

Communicatieplan Ondernemingsraadverkiezingen

Situatie

Op vinden er verkiezingen plaats voor nieuwe OR-leden. Het huidige aantal leden is er moeten 5 nieuwe leden geworven worden, zodat er in totaal .. leden zitting hebben in de OR.

Doelstellingen

1. Positioneren van de OR
2. Werven van kandidaten voor de OR
3. Medewerkers enthousiasmeren om te stemmen

Knelpunten

- Onzichtbaarheid van de OR en gebrek aan waarneembare resultaten
- Leden en voorzitter van de OR zijn niet 'zichtbaar' genoeg
- Mensen weten niet wat de OR doet of voor staat, en hebben hierdoor geen interesse om zich kandidaat stellen of om te gaan stemmen
- Mensen hebben geen tijd, te druk, hoofd wil het niet hebben

Doelgroep

Alle medewerkers van de onderneming

Stappenplan per doelstelling

Positioneren van de OR

Voordat er begonnen wordt met het werven van kandidaten is het belangrijk dat de OR zich in de maanden voorafgaand aan de verkiezingen zich duidelijk gaat laten zien binnen de organisatie. Dit zodat mensen weer weten waar het om gaat bij de OR, wat ze doet en wat ze kan bereiken.

Strategie

De beste manier hiervoor is de zogenaamde warme communicatie. Dat betekent veel aandacht voor directe overdracht van informatie, één op één of kleine groepen en bijeenkomsten. Een zogenaamde "OR on Tour".

- Ga op zoek naar de belangrijkste personen in het netwerk van de OR, zoals de bestuurder, het hoofd P&O, de Arbofunctionaris en preventiemedewerker.
- Probeer de OR eerder betrokken te laten zijn bij het meedenken over beleid, dit leidt tot eerder geaccepteerd beleid.
- Zorg dat de OR als waarnemer aan tafel zit bij belangrijke trajecten zoals de ontwikkeling van visie/missie en strategie.
- Niet pas communiceren bij ingestemd beleid door de OR, maar direct communiceren bij MT principebesluit en geef dan de status van het rapport aan bijv. gaat ter instemming naar de OR. Bij eerder communiceren ben je als

OR in staat om te horen wat medewerkers er van vinden en ze te polsen. Zo ben je een interessante bron van informatie voor de bestuurder.

- Geef de bestuurder vroegtijdig ongevraagde adviezen, biedt doorlopend informatie over weerstanden en pols medewerkers op voorstellen.

Een en ander met ondersteuning van schriftelijke communicatie. Het tijdsverloop dient doorlopend te zijn, neem een lange aanlooptijd. Start vanaf heden.

Middelen

Interpersoonlijke communicatie

- Lunchbijeenkomst, zeepkistbijeenkomsten, ideeënsessies, maak gebruik van storytelling, een OR-lid vertelt op enthousiaste verhalende wijze met veel concrete voorbeelden uit de praktijk wat de OR allemaal heeft bereikt.
- Bezoek afdelingsoverleggen, vraag een kwartier de tijd per afdelingsoverleg voor een enthousiast praatje over de OR, neem hier natuurlijk in mee dat de OR op zoek is naar enthousiaste kandidaten).
- Laat de bestuurder lobbyen voor de positie van de OR. Met name bij afdelingshoofden die niet positief staan ten opzichte van medezeggenschap. De bestuurder betrekken bij bijeenkomsten over de OR-verkiezingen waarbij hij het belang van de OR benadrukt en aangeeft dat de OR-leden gefaciliteerd worden. Dit werkt niet bij een eenmalige actie. De bestuurder moet zich meerdere keren uitspreken over het belang van medezeggenschap.
- Stel een wekelijks inloopsprekuur in
- Bied medewerkers de mogelijkheid een keertje te proefdraaien bij de OR (bezoek van een OR-vergadering)
- Op de afdelingen waar beperkt mogelijkheden zijn om de computer te gebruiken is het belangrijk een intermediair als ambassadeur in te schakelen. Vooral daar is het belangrijk om bijeenkomsten te organiseren en werkoverleggen te bezoeken. Maak medewerkers op deze afdelingen duidelijk wat de OR kan betekenen bij zaken die op deze afdelingen specifiek spelen, bijvoorbeeld arbeidsomstandigheden.

Schriftelijke communicatie

- De OR-nieuwsbrief voortzetten maar frequenter, liever een kortere versie dan één met 4 kantjes.
- Bekijk ook de mogelijkheid van een elektronische versie (nieuwsbrief). De mogelijkheden zijn in huis om via een elektronische nieuwsbrief te versturen.
- Opsomming van successen in personeelsblad
- Frequente aanlevering van nieuwsberichten voor intranet
- Up to date houden (maken) van intranetpagina's (communicatie kan hierbij ondersteuning bieden in de vorm van het maken van een subhome, een soort homepage voor de OR)

- Virtuele ideeënbus, of melden van zaken via intranet
- Publiceer de verslagen van de OR-vergadering op intranet, geef in een nieuwsbericht op de homepage de highlights van de vergadering weer.
- Interview OR met Stadsdeelsecretaris (stel vragen over een onderwerp dat leeft) op intranet of in de Volle Vaart
- Ontwikkel een logo voor de herkenbaarheid
- Doe een onderzoek naar het imago van de OR, dit kan via intranet, mail of schriftelijk, door middel van goede vraagstelling komen de pijnpunten naar voren waardoor je in de aanloop naar de verkiezingscampagne daar nog op in kan springen. Als mensen antwoorden dat hun hoofd niet wil dat ze bij de OR gaan dan weet je dat je mensen moet informeren dat je hoofd dat niet tegen mag houden. En de stadsdeelsecretaris moet dan ingeschakeld worden om die weerstand bij de hoofden weg te nemen.

