

Vooraf

Goed contact hebben met de achterban is niet altijd eenvoudig voor een ondernemingsraad (or). Het kost tijd en aandacht. Daar weten wij als vakbond alles van. Maar het is voor een or wel belangrijk om zichtbaar te zijn en betrokkenheid te kweken bij de medewerkers. Daarom biedt ABVAKABO FNV je deze brochure aan. Je vindt er tal van tips om als ondernemingsraad een sterk imago op te bouwen.

ABVAKABO FNV en de or

Een ideale combinatie

Je bent als ABVAKABO FNV-lid in de ondernemingsraad (or) gekomen. Weet je dat er nogal wat raakvlakken zijn tussen het medezeggenschapswerk en het werk van de vakbond? ABVAKABO FNV en de or willen hetzelfde bereiken: goede werkomstandigheden voor iedereen. In de or als vakbondslid: een ideale combinatie.

Gebruik onze kennis

De or krijgt steeds meer verantwoordelijkheden. Dat vereist kennis van zaken. En die kennis haal je bij ABVAKABO FNV. Over bijvoorbeeld arbeidsvoorwaarden, arbeidsomstandigheden, personeelsbeleid, reorganisaties en fusies. Elke zes weken ontvang je het tijdschrift *Kader*, over ontwikkelingen binnen de medezeggenschap, veelgestelde vragen, praktische tips en nadere uitleg over actuele onderwerpen. Heb je behoefte aan specifieke informatie, dan zijn er diverse brochures over or-onderwerpen, checklists, stappenplannen of toelichtingen op cao-afspraken. Ook kun je naar een cursus of workshop van ABVAKABO FNV, bijvoorbeeld over wat de or kan doen aan agressie op het werk, over het opstellen van regelingen voor levensloop, kinderopvang, persoonlijke ontwikkelingsplannen (POP's) of de rol van de or bij de introductie van een nieuw functiewaarderingssysteem. Welke cursussen er zijn, vind je op www.abvakabofnv.nl/scholing, in het ledenblad *Platform A* en in *Kader*.

Contact

- De informatielijn voor or-leden heet OR-Wijzer en is elke werkdag van 13.00 tot 17.00 uur te bereiken op 0900- 67 94 593 (10 ct/min)
- Informatie over medezeggenschap en verkiezingen vind je op www.abvakabofnv.nl/medezeggenschap

Het lidmaatschap van ABVAKABO FNV biedt meer voordelen dan alleen dienstverlening aan or-leden. Als lid kun je bijvoorbeeld gebruik maken van de gratis Belastingservice van FNV en kun je korting krijgen op je ziektekostenverzekering en/of aanvullende rechtsbijstandverzekering. Daarnaast ondersteunt ABVAKABO FNV je bij al je vragen over werk en inkomen.

Kijk voor meer informatie op www.abvakabofnv.nl/lidworden of bel 0900 - 22 825 22 (10 ct/min).

Or-reeks

Port Betaald

ABVAKABO FNV
Antwoordnummer 10018
2700 VB Zoetermeer

Hoe bouw je aan een sterk imago?

Stel je eens voor: collega's die de or-nieuwsbrief lezen zodra deze verschijnt, een vol personeelsrestaurant tijdens een or-werklunch en talrijke kandidaten en echte verkiezingen als er weer een nieuwe ondernemingsraad moet komen... Voor veel ondernemingsraden is de realiteit anders. Het valt immers niet mee om bij je collega's een beetje belangstelling te kweken voor de or. Bovendien; waar haal je de tijd vandaan om de achterban warm te maken? Het raadswerk zelf – stukken lezen, vergaderen, overleggen – is al inspannend genoeg.

Dit is allemaal waar. Maar medewerkers interesseren voor wat de or doet, is absoluut mogelijk. Hoe collega's op de ondernemingsraad reageren, heeft te maken met het beeld dat ze ervan hebben. En daar heb je als or zelf invloed op.

Tip:

Verwacht niet dat de achterban heel actief is.

