

OR Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door OR Rendement

OR Rendement is een nieuws- en adviesmagazine over medezeggenschap voor leden van de ondernemingsraad of de personeelsvertegenwoordiging, ambtelijk secretarissen, vakbondsbestuurders en externe adviseurs. OR Rendement behandelt de ontwikkelingen op de belangrijkste thema's voor medezeggenschap zoals personeelszaken, arbeidsomstandigheden en financiën. Tevens geeft OR Rendement praktische informatie over de werkwijze van de ondernemingsraad en personeelsvertegenwoordiging: wat zijn de rechten van medezeggenschap, hoe organiseer je verkiezingen, welke invloed kun je uitoefenen etc.

OR Rendement onderscheidt zich door:

- Beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- Elke keer een gedegen vergelijkend warenonderzoek onder OR-dienstverleners;
- Veel signalerend nieuws over veranderende regelgeving;
- Interactieve, persoonlijke e-mailservice met nieuwe vacatures, sites, congressen en publicaties.

Meer informatie op: www.rendement.nl/or

Voordelig proefabonnement aanvragen? www.rendement.nl/orser



REKEN AF MET DE BEKENDE UITDAGINGEN IN HET CONTACT MET DE ACHTERBAN

Vol gas over de sociale drempels

**Meedoen en meedenken. Dat is waar het OR-werk om draait. En dankzij het OR-werk oefent u invloed uit op de bedrijfsvoering en daarmee ook op uw eigen werk. Wie wil dat niet? He-
laas wijst de praktijk uit dat veel werknemers dat niet willen. En dat plaatst de OR voor flinke uitdagingen: het werven van genoeg OR-leden, het krijgen van inbreng van collega's en ervoor zorgen dat collega's lezen of horen waar de OR mee bezig is. Hoe pakt uw OR-team die veelvoorkomende problemen aan?**

Veel ondernemingsraden en PVT's ervaren problemen met de achterban, zoals een tekort aan kandidaten, een minimale opkomst bij een bijeenkomst voor achterbanberaad of een tegenvallende respons bij een achterban-enquête. Drie van de meest voorkomende problemen zijn:

- 1 De OR krijgt nul op het rekest als hij de achterban op input vraagt.
- 2 Er melden zich onvoldoende kandidaten voor de OR-verkiezingen.

- 3 De werknemers hebben geen hoge pet op van het medezeggenschapswerk.

Probleem 1: bij vragen, geen reactie

Reacties van de achterban vallen vaak tegen: een lege e-mailbox van de OR, het inloopspreekuur dat niet wordt bezocht of de vraag om te reageren op de OR-nieuwsbrief waarop geen reacties volgen. Veel OR'en hebben moeite om reacties te

krijgen. Dat is vervelend als je collega's wilt laten meedenken bij een advies of instemming dat de OR uitbrengt. Dit heeft vooral te maken met het feit dat iedereen denkt dat iemand anders wel zal reageren. En uiteindelijk komen er dan dus weinig of helemaal geen reacties.

Oplossingen

- Spreek mensen direct en persoonlijk aan. Dan is de kans op een reactie vele malen groter.
- Kies voor persoonlijk contact als u de kans op zinvolle reacties wilt vergroten. Schriftelijke vragen (of in de meeste gevallen: per e-mail) hebben altijd een groter risico om onbeantwoord te blijven.
- Kies een concreet onderwerp en stel een duidelijke vraag. Een algemene oproep om te reageren onder aan de notulen of nieuwsbrief roept ook weinig reactie op omdat collega's niet precies weten waarop ze moeten reageren. Terwijl een vraag als 'hoe ervaar jij de werkdruk op je afdeling?' veel gericht is.
- Wees concreet in wat u verwacht van de achterban: 'kunt u ons laten weten wat u vindt van de nieuwe kledingvoorschriften?' levert veel minder reacties op dan 'kunt u vóór vrijdag 12.00 uur aangeven of de nieuwe gehoorbeschermers voldoende bescherming bieden?'

Probleem 2: tekort aan kandidaten

Niet veel OR'en kampen met een overschot aan kandidaten bij de verkiezingen. Vaker is het een kwestie van lege zetels,

Als niemand iets doet, doe ik ook mooi niks!

Kitty Genovese is een bekend voorbeeld van een begrip wat later het 'bystander effect' werd genoemd. Deze jonge vrouw werd halverwege de jaren zestig vermoord op straat. Omstanders liepen voorbij en deden niets. Hoe kan dat? Een factor die hier een rol bij speelt, is het versnipperen van verantwoordelijkheid voor de situatie als veel mensen als omstander aanwezig zijn. Iedereen verwacht dan dat iemand anders handelt. Uiteindelijk

doet niemand iets. Een tweede factor is sociale druk. Mensen willen voorkomen dat ze voor gek staan. Als je iets doet waarmee je opvalt, loop je dat risico. Als (kandidaat-)OR-lid valt iemand ook op. Dat wordt door mensen als een mogelijk risico voor het werk of de loopbaan beschouwd. Tenslotte kijken mensen vaak naar de reactie van anderen om te bepalen hoe zij zelf zullen reageren. 'Als niemand iets doet, doe ik ook niets'.

moeite moeten doen om kandidaten te werven of zelfs geen kandidaten kunnen vinden. Eén van de oorzaken is de angst om op te vallen. Een OR-lid staat meer in 'de spotlights', dan een collega die niet in de ondernemingsraad actief is. Veel collega's zullen kiezen voor een wat minder zichtbare rol in de organisatie.

