

OR Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door OR Rendement

OR Rendement is dé informatiebron voor leden van de ondernemingsraad (OR) of de personeelsvertegenwoordiging (PVT), ambtelijk secretarissen, vakbondsbestuurders en externe adviseurs. Wat zijn de voor de medezeggenschap relevante wijzigingen in wet- en regelgeving, en hoe kunt u dit op beleidsmatig en strategisch niveau uitwerken? Daarnaast moet u op de hoogte zijn van de klassieke OR-thema's, zoals de OR-verkiezingen, het OR-jaarverslag, het instemmingsrecht en communicatie met de achterban.

De onafhankelijke en ervaren redactie van OR Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. OR Rendement is daarnaast multimediaal. De voor uw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar u onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot uw beschikking heeft;
- wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- maandelijks in het vakblad OR Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.

Kijk voor meer informatie of een proefabonnement op www.rendement.nl/orblad

VIER CONCRETE AANBEVELINGEN VOOR HOGE OPKOMST BIJ OR-VERKIEZINGEN

Iedere stem telt!

De periode rond de OR-verkiezingen is altijd een spannende tijd. Hoe groter de opkomst tijdens de OR-verkiezingen is, hoe liever. Een grote opkomst betekent dat de werknemers erg betrokken zijn bij de medezeggenschap én het leidt tot een representatieve samenstelling van de OR. Dat betekent dat ook uw bestuurder niet om de OR heen kan en de raad serieus moet nemen. Hoe kunt u de opkomst vergroten?

Het is natuurlijk prachtig als werknemers in groten getale hun stem uitbrengen tijdens de OR-verkiezingen, maar in de praktijk is dit niet zo vanzelfsprekend. De prangende vraag is dan ook: hoe zorgt uw OR voor een hoge opkomst bij de eerstvolgende OR-verkiezingen? Onderstaande tips bieden u de helpende hand.

1. Zorg dat er wat te kiezen valt

Tijdens de zittingsperiode zal uw OR naar buiten toe zo veel mogelijk als eenheid opereren. In de verkiezingsstrijd moet er echter wel wat te kiezen zijn. Dat betekent dat kandidaten die gekozen willen worden nu juist hun verschillen moeten benadrukken, ook al bent u dat als OR-lid misschien niet gewend. Vergelijk het maar met de verkiezingen voor de Tweede Kamer: het is het spannendst als de standpunten uiteenlopen en het de vraag is welke politieke partij de grootste wordt – dat motiveert mensen om naar het stembureau te gaan. In aanloop naar de verkiezingen benadrukken de partijen en kandidaten daarom vooral de verschillen tussen de verkiezingsprogramma's.

Onderscheid

Hoe zorgt u ervoor dat er iets te kiezen valt? OR-leden schrijven meestal geen

verkiezingsprogramma's, zoals politieke partijen dat doen. Het is echter wel een goed middel om kandidaten van elkaar te onderscheiden. Ga eerst na welke onderwerpen de komende tijd van belang zijn. Als het goed is, zijn de belangrijkste thema's al met uw bestuurder uitgewisseld tijdens het laatste overleg over de algemene gang van zaken (het artikel 24-overleg).

Onderwerpen

In aanvulling daarop kunt u samen met uw eigen achterban een lijstje onder-

werpen aanleggen: welke onderwerpen moet de nieuwe OR volgens hen oppakken? U kunt hiervoor werknemers in de wandelgangen aanspreken, een brainstormsessie organiseren of bijvoorbeeld uw netwerk via social media vragen om geschikte thema's voor de verkiezingen aan te dragen. Met alleen een inventarisatie van onderwerpen bent u er natuurlijk nog niet. Als verkiezingskandidaat moet u immers ook een mening hebben over al die thema's. Het is dus belangrijk dat u duidelijke standpunten inneemt.

Actiepunten

Kies maximaal vijf actiepunten die u wilt realiseren. Zo is uw programma na de verkiezingen ook direct een goede basis om samen met alle nieuwe OR-leden een plan op te stellen.

Houd bij het kiezen van uw actiepunten rekening met het volgende:

- Kies actiepunten die inspelen op wat er leeft bij uw achterban.
- Leg de nadruk op de zaken die u onderscheiden van de rest.

Vooraf discussiëren maakt standpunten concreet

Het kan een levendig onderdeel van de verkiezingstijd zijn om kandidaten voor de OR-verkiezingen over verschillende onderwerpen te laten discussiëren. Dit is een laagdrempeliger manier voor de kandidaten om standpunten bekend te maken dan een officieel verkiezingsdebat. Uw OR kan bijvoorbeeld elke week een nieuwe stelling over één van de onderwerpen bedenken en deze aan alle kandidaten voorleggen: wat vinden zij dat er moet gebeuren?

Zo'n discussie nodigt de kandidaten uit om over het betreffende onderwerp een mening te vormen en maakt de standpunten van de kandidaten ook concreet.

Inzichten

U kunt ook de aanstaande kiezers uitnodigen om mee te doen aan de discussies door te reageren op de stellingen. Op die manier betreft u hen alvast bij de verkiezingen. Bovendien kan dit interessante inzichten opleveren voor uw OR.

- Formuleer uw actiepunten zo concreet mogelijk en schrijf uw programma helder, wervend en toegankelijk.
- Presenteer alvast mogelijke oplossingen voor knelpunten of problemen binnen de organisatie die u graag wilt verhelpen.
- Genereer eventueel extra aandacht met een paar ludieke programmapunten.
- Giet uw programma in een aantrekkelijke vormgeving met afbeeldingen.