Verwachtingen

Nieuwe or-leden hebben vaak hoge verwachtingen van de achterban. Ze gaan ervan uit dat medewerkers klaar staan om mee te denken, enquêtes in te vullen en naar bijeenkomsten te komen. Als gaandeweg blijkt dat de werkelijkheid anders is, raken ze teleurgesteld. 'Ze zijn niet geïnteresseerd', klinkt het dan berustend binnen de or-gelederen.

**De gemiddelde or wil 100 procent betrokkenheid van de achterban
Van de gemiddelde achterban:**

- is 10 tot 20 procent niet geïnteresseerd in de or;
- vindt 75 tot 80 procent or-werk belangrijk;
- zou 10 tot 20 procent actief kunnen worden voor de or.

Maar hoe reëel is die verwachting? Je kunt niet van al je collega's dezelfde mate van betrokkenheid verwachten. Je hebt bijvoorbeeld de medewerker die zijn



baan niet het belangrijkste vindt in zijn leven. Hij doet puur zijn werk en komt niet toe aan wat in zijn ogen de or is: de or.

Dan is er de medewerker die vindt dat hij zijn eigen boontjes wel kan doppen. Die carrière maakt en zijn zaakjes buiten de or om regelt.

Ook heb je de collega die de or wel belangrijk vindt, maar er zelf niet actief in wil worden. Als er een or bestaat, laat hij daar met een gerust hart het werk aan over. Niet dat hij te beroerd is om zijn stem uit te brengen bij or-verkiezingen. En een enkel keertje meedenken wil hij ook wel, maar dan moet het echt belangrijk zijn. Ga er maar vanuit dat de meeste van je collega's er zo over denken.

Ter geruststelling: actieve betrokkenheid is wat anders dan positieve waardering. Recent onderzoek wijst uit dat tussen de 70 en 90 procent van de medewerkers de or wel degelijk belangrijk vindt. Driekwart van de werknemers vindt dat hun ondernemingsraad zijn werk goed doet.

Tip

Het is goed om je te realiseren dat veel medewerkers positief zijn over de or, ook al staan zij niet te trappelen om mee te denken of hun mening te geven over zaken waar de or mee bezig is.

Werken aan een sterk imago

De or kan er zelf heel wat aan doen om de betrokkenheid van de achterban te vergroten. Hard werken en mooie resultaten halen is hiervoor niet genoeg. Medewerkers kunnen nog zó profiteren van dat prachtige opleidingsprogramma, als ze niet weten dat de or zich hiervoor heeft ingezet, lopen ze niet warm voor medezeggenschap. Onbekend maakt onbemind - dat is nu eenmaal zo. Een or moet daarom altijd:

resultaat boeken én zichzelf verkopen

Als de or zijn werk goed doet en daarnaast laat zien dat hij kwaliteit levert, dan hoor je de medewerkers denken: 'die or, dat is een goede club mensen, daar wil ik best iets voor doen.' Of: 'daar wil ik best bijhoren.' Wedden dat zich bij de volgende or-verkiezingen meer belangstellenden melden?

Eenvoudig gezegd, maar hoe kun je jezelf verkopen aan de rest van de organisatie?

In de praktijk draait het om vier vragen die je jezelf moet stellen en beantwoorden:

1. *Welk beeld hebben medewerkers van de or?*
2. *Klopt dit beeld? Of: welke or wil je zijn?*
3. *Hoe maak je dat waar?*
4. *Hoe straalt je dat uit?*

1. *Welk beeld hebben medewerkers van de or?*

Om daar achter te komen, kun je de meningen van collega's peilen in de wandelgangen. Welke signalen en verhalen pikken zij op? Hoe is hun beeld van de or tot stand gekomen?

Wanneer or-leden bijvoorbeeld telkens met een ernstig gezicht zeggen dat het allemaal niet meevalt, dan ontstaat bij medewerkers het gevoel: 'de or is een tober.'

Verzuchten or-leden wanhopig dat ze niets voor elkaar krijgen, dan denken medewerkers: 'de or is een tandeloze tijger.'

Laten or-leden vermoeid weten dat ze veel werk verzetten voor de or maar nooit serieus worden genomen, dan krijgen de collega's het idee: 'de or is een onderdanige sloof.'

Het kan ook anders. Vertel enthousiast over dat leuke plan voor een nieuw personeelsrestaurant. Laat trots weten dat de functioneringsgesprekken eindelijk van de grond gekomen zijn. Straal voldoening uit nu je een goede regeling voor werkoverleg voor elkaar gekregen hebt.

