

Worker Association Canvas

Projekt
 Jimmy John's Workers Union [JJWU]
 Minneapolis, Minnesota | 02/2007-09/2016

Autor*innen
 Gruppendiskussion von 5 FW's
 + ein Einzelinterview

Datum Sept 2016
 Nummer # 001

<p>Basis Primäre Basis (Arbeiter*innen, Bündnispartner*innen, Wähler*innen, Regierung, Presse) ->ArbeiterInnen (Im Laden und Lieferungen) Sekundäre Basis (Bündnispartner*innen, Einflussreiche Personen, Gegner*innen) -> Community UnterstützerInnen/ Allgemeine Öffentlichkeit [+ Landesweite FastfoodarbeiterInnen]</p>	<p>Probleme Die drei größten Probleme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geringe Bezahlung • Fehlende Sicherheiten (Bsp. Stunden/Leistungen (Krankenversicherung etc.) • Mangel an Respekt 	<p>Vorteile durch die Mitgliedschaft Die Top 3 Vorteile (Lösungen) der Mitgliedschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soziales Netzwerk • Kollektive Unterstützung bei Problemen • Übernahme von Schichten 	<p>Strategien Wo finden Kämpfe statt? Wie gewinnen wir?</p> <ul style="list-style-type: none"> • NLRB Wahl für alle Läden in MSP • Direkte Aktionen zur Veränderung von kleinen Problemen • Starkes Netzwerk unter Menschen [+ Öffentlicher Druck]	<p>Konkurrenzvorteil Kann nicht einfach von einem feindlichen Akteur oder Gegner bekämpft oder kopiert werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Widerstandsfähige und militante OrganizerInnen/ Aktivitäten • Salts (Leute, die sich gezielt anstellen lassen um Kampagne zu unterstützen) • Soziale Netzwerke
<p>Kosten Feste und variable Kosten</p> <ul style="list-style-type: none"> • IWW Ortsgruppe • Mitgliedsbeiträge • Fundraising (\$10.000-15.000) 	<p>Schlüsselkennzahlen Schlüssel-Aktivitäten die wir messen</p> <ul style="list-style-type: none"> • # von ArbeiterInnen die an Aktionen teilnehmen • # an Komiteemitgliedern • # der Arbeitsbedingungen die geändert wurden • # der Gewerkschaftsmitglieder • # der Aktionen/ Intensität 	<p>Alleinstellungsmerkmal Eine einfache, klare Botschaft die erklärt warum wir anders sind und es sich lohnt mitzumachen</p> <p>"Löhne so niedrig, das du ausflippst"</p> <p>&</p> <p>"Du hast unsere Rückendeckung"</p>	<p>Kanäle Wege Mitglieder, Bündnispartner*innen und den Rest der Basis zu erreichen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einzelgespräche • Treffens/ SMS/ Flyers/ Plakate • Soziale Veranstaltungen • Facebook 	<p>Kernkompetenzen Drei Dinge in denen wir Weltklasse sein müssen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktionen am Arbeitsplatz • Demokratische Entscheidungsfindung • Soziale Beziehungen • Medienberichterstattung
<p>Mitgliedschafts-, und MultiplikatorInnenstruktur Wie definieren wir die Mitgliedschaft? Wie werden Entscheidungen gefällt? Nach welchen Kriterien definieren wir MultiplikatorInnen? Wie ist die Struktur?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnehmende sind Mitglieder/ Aufgabenverteilung • Entscheidungen durch Mehrheitsentscheidungen • Wöchentliche sonntägliche Treffen • Gewählte Leute (Bsp. Sekteräre, KassiererInnen) 		<p>Mechanismen Was sind unsere Mechanismen oder Anker um Löhne zu erhöhen oder Arbeitsbedingungen zu verbessern? Wie werden Mitglieder gehalten? Wie werden die Erfolge daran gebunden auch Mitglied zu werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktionen auf Betriebsebene • Gerüchte • NLRB Wahlprozess • Öffentlicher Druck • Bildung 		