2. Organiseer een verkiezingsdebat

Voor politieke partijen zijn debatten belangrijke momenten die de uitslag sterk kunnen beïnvloeden. Vooral het debat op de laatste avond voor de verkiezingen blijkt een grote invloed te hebben op het stemgedrag van de kiezer. Zo werkt het ook bij de OR. Organiseer daarom als OR ook een debat vlak voor de verkiezingen. Met de onderstaande tips zorgt u ervoor dat het verkiezingsdebat vlekkeloos verloopt:

- Neem tijd voor de voorbereiding. Een knullig georganiseerde bijeenkomst schaadt het imago van de OR.
- Kies maximaal drie of vier onderscheidende stellingen en formuleer deze zo concreet en helder mogelijk.
- Hanteer duidelijke spelregels en maak ze vooraf bekend (voorbeelden vindt u in debathandleidingen).
- Kies voor een voorzitter die de debatten aantrekkelijk en strak leidt.
- Zorg voor vaste spreekbeurten en spreektijden; dan krijgt iedere kandidaat evenveel tijd.
- Beperk het debat tot één uur; anders verliezen de kiezers hun aandacht.
- Gebruik een centrale aftelklok die het slot van elk debat aangeeft.
- Zorg voor goede catering: babbelen en knabbelen is een goede combinatie.

Oproep

Organiseer het debat op een moment dat er veel werknemers op kantoor aanwezig zijn. Zorg ook voor een livestream, zodat werknemers die thuis of op een andere locatie zijn het debat online kunnen volgen. Stem dit op een geschikt moment af met de bestuurder, zodat hij ervoor kan

Zorg voor een onderscheidend kandidatenprofiel

Werknemers die zich verkiesbaar hebben gesteld voor de OR, kunnen een (digitaal) kandidatenprofiel aanmaken. Denk er vooraf goed over na hoe u zich het beste kunt onderscheiden van de andere kandidaten:

- Gebruik een goede, liefst professionele digitale foto.

- Leg uit waarom u de meest geschikte kandidaat bent.

- Beschrijf in één korte zin wat u de kiezer ‘beloofd’.

Uw OR kan eventueel een stemwijzer laten maken. Dit helpt (twijfelende) kiezers om de kandidaat te vinden die zijn standpunten het best vertegenwoordigt.

zorgen dat werknemers het debat kunnen bijwonen.

Is een verkiezingsdebat tussen kandidaten over actuele onderwerpen een stap te ver, dan kunt u ook ‘de medezeggenschap binnen de organisatie’ als onderwerp kiezen. De huidige, niet-herkiesbare OR-leden kunnen deze discussie primaleiden – zij zijn immers ervaringsdeskundigen. Laat de bestuurder pleiten voor een goede opkomst. Vragen die aan de orde kunnen komen zijn bijvoorbeeld:

- Waarom moeten werknemers wel of niet stemmen?
- Wat is de waarde van de medezeggenschap voor de organisatie?
- Wat zijn belangrijke kwaliteiten voor een OR-lid?
- Welke bijdrage kunnen de kandidaten leveren aan de OR?
- Op welke onderwerpen moet de OR zich de komende periode richten?

Geef ook nu het woord aan werknemers.

Doe een quiz, peil de kennis over waar de OR of een kandidaat voor staat. Hoe dan ook, de boodschap moet zijn: er valt wat te kiezen en uw stem doet ertoe!

3. Profileer u digitaal

Steeds meer ondernemingsraden houden digitale verkiezingen, of bieden de mogelijkheid van digitaal stemmen naast analoge verkiezingen. Digitaal stemmen heeft als voordeel dat de verkiezingen meestal langer dan één dag duren en dat werknemers niet fysiek naar het stembureau hoeven te komen; ze kunnen eenvoudig vanaf hun eigen (werk)plek of thuis stemmen. Dat vergroot de kans op een hogere opkomst voor de OR-verkiezingen aanzienlijk.

De meeste digitale stemomgevingen bieden kandidaten de mogelijkheid om een eigen (digitaal) profiel aan te maken, waarmee ze zichzelf kunnen presenteren (zie kader hierboven).

4. Zet de eindsprint in

Veel kiezers beslissen pas op het laatste moment of en op wie ze gaan stemmen. Daarom zijn de laatste dagen voor de OR-verkiezingen extra belangrijk. Een paar suggesties om zo veel mogelijk werknemers te laten stemmen:

- Vraag de ICT-afdeling om de laatste dagen voor de OR-verkiezingen de homepage van het intranet te voorzien van een welkomstekst zoals ‘nog x dagen tot de verkiezingen!’.
- Verspreid een flyer die oproept om te stemmen, kort beschrijft wat de OR doet en hoe de raad te bereiken is.
- Laat weten dat stemmen per volmacht ook kan en leg uit hoe dat werkt.
- Zet cakejes neer bij de koffieautomaat of deel ze uit op de afdelingen: ‘Stemmen op de OR: piece of cake’.
- Verloot onder de stemmers een tegobon als beloning.
- Organiseer een stembusuitdaging, waarbij bijvoorbeeld de directie er iets tegenoverstelt als er een bepaald opkomstpercentage wordt gehaald.

Als afsluiting van de OR-verkiezingen is het leuk om de uitslag echt te vieren met een feestelijke bijeenkomst en de uitslag van de verkiezingen dan officieel bekend te maken.

Johannes Kooistra, senior trainer en adviseur medezeggenschap bij CAOP, e-mail: j.kooistra@caop.nl, www.caop.nl