



Herzlich willkommen!
Das Online-Seminar beginnt in wenigen Minuten.

14.05.2025

**Alles Wichtige zu Ihrer
Infoarbeit vor den
Betriebsratswahlen**

Referentin: Silke Rohde

Spielregeln für das Online-Seminar



1. Für unsere Kunden von Betriebsrat KOMPAKT und Urteils-Ticker BETRIEBSRAT wird das Online-Seminar wie immer aufgezeichnet und das Handout sowie die Aufzeichnung werden **auf den Kunden-Webseiten zur Verfügung gestellt.**



2. **Fragen** können während des gesamten Seminares **schriftlich im Chat** gestellt werden.



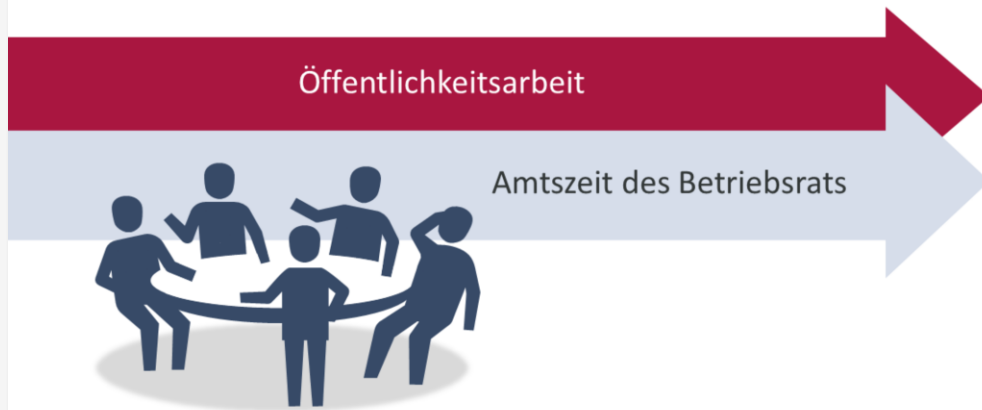
3. Nach Ende der Aufzeichnung (dieses wird von der Referentin bekannt gegeben) gibt es für alle Teilnehmer noch die Möglichkeit **Fragen LIVE ON AIR** zu stellen, die nicht mit aufgezeichnet werden. Bitte melden Sie sich per Handzeichen, falls Sie etwas sagen möchten und schalten Sie Ihr Mikro an. Nach Ihrem Beitrag schalten Sie bitte Ihr Mikro wieder stumm.



4. Für die Teilnehmer, die sich für ein einzelnes Seminar angemeldet haben, gibt es nach Beendigung des Seminares noch **1 Stunde die Möglichkeit, das Handout downzuloaden.**

2

Nur kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit führt zum Erfolg

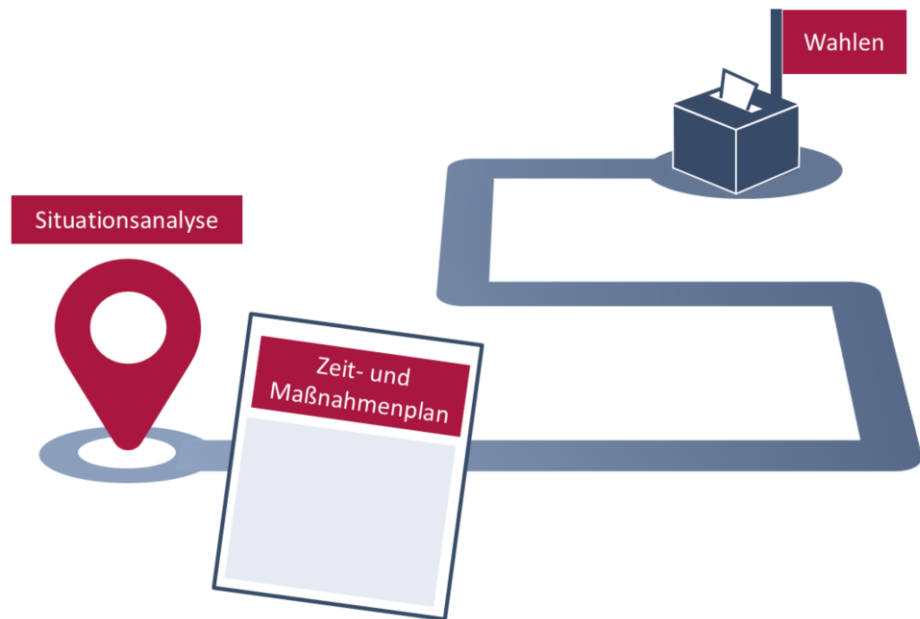


3

Nur kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit führt zum Erfolg

- Ihre Öffentlichkeitsarbeit ist eine kontinuierliche Aufgabe während der gesamten Amtszeit. Wenn Sie die Beschäftigten in den letzten Jahren aktuell und umfassend über das unterrichtet haben, was Sie geleistet haben, müssen Sie vor der Wahl einfach nur so weitermachen.
- Falls nicht, ist es im Jahr vor der Wahl höchste Zeit für den Beginn einer regelmäßigen Öffentlichkeitsarbeit.