Sociale media / digitaal

- Zet voor de werknemers (besloten) facebookpagina op speciaal voor de verkiezingen van de OR. Deze kan later omgezet worden in algemene OR pagina.
- Maak een twitteraccount waarmee algemene informatie over de verkiezingen kan worden gegeven. De verschillende kandidatenlijsten kunnen elk een eigen twitteraccount aanmaken. We kunnen ook een account delen.

Werven van kandidaten voor de OR

Enige maanden voor de verkiezingen moet worden begonnen met de campagne om medewerkers te enthousiasmeren om zich kandidaat te stellen voor de OR. Start vanaf drie maanden voor de verkiezingsdatum.

Strategie

Ook hier speelt de directe persoonlijke communicatie weer een grote rol, met de nodige schriftelijke communicatie ter ondersteuning.

Middelen

Directe persoonlijke communicatie

- De huidige leden moeten zoveel mogelijk mensen proberen te bereiken via het informele circuit, de rookkamer, de koffiemachine etc.
- Gebruik ook hier weer de mogelijkheden om werkoverleggen te bezoeken.
- Houd regelmatig kleine steekproeven in de organisatie, spreek mensen direct aan. Spreek vooral over de positieve aspecten van de OR.

Schriftelijke communicatie

- Postercampagne, bedenk prikkelende teksten over actuele onderwerpen die medewerkers prikkelen om zich kandidaat te stellen.
- Oproepen op intranet, het bedrijfsblad en de OR-nieuwsbrief.
- Brief naar huisadres werknemersmedewerker, vermeld hierin alle informatie, de profielschets, uren ter besteding aan OR-werkzaamheden, wijze van vergaderen en frequentie, werkzaamheden etc.

Sociale media / digitaal

- Zet voor de werknemers (besloten) facebookpagina op speciaal voor de verkiezingen van de OR. Deze kan later omgezet worden in algemene OR pagina.
- Maak een twitteraccount waarmee algemene informatie over de verkiezingen kan worden gegeven. De verschillende kandidatenlijsten kunnen elk een eigen twitteraccount aanmaken. We kunnen ook een account delen.

Medewerkers enthousiasmeren om te stemmen

Voor de verkiezingsdag moeten de medewerkers ook bereidwillig zijn om daadwerkelijk te gaan stemmen op de kandidaten. Start vanaf twee weken voor de verkiezingsdatum. De frequentie verhogen. .

Strategie

Hierbij kan de OR beperkt blijven tot het gebruik van schriftelijke communicatie en sociale media.

Middelen

Schriftelijke communicatie

- Berichten op intranet en in het bedrijfsblad
- Stel elke week een kandidaat voor met posters en op intranet
- Verkiezingskrant met foto's en interviews van de kandidaten. Waarom stel je je verkiesbaar? Wat wil je bereiken als OR-lid? Waarom moeten medewerkers op jou stemmen? Wat kun je betekenen voor de OR?
- Postercampagne
- Brief aan huisadres met stembiljet
- Herinneringsmail voor het stemmen of per post stemmen
- Zorg voor een duidelijke stemprocedure

Sociale media

- Als er ook per post gestemd kan worden twee dagen voor de laatste instuurdag een twitter sturen

- Daags voor de verkiezingsdatum de werknemers via twitter attenderen op de verkiezingsdatum
- Op de verkiezingsdag een twitter bericht sturen

Denk van tevoren na over de wijze van stemmen, gebeurt dat schriftelijk of op kantoor/werf met een stembus? Is dat op één of meerdere dagen. Maak gebruik van een leus, bijvoorbeeld: Ben jij al in de stemming? Maak ook gebruik van beelden, bijvoorbeeld een (spot)prenten en laat dat beeld overal in de campagne terugkomen. Deel gadgets uit de dag voorafgaand aan de stemdag, of bij inlevering van het stemformulier.

Tot slot maak een goede tijdsplanning waarin alle acties uitgezet worden in de tijd en wie wat doet. Denk ook na over een vaste persoon voor de communicatie.

Evaluatie

Laat de aandacht na de verkiezingen niet verslappen. Wees snel met berichtgeving over de verkiezingsuitslag. Zorg dat de nieuwe leden op de intranetpagina's van de OR te vinden zijn. Maak werk van de installatie van de nieuwe leden.

Daarna is het belangrijk dat de OR nog genoeg van zich te laat horen, denk aan:

- Bericht over de allereerste vergadering
- Bericht over het eerste succes
- Breng meteen een OR-nieuwsbrief uit
- Organiseer zeker twee keer per jaar een bijeenkomst over een bepaald (actueel) thema