

III. Ansatzpunkte für eine strategische Interessenvertretung 25

 1. Selbstverständnis des Betriebsrats 28

 2. Strategische Verteilung von Funktionen 31

 3. Arbeitsteilung 32

 4. Qualifizierung der Betriebsratsmitglieder 34

 5. Interessenvertreter sind keine Co-Manager 38

 6. Arbeitskollegen sind keine Kunden des Betriebsrats 40

 7. Nichts tun, was nur der Beruhigung des schlechten Gewissens dient 41

8. Betriebsinterne Öffentlichkeitsarbeit: Werbung in eigener Sache und Einbeziehung der Belegschaft	42
9. Weniger bringt mehr	44
10. Vernetzung mit anderen Betriebsräten und der Gewerkschaft	47
11. In der Ruhe liegt die Kraft	49
12. Sich Respekt verschaffen	51
13. Phantasie ist gefragt	52
14. Den Ball spielen	54
IV. Die Werkzeuge des Betriebsrats: Betriebspolitik und Betriebsverfassungsgesetz	55
1. Betriebsrundgang und mobile Sprechstunde	56
2. Betriebs- und Abteilungsversammlung	57
3. Betriebsvereinbarung	62
4. Einigungsstelle	66
5. Arbeitsgericht	69
V. Der Dreischritt in der Betriebsratsarbeit: Vorbereiten – Durchführen – Nachbereiten	73
VI. Unverzichtbar: Die Qualitätskontrolle im Betriebsrat	79

VII. Die nächste Betriebsratswahl kommt bestimmt	83
VIII. Entwickeln Sie eine Strategie für Ihre Betriebsratsarbeit	85
Stichwörter	91