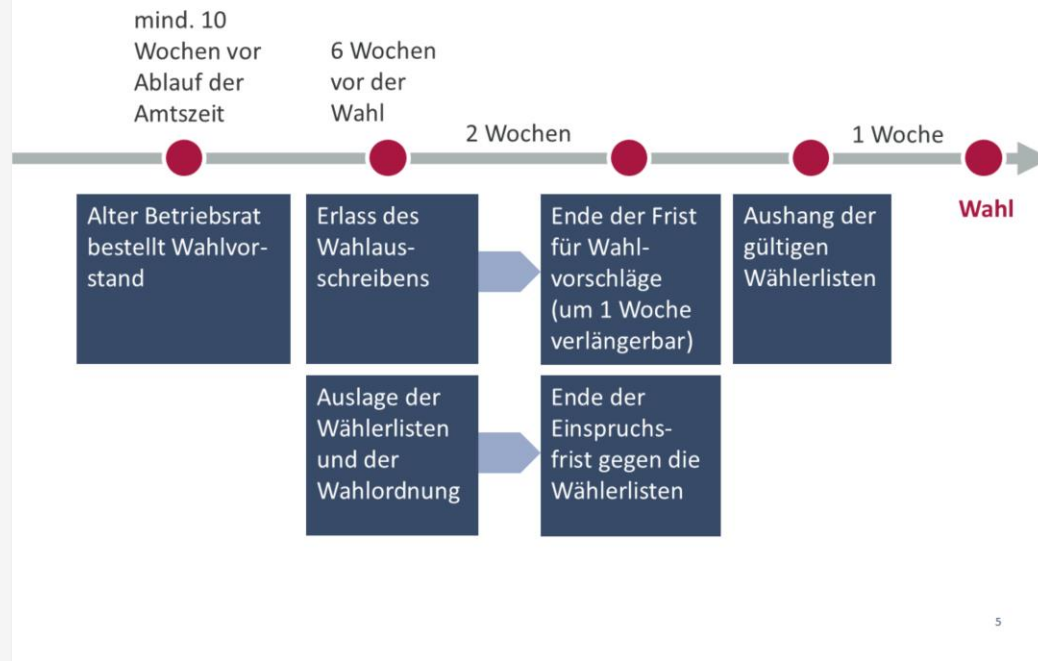
Gut geplant ist halb gewonnen



Gut geplant ist halb gewonnen

- Arbeiten Sie gezielt auf die Wahlen hin.
- Starten Sie mit einer Situationsanalyse als Ausgangspunkt zu machen: Wie läuft die Öffentlichkeitsarbeit jetzt?
- Blicken Sie auf die letzten Wahlen zurück: Was war hier gut, was schlecht, was sollte geändert werden?
- Ausgehend von dieser Analyse erstellen Sie dann einen genauen Zeit- und Maßnahmenplan, sodass Sie ganz in Ruhe Monat für Monat Ihr Programm abspulen können.
- Vorsicht: Wenn Sie zu spät mit der Erstellung des Zeit- und Maßnahmenplans anfangen, könnte es hektisch werden. Dieser Stress lässt sich vermeiden, wenn Sie im Sommer starten.

Die wichtigsten Fristen vor den Betriebsratswahlen



Die wichtigsten Fristen vor den Betriebsratswahlen

- Spätestens zehn Wochen vor Ablauf seiner Amtszeit bestellt der alte Betriebsrat den Wahlvorstand. Wichtiger Hinweis: Aufgrund der vielen Aufgaben des Wahlvorstands ist ein früherer Zeitpunkt sehr sinnvoll.
- Sofort nach Ernennung des Wahlvorstands: Bekanntgabe der Namen seiner Mitglieder und ihrer Betriebsadressen.
- Sechs Wochen vor der Wahl: Erlass des Wahlausschreibens.
- Sechs Wochen vor der Wahl beziehungsweise zeitgleich mit dem Erlass des Wahlausschreibens: Auslage der Wählerlisten und der Wahlordnung.
- Zwei Wochen nach Auslage der Wählerlisten: Ende der Einspruchsfrist gegen selbige.
- Zwei Wochen nach Erlass des Wahlausschreibens: Ende der Frist zum Einreichen von Wahlvorschlägen. Diese Frist darf der Wahlvorstand um eine Woche verlängern, falls ihm nach Ablauf kein gültiger Wahlvorschlag vorliegt.
- Eine Woche vor der Wahl: Aushang der gültigen Wählerlisten.

