

Wie wil in de OR?

In dit whitepaper geeft MZ Services je tips en uitleg bij het werven van kandidaten voor de OR.

Want hoe overtuig je je collega's dat dit de beste bonusbaan is die er bestaat?

Gepubliceerd door MZ
Services.



Voordat we beginnen

Iets dat ondernemingsraden vaak doen, is pas nadenken over het werven van leden wanneer de verkiezingen voor de deur staan. **En dan ben je dus te laat.**

Wanneer begin je met werven?

Een heel eenvoudig antwoord: niet. Je begint hier niet mee. Het moet een continu aandachtspunt van de ondernemingsraad zijn. Wanneer je pas begint met werven wanneer de verkiezingen in zicht zijn, loop je al achter de feiten aan.

Wil je bepaald gedrag van je collega's - namelijk dat ze zich kandidaat stellen voor de verkiezingen - zul je al eerder moeten zorgen dat ze hier een beetje warm voor zijn. En om een positieve houding ten opzichte van medezeggenschap te hebben, moet je op z'n minst weten wat het OR-werk inhoudt. Wanneer je pas begint met informatie en kennis delen met de verkiezingen in zicht, zal een groot deel van je collega's nog niet de stap naar kandidaat maken voor de sluitingsdatum.

Wanneer je dit doorlopend doet gedurende de zittingstermijn van de OR, hoef je de bal alleen nog maar in te kopen in je verkiezingscampagne.

Tips bij het werven

Iedere OR komt wel tot de juiste middelen,
de **posters**, mogelijk digitale verkiezingen...
Maar de juiste invalshoek kan je helpen!

Tip 1 - promotiewerk als doorlopend proces

Veel OR'en beginnen met het werven van kandidaten en het versterken van de PR vlak voor de verkiezingen. Maar in de praktijk blijkt dat die informatie vooral aankomt bij mensen die al belangstelling hebben. De OR'en die hun PR goed verzorgen tijdens de hele zittingsperiode en voortdurend communiceren over het belang van de OR en de resultaten die de OR heeft gehaald, blijken juist in zo'n periode extra aandacht te kunnen genereren. Mensen hoeven niet meer overtuigd te worden van het belang van de OR, maar zijn dat al.

Tip 2 - betrek meer mensen bij het OR-werk

Veel mensen die eerder bij de OR betrokken zijn geweest, hebben al kennis gemaakt met het werk en de mogelijkheden van de OR. Mensen die op een of andere manier al betrokken zijn bij het werk van de OR zijn namelijk beter op de hoogte van wat de OR doet en zullen zich mogelijk sneller kandidaat stellen. Maak dus een klankbordgroep/projectgroep van collega's om het OR-werk bekend te maken bij een breder publiek.

Tip 3 - onderzoek belemmeringen, neem ze weg

Kom erachter wat mensen tegenhoudt om zich verkiesbaar te stellen. Vaak genoemd worden bijvoorbeeld: werkdruk en gebrek aan tijd, twijfel over de eigen capaciteiten, te weinig kennis van wat de OR nu precies doet. Benoem dit en leg uit waarom dit niet het geval is of wat je er aan kunt doen. Betrek ook de directie om faciliteiten voor de OR te regelen.

Tip 4 - investeer in de werving

Een goede campagne kost tijd en energie. Maar het belang van voldoende kandidaten rechtvaardigt die extra inspanning. En zet meerdere manieren in. Promoot de OR digitaal maar ook op kantoor. Stuur algemene berichten maar kies ook voor persoonlijke gesprekken.

Tip 5 - benoem de toegevoegde waarde

Veel mensen hebben er weinig weet van dat ze veel leren en daardoor ook persoonlijk veel voordeel kunnen hebben van het OR-werk. Het is de moeite waard om ook dat te profileren. Denk ook aan talent- en competentiegericht werken in de OR wat bijdraagt aan het vergroten van iemands kennis en vaardigheden. Plus natuurlijk de extra kennis die je opdoet van je eigen organisatie. Je wordt betrokken in het besluitvormingsproces van de bestuurder, een unieke positie!

Het stappenplan

Het werk van de OR is een beetje een bonusbaan, je doet het erbij. Iedere OR heeft baat bij een **structuur en stappenplan** om de vaart er in te houden.

Stap 1 - maak een plattegrond

Van alle afdelingen van jouw organisatie. Maak zo inzichtelijk waar de zittende OR-leden werken. Zij kunnen van hun eigen afdeling mensen noemen die geschikt zouden zijn. En je ziet direct welke afdelingen niet vertegenwoordigd zijn in de OR.

Stap 2 - maak contact

Met de afdelingen die niet in de OR vertegenwoordigd zijn. Vraag de leidinggevende om de OR onder de aandacht te brengen en benader je collega's van deze afdeling persoonlijk.

Stap 3 - lijstjes

Maak een lijst van alle collega's die geschikt zouden zijn voor de medezeggenschap. Praat persoonlijk met deze mensen, nodig ze uit voor een kopje koffie en houd bij wie je gesproken hebt. Een heel globaal eerste gesprek. Laat je niet tegenhouden door iemands kwalificaties, dit komt later pas. Is het namelijk niet voor deze termijn, dan wel voor een volgende.

Stap 4 - filteren

Zet op een rij welke kwaliteiten de OR heeft en welke komen te vervallen. Benader mensen nu gericht voor een bepaalde rol in de medezeggenschap van jullie organisatie.

Stap 5 - maak een verkiezingsprogramma

Geef aandacht aan de lange termijn! Communiceer de plannen die de OR heeft maar vraag hier ook input voor van je collega's. Betrek je collega's actief bij de medezeggenschapsplannen.

Stap 6 - betrek de directie

Voor je collega's is het een veelbetekenend signaal wanneer de directie actief betrokken is bij je verkiezingscampagne. Vraag de directie om de collega's op te roepen zich verkiesbaar te stellen.

Stap 7 - zorg dat je gezien wordt

Niets is te gek of teveel wanneer het om je verkiezingscampagne gaat. Zolang jullie nieuwe kandidaten werven, is de OR en medezeggenschap top of mind bij al je collega's.

Verkiezingen

En na al het werven komen de verkiezingen.
MZ Services publiceert regelmatig
whitepapers, ook over verkiezingen.

Meer whitepapers van MZ Services?
Houd de website in de gaten of schrijf je in
voor onze [nieuwsbrief](#). Zo blijf je altijd op
de hoogte van relevante OR-informatie.

 013-467 65 97

 info@mzservices.nl

 www.mzservices.nl

 Stadhuisplein 75d, 5038 TB
Tilburg