Inspirerend, enthousiast, deskundig en succesvol: dát zijn de signalen die de or moet uitzenden en die de achterban moeten bereiken.

Imago or:

Tobber, taneloze tijger en suffe sloof?

Of:

Enthousiaste, inspirerende en deskundige doorzetter?

Dat kunnen jullie zelf beïnvloeden!

2. *Welke or wil je zijn?*

Welke or je wilt zijn, bepaal je helemaal zelf. Wil je deskundig zijn en degelijk werk afleveren? Wil je vooral lef hebben en met frisse ideeën komen? Of wil je een betrouwbare vraagbaak zijn bij wie medewerkers altijd terecht kunnen?

Dit zijn geen vragen om op een achternamiddag te beantwoorden. Wil je de or echt een eigen gezicht geven, investeer dan in een cursus voor alle (nieuwe) or-leden. Daar werk je samen om vragen te beantwoorden als: wat kan de or bijdragen aan de organisatie? Wat zijn voor de or de belangrijkste thema's? Kortom: wat ziet de or als zijn missie en visie? En ook: hoe wil de or te werk gaan?

De ondernemingsraad kan reactief zijn. Plannen van de directie afwachten en daarover advies geven. Maar hij zich ook proactief opstellen, eigen ideeën aandragen en de agenda mede bepalen. Dat is een rol die meer tijd kost dan de afwachtende houding, maar ook meer zichtbaarheid oplevert. In de cursus verzamel je de antwoorden op de centrale vragen en schrijft ze op in een werkplan. Daarmee heb je iets concreets in handen. Dat werkplan kun je als leidraad gebruiken bij het dagelijkse or-werk. En je kunt er de publiciteit mee opzoeken: je eigen gezicht laten zien aan de achterban.

3. *Hoe maak je dat waar?*

De ondernemingsraad moet zijn zaakjes goed voor elkaar hebben. Weet daarom wat je rechten en plichten zijn. Een goed naslagwerk op je boekenplank over de Wet op de ondernemingsraden (WOR) is geen overbodige luxe. Zorg dat je over alle informatie beschikt waar je recht op hebt.

Bespreek vooraf met alle or-leden wat je wilt bereiken, en hoe je dat gaat aanpakken. Weet wat er speelt in de organisatie en wat belangrijk is. Neem niet te veel hooi op je vork, maar kies gericht. Doe je huiswerk en bouw deskundigheid op. Wees niet bang om je standpunt duidelijk te maken in de overlegvergadering, ook al is dat niet precies wat de bestuurder wil horen.

4. *Hoe straal je dat uit?*

Of je nu wilt of niet, communiceren doe je altijd. Je kunt niet 'niet-communiceren'. Ook al zeg je niets, anderen vangen toch bepaalde signalen op. Mensen zien hoe je kijkt, hoe je loopt en hoe je erbij staat. Als je je daar bewust van bent, kun je daar gebruik van maken. Je kijkt dan door de ogen van je collega's naar de or. Je zorgt ervoor dat ze zien wat je wilt dat ze zien. Wil je te boek staan als actieve positieve or, bewaar het klagen dan voor als je met or-leden onder elkaar bent. Wil je vraagbaak zijn, zorg ervoor dat je de kennis paraat hebt waarmee je collega's verder kunt helpen. Wil je overkomen als enthousiast en initiatiefrijk, vertel collega's dan over nieuwe plannen en verwerk teleurstellingen samen met andere or-leden. Straal uit wat je wilt zijn en werk actief aan je imago.

Boemerangeffect

Je imago komt altijd als een boemerang bij je terug. Het bepaalt of medewerkers contact met je willen of niet. Of ze bereid zijn je nieuwsbrieven te lezen of mee te doen aan enquêtes. Of ze zich kandidaat stellen en of ze gaan stemmen. Als ze dat massaal doen, is dat een signaal aan de directie. Een or die lééft bij zijn achterban, staat sterker in de overlegvergadering.

Het gaat er dus om een zo groot mogelijk deel van de achterban te betrekken bij wat de or doet. Zodat zich, liefst spontaan, kandidaten melden bij de volgende or-verkiezingen.