Setzen Sie sich Ziele



6

Setzen Sie sich Ziele

- Bei der Planung der Öffentlichkeitsarbeit sind konkrete Ziele wichtig:
- Worüber möchten Sie informieren?
- Was möchten Sie verbessern? Z. B. Wahlbeteiligung steigern, mehr BR-Kandidaten aus bestimmten Abteilungen gewinnen
- etc.

Ziehen Sie Bilanz und informieren Sie darüber



7

Ziehen Sie Bilanz und informieren Sie darüber

- Trotz der kontinuierlichen Öffentlichkeitsarbeit die gesamte Amtszeit über, bieten sich die Wahlen naturgemäß an, Bilanz zu ziehen.
- Berichten Sie noch einmal zusammengefasst über die wichtigsten Aktionen und Themen Ihrer Amtszeit:
- Wo waren Sie erfolgreich, welche Betriebsvereinbarungen haben Sie abgeschlossen, welche Neuerungen auf den Weg gebracht?

Schaffen Sie Transparenz



8

Schaffen Sie Transparenz

- Indem Sie die Kollegen direkt und persönlich ansprechen und von Ihren Aufgaben berichten, können sich alle viel mehr unter Ihrer Tätigkeit vorstellen. Dann wird auch Spekulationen darüber, ob und wie Sie sich tatsächlich einsetzen, der Wind aus den Segeln genommen.
- Wenn Ihre Kollegen durch Ihre transparente Informationspolitik genau wissen, wofür der Betriebsrat eintritt und was er tut, können Sie sicher viele dazu bewegen, die betriebliche Interessenvertretung aktiv zu unterstützen.

Nennen Sie die Ziele für Ihre nächste Amtszeit



Nennen Sie die Ziele für Ihre nächste Amtszeit

Trotz einer positiven Bilanz der letzten Amtszeit bleiben noch Ziele für die kommende Amtszeit:

- Welche Misserfolge in den letzten Jahren nehmen Sie zum Anlass, um es in der nächsten Wahlperiode besser zu machen oder wieder anzugreifen?
- Welche Themen halten Sie für die wichtigsten in den nächsten Jahren?

Tipp: Falls Ihnen da Ideen fehlen, sprechen Sie mit den Beschäftigten und hören Sie heraus, wo dort der Schuh am meisten drückt.

Finden Sie geeignete Kandidaten



Präsentieren Sie die
Erfolge Ihrer Arbeit.



Unterstützen
Sie die JAV.



Nutzen Sie
Arbeitsgruppen.

10

Nachwuchsgewinnung

Gute Informationsarbeit: Arbeit und Erfolge müssen den Kollegen aktuell, allgegenwärtig, zuverlässig, leicht verständlich und ansprechend aufbereitet präsentiert werden. Die Arbeitnehmer müssen wissen, was der Betriebsrat für sie erreicht. Nur, wenn sie die Bedeutung des Ehrenamts kennen und wissen, was so bewegt werden kann, werden sich einige entschließen, mitzuwirken und selbst etwas im Interesse der Beschäftigten zu gestalten.

Kontakt zur JAV: Ihre Mitglieder sind oft die Betriebsräte von morgen. Unterstützen Sie diesen Nachwuchs daher nicht nur bei der Wahlvorbereitung, sondern vor allem bei dessen täglicher Arbeit!

Arbeitsgruppen nutzen: Eine professionelle Informationsarbeit über erzielte Erfolge kann Beschäftigte motivieren, sich künftig aktiv im Gremium engagieren zu wollen. Solche Kollegen sollten bereits durch Arbeitsgruppen an die Betriebsratsaufgaben herangeführt werden.

Musterzeitplan: Newsletterreihe zur Kandidatenfindung (1)



11

Musterzeitplan Newsletterreihe (1)

August 2025: Starten Sie mit der Planung

August 2025: 1. Ausgabe, Thema „Das machen wir als Euer Betriebsrat“, darstellen eines konkreten, aktuellen Projekts, z.B. neue Betriebsvereinbarung zu Kurzarbeit (falls noch Ferienzeit, z.B. in Bayern, Start besser einen Monat später)

September 2025: 2. Ausgabe, Thema „Warum ich im Betriebsrat bin“, Portrait eines oder mehrerer Gremiumsmitglieder

Oktober 2025: 3. Ausgabe, Thema „Das habe ich als Betriebsrat gelernt“, z.B. sicheres Auftreten und Reden in der Öffentlichkeit

November 2025: 4. Ausgabe, Thema „Das machen wir als Euer Betriebsrat“, darstellen eines konkreten, aktuellen Projekts, z.B. neue Angebote in der Betriebskantine

Dezember 2025: 5. Ausgabe, Thema „Ihr Wunschzettel für den Betriebsrat“: Wo sehen die Mitarbeiter im Betrieb den größten Handlungsbedarf für den Betriebsrat?