Oplossingen

- Laat zien dat het OR-werk goed is voor de loopbaan. Bijvoorbeeld door de directie of HR hierover uitspraken te laten doen. Zeker in tijden van campagnes om nieuwe OR-leden te werven, is dit een mooie manier om de OR te promoten en drempels te verlagen.
- Maak het OR werk 'gewoon'. Door in uw communicatie niet te hoogdravend te doen over het OR-werk, gewone taal te gebruiken ('advies geven over' in plaats van 'beantwoorden van een adviesaanvraag') en vaker aan collega's in persoonlijk contact wat uit te leggen over waar de OR mee bezig is. Hoe 'gewoner' de OR wordt binnen uw onderneming, hoe minder angst mensen zullen hebben om daarin op te vallen.

Probleem 3: imago van de OR zakt in

OR'en stoeien vaak met hun imago. Soms terecht, maar vaak ook niet. Zo denken veel mensen dat de OR geen invloed heeft of dat hij zich niet met belangrijke zaken

“ **Veel mensen denken dat de OR geen invloed heeft** ”

bezighoudt. Dit vertaalt zich vaak naar een gebrek aan kandidaten bij de verkiezingen en weinig reacties in het algemeen. Of erger: in negatieve reacties. Dit heeft er onder andere mee te maken dat mensen 'veralgemeeniseren'. Ze hebben bijvoorbeeld een keer meegemaakt dat de OR een advies aan directie gaf dat niet werd opgevolgd. Die ervaring wordt dan de basis van hoe er naar de OR gekeken

De wereld indelen in 'goed' en 'fout' maakt het makkelijk

Mensen zoeken zo snel mogelijk naar overzicht in een wereld vol informatie. Het makkelijkst is om bij alle informatie die u te verwerken krijgt onmiddellijk te weten of u er iets aan heeft. Een begrip uit de psychologie dat roet in het eten gooit is het 'halo-effect'. Een halo is een heiligenkrans. Iemand met een positieve eigenschap (zoals een aantrekkelijk uiterlijk) krijgt automatisch andere positieve eigenschappen toegedicht, zonder dat daar aanleiding voor is. Dat is de reden dat knappe mensen vaak sneller worden aangenomen, ook al zijn ze in de praktijk niet per se beter. In de context van de OR: een OR die goed werk heeft verricht tijdens de laatste reorganisatie, zal ook wel in staat zijn om een goed onderhan-

delingsresultaat te boeken bij de aankomende cao-onderhandelingen.

Het horn-effect

Helaas hebben veel ondernemingsraden (ook) last van het omgekeerde effect: het 'horn-effect' (de horens van een duivel). Dit ontstaat bij iemand met een duidelijk aanwezige negatieve eigenschap. Die zorgt ervoor dat hij ook andere negatieve eigenschappen krijgt toegeschreven. Stel u voor dat uw OR een initiatiefvoorstel heeft ingediend voor bedrijfsfitness dat niet is aangenomen door de bestuurder. Dan kan het zijn dat dit negatieve resultaat voor collega's de OR in een negatiever daglicht stelt dan op basis van de feiten logisch is.

wordt. Zo'n algemeen beeld is niet alleen vervelend, maar ook lastig bij te stellen.

Oplossingen

- Communiceer simpel, duidelijk en regelmatig de resultaten van het OR-werk. Als u het beeld van collega's wilt bijstellen na een minder positief traject, zet daartegenover dan concrete informatie over een succesvol project.
- Wees duidelijk over welke OR-adviezen wel en welke niet zijn overgenomen. Zelfs als de hoofdlijnen van een advies niet worden overgenomen, heeft u in het gesprek met de directie of in het advies vast punten aangedragen die wel effect hadden. Leg dat duidelijk uit aan de achterban. Zo zien zij een bepaald advies niet alleen maar als 'mislukt' of 'gelukt', maar krijgen zij een genuanceerder beeld van het OR-werk.

Problematiek

Deze drie veelvoorkomende problemen zijn maar een greep uit de kast van de medezeggenschapsproblematiek. Toch maken ze wel duidelijk dat het contact tussen de OR en de achterban niet vanzelfsprekend goed gaat. U moet de mouwen daarom hoog opstropen om

ook echt alles uit het achterbancontact te halen. Sommige van deze hordes lijken in de praktijk wel erg hoog. Toch kan iedere ondernemingsraad hoog genoeg leren springen om die hordes te nemen. Het is daarbij belangrijk om in ieder geval samen een werkplan te maken en achteraf te evalueren. Houd in het achterhoofd dat deze uitdagingen vooral te maken hebben met de manier waarop collega's naar de ondernemingsraad kijken. Door persoonlijk,

“ **Maak altijd samen een werkplan en evalueer achteraf** ”

regelmatig en actief met collega's over het OR-werk in gesprek te gaan, krijgen zij een beter en realistischer beeld van wat de OR doet. En is de kans dat ze er enthousiast over worden en mee willen denken en doen een stuk groter.

Aukje Menger, trainer en communicatieadviseur bij SBI Formaat, tel. 06 51 39 10 07, e-mail: aukje.menger@sbi.nl, www.sbi.nl