Als je dat voor elkaar wilt krijgen, is een driejaarlijkse noodkreet om kandidaten niet genoeg. Meedraaien in de or is niet iets waarvoor medewerkers zomaar ineens belangstelling hebben. Die belangstelling moet groeien. Gras groeit niet door eraan te trekken. Evenmin levert trekken aan medewerkers gemotiveerde kandidaten op. Werken aan een vruchtbare bodem is het enige dat werkt - de hele zittingsperiode lang. Dat doe je door steeds zichtbaar, hoorbaar en zo nodig voelbaar te zijn.

Communiceren met de achterban

Contact onderhouden met de achterban is niet iets dat af en toe moet gebeuren. Het is een doorlopende activiteit. Simpel is het niet, omdat elke or het druk heeft. Je moet maximaal resultaat zien te halen met minimale inspanning. Waar het om gaat is het volgende:

1. *Houd de achterban op de hoogte.*
2. *Sta open voor reacties, suggesties en signalen uit de achterban.*
3. *Zorg ervoor dat je er bent als het nodig is.*

Tip

Achterbancontact begint al bij de introductie van nieuwe personeelsleden: houdt voor hen een presentatie of zorg voor een folder over de or.

1. Houd de achterban op de hoogte

Het is verplicht om verslagen van de or- en overlegvergaderingen bekend te maken. Maar zo'n verslag is niet het beste middel om medewerkers te informeren. Vaak stellen bestuurder en or na de overlegvergadering een gezamenlijke nieuwsbrief op. Daarin staan de belangrijkste besluiten en onderwerpen van de vergadering op een rijtje. Het verslag heeft een formeel karakter. Wil je als or de achterban vrijuit informeren, breng dan regelmatig een eigen nieuwsbrief uit. Daarin kun je uitleggen waarom je bijvoorbeeld een bepaald compromis hebt moeten sluiten.

Tips voor een goede nieuwsbrief:

- Verzin een originele, leuke naam;
- Schrijf toegankelijk en bondig over onderwerpen die de achterban interesseren;
- Breng nieuws van de or - niet van de directie;
- De berichtgeving focust vaak op meningsverschillen, met woorden als 'niet eens' en 'geen overeenkomst'. Hierdoor krijg je als or een opstandig, negatief imago. Laat ook vooral zien wat je bereikt. Gebruik termen als 'kritisch opbouwend' en 'overleg verliep met veel discussie maar in goede sfeer';
- Zorg voor een aantrekkelijke vormgeving van de nieuwsbrief;
- Vraag om reacties;
- Vermeld de contactgegevens van or-leden.

Verspreid de nieuwsbrief via e-mail, intranet, op (eigen) publicatieborden of leg de nieuwsbrieven neer op plekken waar je collega's ze zeker zullen zien. Of vraag of ze meegestuurd kunnen worden met het maandelijkse salarisoverzicht of het personeelsblad.

Tip

Vraag de Communicatieafdeling of ze mee willen helpen een aantrekkelijke huisstijl voor de or te maken.

2. *Sta open voor reacties, suggesties en signalen uit de achterban*

Goede communicatie komt van twee kanten. Jij wilt je boodschap overbrengen aan je collega's. Maar medewerkers moeten ook de or kunnen bereiken. Zij moeten hun reacties, ideeën en suggesties kunnen overbrengen aan de or. Vermeld dus in elke uiting (intranet, nieuwsbrief, publicatieborden) de contactgegevens van or-leden: telefoonnummers en e-mailadressen van ten minste de voorzitter en de (ambtelijk) secretaris, en eventueel ook van de andere or-leden. Plaats er ook foto's bij, dat vergroot de herkenbaarheid. Een andere mogelijkheid is een ideeënbus op een centrale plaats met de oproep: 'Vind jij dat het beter kan? Drop hier je ideeën dan!'