Musterzeitplan: Newsletterreihe zur Kandidatenfindung (2)



12

Musterzeitplan Newsletterreihe (2)

Januar 2026: 6. Ausgabe, Thema „BR-Wahl: Bestellung des Wahlvorstands“, kurze Darstellung des Ablaufs der BR-Wahl. Aufruf, zu kandidieren: Warum ist das Mitmachen im Betriebsrat sinnvoll? Z.B., weil man dann Entscheidungen im Betrieb beeinflussen kann

Februar 2026: 7. Ausgabe, Thema „So arbeiten Betriebsräte“, erläutern Sie die Rahmenbedingungen der Tätigkeit, z.B. bezahlte Arbeitsbefreiung, Schulungsanspruch, Arbeitsgruppen, etc.

März 2026: 8. Ausgabe, Thema „Unsere Bilanz: Was wir als Betriebsrat in der letzten Amtsperiode erreicht haben – und warum wir Sie im neuen Gremium brauchen“

April 2026: 9. Ausgabe, Thema „Das machen wir als Euer Betriebsrat“, darstellen eines konkreten, aktuellen Projekts, z.B. Einführung flexibler Arbeitszeitmodelle

Musterzeitplan: Newsletterreihe zur Kandidatenfindung (3)



13

Musterzeitplan Newsletterreihe (3)

Mai 2026: 10. Ausgabe, Thema „Das habe ich als Betriebsrat gelernt“, z.B. Umgang mit Konflikten, Verhandlungsführung

Juni/Juli 2026, 11. Ausgabe, Thema „Das ist Euer neuer Betriebsrat“, die Mitglieder stellen sich und ihre Ziele vor

Stellen Sie sich und die Kandidaten vor



14

Stellen Sie sich die Kandidaten vor

Sind die Kandidaten alle gefunden, ist schon viel gewonnen. Die Betriebsratsmitglieder, die noch einmal kandidieren, sind den Beschäftigten bereits bestens bekannt. Dennoch sollten Sie als „offizielle“ Kandidaten auch gesondert vorgestellt werden, z.B. im Intranet oder am Schwarzen Brett. Die Vorstellung der Kandidaten ist naturgemäß bei den „Neuen“ noch viel wichtiger, besonders in größeren Betrieben, wo nicht mehr jeder jeden kennt.

Wie Sie die Newcomer vorstellen möchten, bleibt letztlich Ihnen und den Kandidaten überlassen. Mittlerweile hat jeder mehr oder weniger gelungene Digitalfotos, die sich gut auf eine Intranetseite hochladen lassen. Und originelle Texte dazu gibt es sogar umsonst, nur ein bisschen Zeit muss man investieren. Per E-Mail sind sie dann schnell und kostengünstig verschickt.

Suchen Sie den persönlichen Kontakt zu den Beschäftigten

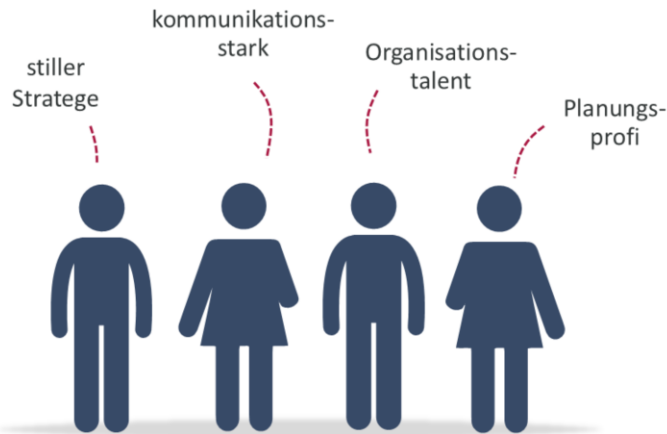


15

Suchen Sie den persönlichen Kontakt zu den Beschäftigten

Die mediale Vorstellung kandidierender Kollegen ist ein Muss, ganz klar. Dennoch zeigt auch hier der „Nahkampf“ die beste Wirkung: Jeder direkte Kontakt, jedes noch so kurze Gespräch bleibt bei den Beschäftigten sicher besser hängen als das tollste Hochglanzprofil. Hier gilt im Wahlkampf dasselbe wie sonst auch in der Politik.

