



NIEUWE OR TRAINING

## Communiceren met de achterban

Je wilt weten hoe je het beste communiceert met de achterban. Je wilt direct aan de slag en snel resultaten. Je hebt een *hoe-vraag*. Zoals iedereen. Maar als je werkelijk vlot een verhaal of boodschap voor je achterban wilt maken, dan kun je beter met de *wat-vraag* beginnen. Want als je niet weet *wat* je wilt vertellen, kun je niet bedenken *hoe*.

In dit stuk vind je alles om snel een goede boodschap voor de achterban te creëren. Eerst drie *wat-vragen*. Daarna het antwoord op de *hoe-vraag* in twee delen: acht tips voor succesvolle communicatie in het algemeen en acht tips om een leesbare tekst te schrijven.

### A. Wat is je doel?

Wil je de achterban alleen informeren? De betrokkenheid vergroten? Heb je input van ze nodig? Of wil je ze tot actie oproepen? Het ligt voor de hand misschien, maar het ene doel vraagt een andere aanpak dan het andere.

De vuistregel: zoveel energie en tijd als je in de communicatie met de achterban steekt, zoveel krijg je ook (op termijn) terug. Dus hoe meer je van je achterban wilt, hoe meer je zult moeten investeren.

### B. Wat wil je vertellen?

Wat wil je aan de achterban kwijt? Wat is interessant voor ze om te weten? Wat moeten ze weten?

De grootste valkuil: OR-leden denken vaak dat de achterban op dezelfde manier geïnteresseerd is als zichzelf. Maar meestal is dat niet zo. Vandaar dat het goed is om na te denken over wat die achterban eigenlijk wil en moet weten.

### C. Wie wil je iets vertellen?

Voor wie is je boodschap bedoeld? Wat weet die al van het onderwerp? Wat is het belang voor hem?

Een voorbeeld: Notulen en agenda's zijn relevant voor de OR en de bestuurder, maar ze zijn grotendeels *non-informatie* voor buitenstaanders. Wil je de achterban informeren over wat er in de vergadering gebeurt? Dan kun je beter korte en toegankelijke samenvattingen maken.

## D. Hoe ga je het vertellen?

Nu we eindelijk bij de hoe-vraag zijn aangekomen, heb ik toch nóg een vraag voor je: wil je mondeling of schriftelijk communiceren? De meeste ondernemingsraden denken bij communicatie met de achterban alleen aan schriftelijke communicatie. Maar mondeling kan natuurlijk ook. Sterker nog, wil je effectief zijn in je communicatie, dan heb je beide nodig.

Mondelinge communicatie lijkt meer tijd in beslag te nemen, maar dat valt reuze mee. Vooral als je het op natuurlijke momenten inplant en met groepen, bijvoorbeeld in een werkoverleg.

## Acht tips voor succesvolle communicatie

### 1. Zorg voor een heldere en eenduidige boodschap

Vertel je verhaal zo dat mensen het in één keer begrijpen. Houdt het kort en bondig. Beperk je tot één onderwerp tegelijk en probeer nooit volledig te zijn.

Grootste valkuil: *the curse of knowledge* oftewel de kennisval. Mensen die veel van een onderwerp weten, vergeten hoe het was om het niet te weten. Ze maken hun uitleg te moeilijk. Bovendien realiseren ze zich niet dat een ander misschien niet zo geïnteresseerd is en geven teveel details.

### 2. Maak het persoonlijk

Schrijf zoals je spreekt en spreek zoals je tegen je vrienden praat. Spreek mensen rechtstreeks aan: gebruik jij of jullie en ik of wij.

Onpersoonlijke communicatie creëert afstand. Maken je verhaal of tekst ontoegankelijk. Het raakt mensen niet. Ze voelen zich niet aangesproken, zijn niet betrokken. Zodoende reageren ze niet, denken ze niet mee en lijkt het alsof het ze niet geïnteresseerd zijn.

### 3. Wees open

Wees eerlijk en duidelijk over je bedoelingen. Heb je een mening, doe dan niet of het een feit is. Of erger nog: de waarheid.

Mensen willen hun eigen mening kunnen vormen. Ze houden er niet van dat je ze in een bepaalde richting duwt of dat je ze manipuleert. Openheid zorgt ervoor de je niet alleen nu je doel bereikt, maar ook in de toekomst. Het zorgt voor de balans tussen doel en relatie.