Wees verder zuinig met enquêtes. Het is veel werk en voor je het weet zijn medewerkers enquêtemoe. Kies liever voor een maandelijkse or-lunch: or-leden schuiven aan bij medewerkers. Ga op zoek naar contactpersonen per divisie, afdeling, of team. Praat hen regelmatig bij. Zo ontstaat een informatienetwerk voor de or en kun je jouw collega's op de hoogte houden. Adopteer een afdeling. Bezoek die regelmatig om te horen wat er speelt. Een bijzondere manier om de achterban aan het woord te laten, is de 'open stoel'. Staat er een punt op de agenda van de or-vergadering dat belangrijk is voor een bepaalde afdeling of dienst, nodig dan een medewerker van die afdeling uit. Die vertelt wat er binnen zijn of haar afdeling speelt. Maak gebruik van informele momenten om medewerkers te zien, te spreken en te horen. Vergeet niet ze te laten weten wat de or heeft gedaan met hun inbreng.

Tip

Gebruik de wandelgangen voor achterbancontact.

3. *Zorg dat je er bent als het nodig is*

Soms gebeurt er iets dat er bij collega's flink inhakt. Een ingrijpende bezuiniging bijvoorbeeld, een fusie of reorganisatie. Zaken die flinke veranderingen of verslechtingen voor medewerkers met zich mee brengen, en die het halve bedrijf op zijn kop zetten. De or weet doorgaans als eerste wanneer er grote veranderingen voor de deur staan. De or vergadert erover met de directie en brengt na verloop van tijd advies uit. Laat de achterban vanaf het begin zien hoe de or met de kwestie omgaat. Betrek de medewerkers bij het denkproces over de veranderingen. Ga naar de afdelingen toe of organiseer een bijeenkomst in de kantine. Zo krijgt de or vaak nuttige informatie van de achterban te horen. Informatie die de or kan gebruiken als hij advies uitbrengt.

Wat voor de medewerkers belangrijk is, is dat de or hen informeert en raadpleegt, zich sterk voor hen maakt in de overlegvergadering en de resultaten daarvan meldt. Het gebeurt vaak dat een or zijn nieuwe leden 'krijgt' uit afdelingen waarvoor hij in het verleden iets heeft betekend.

Nieuwe or-leden oogsten

Regelmatige en langlopende contacten tussen or en achterban leggen de bodem voor het werven van kandidaten. Met die werving moet je overigens niet wachten tot kort voor de verkiezingen. Als je tijdens de hele zittings-termijn werk maakt van mogelijke kandidaten heb je meer kans op succes. Probeer een kweekvijver aan te leggen van collega's die belangstelling hebben voor medezeggenschap, of die wel eens bereid zijn mee te denken. Dat kan op verschillende manieren:

1. *Werk met externe commissieleden*

Een commissie van de or hoeft niet enkel uit or-leden te bestaan. Er kunnen ook niet-or-leden toetreden. Een medewerker met belangstelling voor personeelsbeleid kan prima de HRM-commissie van de or versterken. Een collega met verstand van cijfers wil misschien wel in de financiële commissie. Zo kan de or medewerkers aantrekken die zich wel willen inzetten, maar de stap te groot vinden om zich echt kandidaat te stellen. Is zo'n medewerker eenmaal actief in een commissie, dan zou hij wel eens de smaak te pakken kunnen krijgen. Mogelijk heeft de or er dan een goede kandidaat bij.

2. *Organiseer een netwerk van contactpersonen*

Via contactpersonen per divisie, afdeling of team kan de or contact houden met de achterban. Deze contactpersonen zijn medewerkers die bereid zijn zich in te zetten voor de or. Ook die mensen passen prima in de kweekvijver van de or.

3. *Nodig toehoorders uit bij vergaderingen*

Sommige medewerkers willen eerst iets meer weten over de or, weten hoe die werkt. Bied hen de kans de sfeer te proeven in de or en nodig hen uit als toehoorder bij een vergadering. Dat kan ook bij een overlegvergadering als je dit even aan de bestuurder voorlegt. Vraag de toehoorder na de vergadering om een reactie, en maak tijd om zijn vragen te beantwoorden.