Kandidaten: Die Mischung macht's



16

Kandidaten: Die Mischung macht's

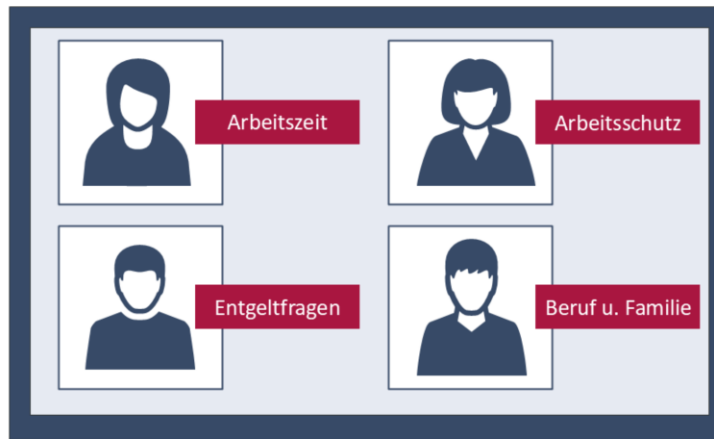
Eine „Rampensau“ zu sein, ist von Vorteil, keine Frage. Dennoch kann man dies nicht von jedem Kandidaten erwarten, zumal man diese Fähigkeit meist hat oder nicht hat und nur bis zu einem gewissen Grad erlernen kann.

Ein Betriebsratsgremium lebt aber auch von der Vielfalt: Während bei einem Vorsitzenden Offenheit und ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten unverzichtbar sind, weil er den Betriebsrat nach außen vertritt, sieht das bei den übrigen Mitgliedern ein bisschen anders aus: Hier sind auch stille Strategen gefragt, Menschen, die sich gern in komplexe Themen einarbeiten und vielleicht sehr gut sind im Vorbereiten, Aufbereiten, Planen etc.

Haben Sie Fragen?



Erhöhen Sie Ihren eigenen Bekanntheitsgrad



18

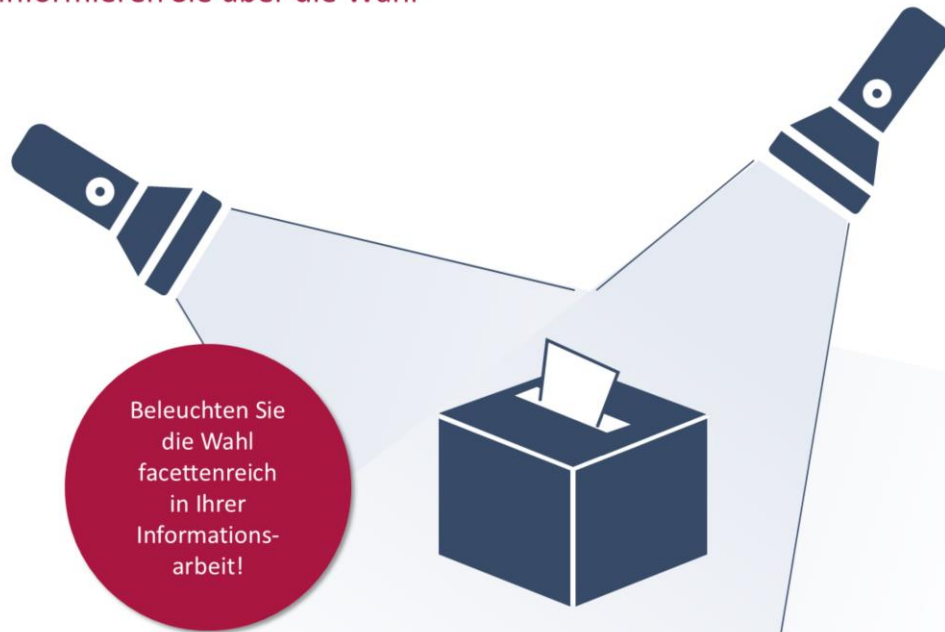
Erhöhen Sie Ihren eigenen Bekanntheitsgrad

Machen Sie doch mal einen Test, ob Ihre Kollegen alle Namen hinkriegen. Auch das gehört zu den Zielen der Öffentlichkeitsarbeit: Steigern Sie den Bekanntheitsgrad aller Interessenvertreter.

Das lässt sich etwa mit Portraits im Intranet und/oder am Schwarzen Brett gut erreichen. Eine solche Vorstellung hat gleich mehrere Vorteile. Zum einen ermöglicht es das bessere persönliche „Kennenlernen“ der Gremiumsmitglieder den Arbeitnehmern, sich leichter mit dem Betriebsrat zu identifizieren. Zum anderen lassen sich damit auch gleich wichtige Aufgabenbereiche der Betriebsratsarbeit näher beleuchten.

Es ist sowieso zu empfehlen, dass sich die Mitglieder auf bestimmte Gebiete spezialisieren (z.B. Arbeitszeit, Entgeltfragen, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Arbeitsschutz etc.). So lassen sich Mitglieder und einzelne Aufgaben perfekt zusammen den Kollegen näherbringen.

Informieren Sie über die Wahl



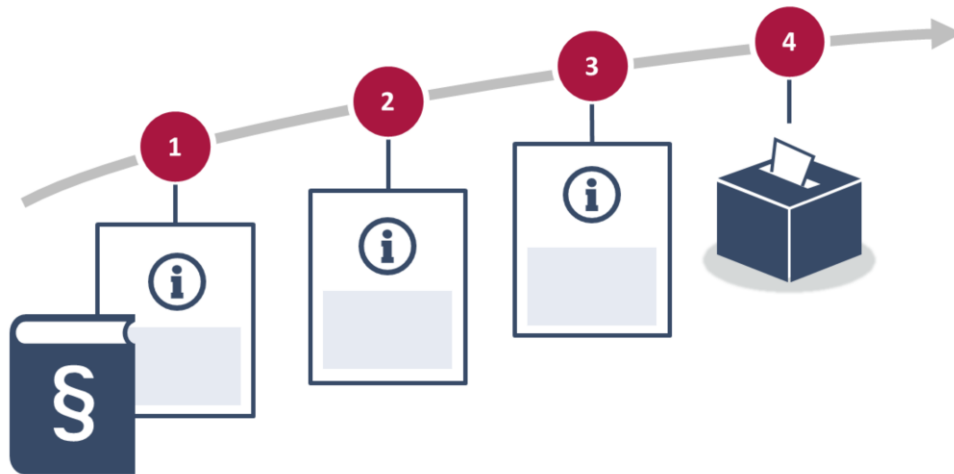
19

Informieren Sie über die Wahl

Eine weitere Besonderheit im Hinblick auf die Öffentlichkeitsarbeit vor den Betriebsratswahlen besteht darin, dass nicht nur über die Mitglieder und die Aufgaben des Gremiums berichtet wird, wie während der „normalen“ Amtsperiode. Wenn die Wahl näher rückt (und das tut sie schon ab August), ist es ratsam, dass Sie dieses Ereignis facettenreich in Ihrer Informationsarbeit beleuchten (Beispiele in den Downloads).

Erklären Sie die Bedeutung der Wahl: Warum ist es wichtig, dass es dieses demokratische Element in unseren Betrieben gibt und warum sollten die Beschäftigten unbedingt ihr Wahlrecht nutzen?

Erläutern Sie den Ablauf der Wahl



20

Erläutern Sie den Ablauf der Wahl

- Wann passiert was (s. Tabelle zu den wichtigsten Fristen als Download)?
- Wie läuft die Wahl ab?
- Welche rechtlichen Grundlagen gibt es?

Dabei sollten Sie noch einmal darauf hinweisen, dass der Arbeitgeber die Beschäftigten nicht in ihrer Wahlentscheidung beeinflussen und/oder bei der Stimmabgabe behindern darf und dass Wahlbewerber einen besonderen Kündigungsschutz haben

Erhöhen Sie die Wahlbeteiligung



21

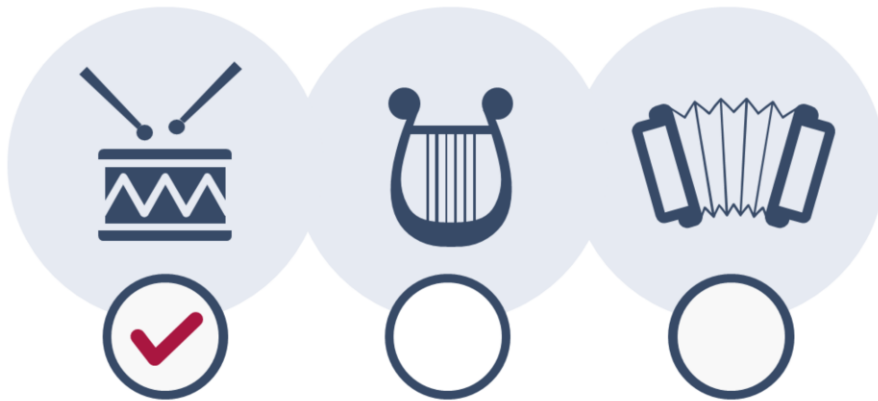
Erhöhen Sie die Wahlbeteiligung

Das Wahlrecht ist dazu da, um es zu nutzen. Millionen Menschen auf der Welt haben diese Möglichkeit nicht.

Werden Sie deshalb nicht müde, die große Bedeutung der Betriebsratswahl und die Vorteile der betrieblichen Mitbestimmung immer wieder zu betonen. Leisten Sie Aufklärungsarbeit, motivieren Sie, ermuntern Sie. Wahlkämpfe sind eine harte, arbeitsintensive Zeit, aber der Einsatz lohnt sich.