4. *Creëer een stageplaats*

Medewerkers die wel voelen voor een plek in de or, kunnen last hebben van twijfel: Kan ik dat wel? Een 'stage' is een mooie gelegenheid om antwoord te krijgen op die vraag. De medewerker wordt als stagiaire actief in de or en kan daarbij verschillende taken krijgen. Meedoen in or- en overlegvergaderingen bijvoorbeeld, deelnemen aan een commissie of bijdragen aan het contact met de achterban. Hoe de stage eruit ziet, hangt af van de wensen en mogelijkheden van de stagiaire en van de or. Overleg in elk geval eerst met de medewerker die op stage wil. Maak ook afspraken met de directie en met de leidinggevende van de stagiaire over de tijd die voor de stage beschikbaar is.

5. *Wees alert op mogelijke kandidaten en besteed aandacht aan ze*

Als or-lid ontmoet je veel medewerkers. Houd steeds je ogen open voor mogelijke kandidaten, zodat je een goed gevulde kweekvijver voor or-leden kunt aanleggen.

Als je een geschikte kandidaat tegenkomt, stap dan niet plompverloren op hem af met de vraag: 'Wil jij niet in de or?' De kans is groot dat de gedroomde kandidaat zich overvallen voelt en weigert. Kandidaten werven vereist een lange adem. Houd veelbelovende medewerkers op de hoogte over de activiteiten van de or, vraag of ze suggesties hebben, en nodig hen eens uit voor een or-vergadering.

Tip

Houd steeds een top drie van or-resultaten bij de hand. Zorg ervoor dat je erover kunt vertellen aan medewerkers.

De verkiezingen komen eraan

Het is handig als de verkiezingscommissie vroeg begint met het opstellen van een communicatieplan. Hoe gaan we de medewerkers informeren en motiveren om zich kandidaat te stellen? Hoe kunnen ze stemmen? Maak de verkiezingsdatum bekend, leg de procedures uit (hoe kan een medewerker zich kandidaat stellen?) en verspreid informatie over de or. Leg or-jaarverslagen en informatiebrochures op leestafels, zorg voor informatie op intranet. Wat heeft de or aangepakt in de afgelopen zittingsperiode en wat zijn de resultaten? Haak ook in op de actualiteit: welke zaken komen er binnenkort op de agenda waar medewerkers echt belang bij hebben?

Vraag ook aan de bestuurder de verkiezingen in de schijnwerpers te zetten. Als hij duidelijk maakt dat hij de ondernemingsraad serieus neemt en or-leden de tijd biedt hun werk goed te doen, dan zullen medewerkers makkelijker de stap naar de medezeggenschap zetten.

Tip

Zorg ervoor dat je altijd kunt vertellen wat de lasten, maar vooral ook de lusten van het or-werk zijn.

Lusten en lasten van or-werk

Lusten:

- Brede blik op de organisatie
- Kijkje achter de schermen
- Groter netwerk
- Je leert veel; persoonlijke groei
- Je betekent iets voor collega's

Lasten:

- Veel vergaderen
 - Veel leeswerk
 - Jouw inzet valt niet altijd op
 - Het kost (soms vrije) tijd
-

De or met bloeiende achterbancontacten en een rijk gevulde kweekvijver kan nu gaan oogsten. Laat het niet bij een algemene oproep tot kandidaatstelling, maar kies voor de persoonlijke benadering. Praat met de mogelijke kandidaten. Schets een eerlijk beeld van de investering die het or-werk kost (tijd en inspanning), maar laat ook de lusten niet onvermeld. Or-werk levert kennis en ervaring op buiten je 'gewone' werk. Je doet extra contacten op en je ontwikkelt een brede blik op de organisatie. Het is interessant werk, dat voldoening geeft. Je maakt je immers nuttig voor je collega's en je organisatie.

Tip

Motiveer de medewerkers om te gaan stemmen: een grote opkomst bij de stembus is een signaal aan de bestuurder! Denk aan een goede voorlichting over de stemprocedure en aan een tijdige oproep om te stemmen. Denk aan posters met foto's van de kandidaten, een krantje waarin ze zich voorstellen, en een aardigheidje na het stemmen.

Tip

Maak de uitslag feestelijk bekend. Zorg ervoor dat de nieuwe or-leden zich voorstellen aan de medewerkers.

En de laatste tip:

Alle begin is moeilijk, dus laat nieuwelingen in de or niet zwemmen. Vraag ex-leden hen in te werken en ze wat fijne kneepjes van het or-vak bij te brengen.