Der beste Grund, wählen zu gehen, ist die erfolgreiche Bilanz des Betriebsrats in der letzten Amtsperiode. Diese gilt es in einer kontinuierlichen Öffentlichkeitsarbeit zu vermitteln.

Führen Sie den Wahlkampf, der zu Ihnen passt



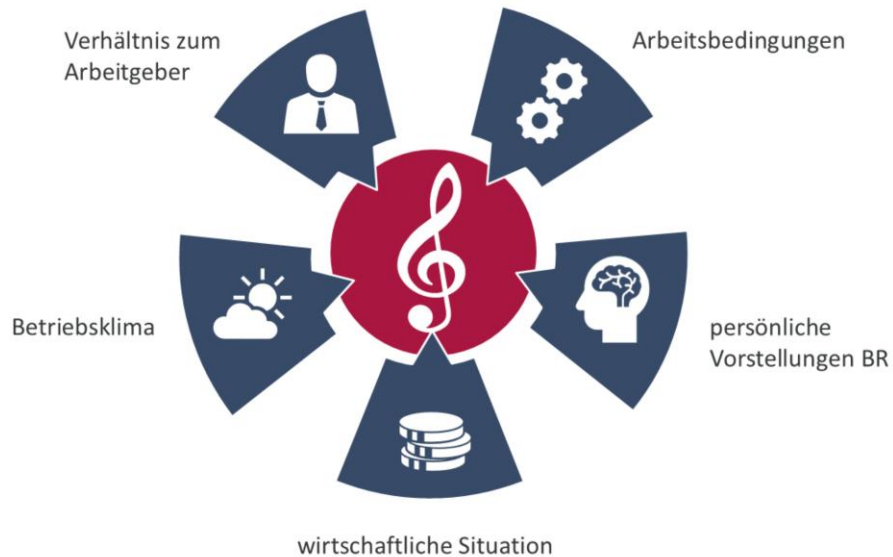
22

Führen Sie den Wahlkampf, der zu Ihnen passt

Welche Wahlkampfstrategie und -taktik die Beste ist? Das hängt ganz von Ihnen ab. Sicher ist, das Ganze muss passen: In einem Betrieb, in dem der Arbeitgeber ständig vor die Einigungsstelle oder das Arbeitsgericht gezerrt werden muss, um Betriebsratsrechte durchzusetzen, ist kein Kuschelwahlkampf angemessen. Dann sollten Sie die Missstände klar ansprechen.

Es kann aber auch sein, dass Sie in der Kooperation mit einem gesprächsbereiten Arbeitgeber große Erfolge für die Belegschaft erzielt haben. In diesem Fall kämen Kampfpapieren schlecht an.

Wählen Sie die passende Tonart



23

Wählen Sie die passende Tonart

Welche Gang- und Tonart der Wahlkampf bekommt, hängt entscheidend ab von:

- Ihrem Verhältnis zum Arbeitgeber während der letzten Amtsperiode,
- dem Betriebsklima generell,
- der wirtschaftlichen Situation des Betriebs,
- den Arbeitsbedingungen in punkto Entgelt, Überstunden, Arbeitsschutz, soziale Einrichtungen, Verhalten der Führungskräfte, Perspektiven der Mitarbeiter etc. und
- Ihren persönlichen Vorstellungen.

Nutzen Sie unterschiedliche Medien



24

Nutzen Sie unterschiedliche Medien

Jeder Betrieb ist anders, jeder Betriebsrat ist anders, aber für jeden gibt es die richtige Medienwahl bei der Öffentlichkeitsarbeit.

Erst die Kombination verschiedener Medien ergibt eine professionelle und wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit des Betriebsrats. Doch welches „Kommunikationskonzept“ für das jeweilige Gremium am besten geeignet ist, richtet sich nach der speziellen Situation im Betrieb.

Übersicht über verschiedene Medien



25

Übersicht über verschieden Medien

- Betriebsversammlung
- Gespräche mit einzelnen oder in Gruppen / Sprechstunde
- Betriebsbegehungen
- Schwarzes Brett
- E-Mail/Offene Briefe/Flugblätter/Newsletter
- Intranet/Internet
- Belegschaftsbefragungen
- Betriebsratszeitung/Broschüren
- Einschalten der Presse

Beschäftigte im Homeoffice erreichen



26

Beschäftigte im Homeoffice erreichen

Viele Beschäftigte im Homeoffice: Diese Kollegen sind nur digital zu erreichen. Dafür müssen spezielle Konzepte entwickelt werden:

- Newsletter per E-Mail
- Evtl. Nutzung von Social Media (Facebook etc.), kein Whats App
- Angebot virtueller Sprechstunden
- Virtuelle Infoveranstaltungen, z. B. in Betriebsversammlung als audiovisuelle Online-Veranstaltung
- Drucken und versenden von Wahlbroschüren?
- Generell im Betrieb: Eher virtuelle Veranstaltungen statt Präsenzevents

Auswirkungen des Betriebsrätemodernisierungsgesetzes (1)

Vereinfachtes Wahlverfahren, § 14a BetrVG

Anwendungsbereich erweitert

kürzere Fristen

weniger Formalitäten



Stützunterschriften, § 14 Abs. 4 BetrVG

weniger Unterschriften
erforderlich



27

Auswirkungen des Betriebsrätemodernisierungsgesetzes (1)

Erweiterung des vereinfachten Wahlverfahrens (§ 14a BetrVG)

- Verpflichtend in Betrieben bis zu 100 Beschäftigte (bisher 50), Option für Betriebe mit 101-200 Beschäftigten.
- Kürzere Fristen, weniger Formalitäten

Stützunterschriften (§ 14 Abs. 4 BetrVG):

- In Betrieben mit bis zu 20 Beschäftigten keine Stützunterschriften mehr
- In Betrieben mit mehr als 20 und bis zu 100 Wahlberechtigten nur noch mindestens zwei Stützunterschriften
- In Betrieben mit 21 bis 100 Wahlberechtigten ist für Vorschläge, die erst auf der Wahlversammlung gemacht werden, keine Schriftform mehr erforderlich; Unterstützung des Wahlvorschlags per Handzeichen ausreichend

Auswirkungen des Betriebsrätemodernisierungsgesetzes (2)

Kündigungsschutz,
§ 15 Abs. 3a KSchG

Verbesserung des Schutzes für
Initiatoren von BR-Wahlen



Anfechtung BR-Wahl,
§ 19 Abs. 3 BetrVG

keine Anfechtung mehr wegen
fehlerhafter Wählerliste

keine Anfechtung durch den
Arbeitgeber wegen unrichtiger
Wählerliste



28

Auswirkungen des Betriebsrätemodernisierungsgesetzes (1)

Verbesserung des Kündigungsschutzes für Initiatoren von BR-Wahlen in bisher betriebsratslosen Betrieben

Anfechtungsrecht der Betriebsratswahl (§ 19 Abs. 3 BetrVG):

- Anfechtung mehr durch Wahlberechtigte wegen fehlerhafter Wählerliste, es sei denn deswegen wurde vorher schon ordnungsgemäß Einspruch erhoben.
- Dies gilt nicht, wenn die anfechtenden Wahlberechtigten an der Einlegung eines Einspruchs gehindert waren.
- Die Anfechtung durch den Arbeitgeber ist ausgeschlossen, soweit sie darauf gestützt wird, dass die Wählerliste unrichtig ist und wenn diese Unrichtigkeit auf seinen Angaben beruht.

Haben Sie Fragen?



Das nächste Online-Seminar

Erfolgreich verhandeln

 04. Juni 2025  11:00 Uhr

Wir freuen uns, wenn Sie wieder mit dabei sind!

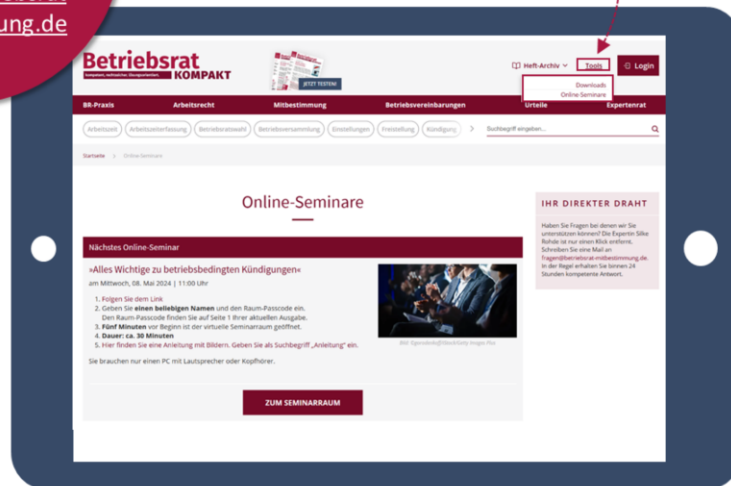
Haben Sie noch
Fragen? Dann
schreiben Sie uns:

[fragen@betriebsrat-
mitbestimmung.de](mailto:fragen@betriebsrat-mitbestimmung.de)

Alle Unterlagen und die Aufzeichnung des
Online-Seminars finden Sie in Kürze unter:

www.betriebsrat-kompakt.de und

www.urteilsticker-betriebsrat.de



Kontakt

Fachredaktion
Melanie Michl
Melanie.Michl@weka.de

Chefredaktion

Rechtsanwältin
Silke Rohde

Visualisierung

Nicola Pridik
www.npridik.de