### 4. Breng het positief

Spreek positief over de OR, jullie ambities en resultaten. Benoem wat wel kan in plaats van wat niet kan. Denk in mogelijkheden in plaats van problemen. Zélf als je oplossing voor een probleem zoekt.

Gedrag is besmettelijk. Je oogst wat je zaait. En je wilt dat mensen positief zijn over de OR en wat deze doet, lijkt mij. Je hebt in ieder geval een positief imago nodig om invloed uit te kunnen oefenen.

#### 5. Neem ze mee in je denkproces

Laat de achterban weten hoe je tot een bepaald besluit bent gekomen. Leg uit waarom iets in de jullie optiek de beste beslissing was, gezien de omstandigheden.

Als je mensen alleen een uitkomst vertelt, weet je zeker dat ze het niet zo maar zullen aannemen. De reactie is: 'Hebben jullie hier aan gedacht? Daar aan gedacht? Hoe zit het met ...?' Als OR doorloop je een heel denkproces, discussieer je met elkaar, weeg je af en onderhandel je met de bestuurder. Mensen hebben inzicht in dat proces nodig om een besluit te kunnen begrijpen én accepteren.

#### 6. Wees zorgvuldig

Denk na over wat je zegt en hoe je het zegt. Communiceer alleen over OR-zaken (dus geen individuele kwesties en zaken waar de OR geen bemoeienis mee heeft). En zorg dat alle OR-leden hetzelfde vertellen.

#### Verantwoordelijkheid

Als OR-lid spreek en schrijf je voor de OR. En de OR is een officieel onderdeel van de organisatie. Het effect van wat je zegt is vele malen groter dan wanneer je op persoonlijke titel spreekt. Dat betekent dat je verantwoordelijkheid hebt als OR-lid.

#### Geloofwaardigheid

Je maakt je als OR ongeloofwaardig als OR-leden verschillende verhalen vertellen. Waren er meningsverschillen in het besluitvormingsproces? Maak dan afspraken over het verhaal naar buiten.

#### 7. Maak het interactief

Zorg voor interactie. Vertel niet alleen je verhaal, maar beantwoord ook vragen. Stél zelf vragen. Wees benieuwd naar de mening of visie van de mensen uit jullie achterban.

Veel OR-en beperken de communicatie met de achterban tot éénrichtingsverkeer (zenden). Maar de meerwaarde van een OR, de *macht* zelfs, zit in de input en feedback *vanuit* de achterban. Dat levert cruciale en bruikbare informatie op.

#### 8. Doe het niet allemaal alleen (of zelf)

Je hoeft niet alles zelf te doen of uit te zoeken. Richt een communicatiecommissie op met mensen (van binnen én buiten de OR). Zoek mensen met een passie voor communicatie. Mensen die het leuk vinden om stukjes te schrijven, presentaties te houden of andere creatieve dingen te bedenken.

Ieder zijn kwaliteiten. Sommige mensen hebben nou eenmaal gevoel voor schrijven, anderen niet. Bovendien, een commissie met externe leden creëert betrokkenheid. Zo sla je twee vliegen in een klap.

## Acht tips voor een leesbare tekst

1. Probeer niet mooi te schrijven, maar makkelijk
2. Houd je zinnen kort en varieer met zinslengte
3. Laat onnodige werkwoorden (zoals worden) weg, neem altijd de kortste vorm
4. Streep alle overbodige woorden weg (wees rigoureuus)
5. Gebruik geen afzwakkende woorden zoals even, een beetje, misschien, waarschijnlijk
6. Herhaal niet steeds dezelfde woorden
7. Vermijd formeel, ambtelijk of wollig taalgebruik
8. Maak gebruik van koppen

Hier volgt een voorbeeld in drie stappen. In het eerste kader vind je een tekst van een willekeurige OR. In het tweede kader lees je de herschreven versie. Het derde kader bevat mijn uitleg over de aanpassingen.

### Versie OR

Tijdens de viering van het OR jubileum hebben we ook de uitkomsten van het organisatie onderzoek v.w.b. het OR onderdeel mogen presenteren. De gemiddelde tevredenheid met de OR was in 2006 een 6,96. In de BV Nederland krijgt de OR een 6,5 en jullie gaven de OR een 7,34. We zijn hier uiteraard zeer vereerd mee

Er zijn 7 vragen gesteld welke betrekking hadden op de OR. De punten waarop we kunnen verbeteren volgens dit onderzoek zijn:

- Duidelijkheid werkzaamheden OR
- Communicatie vanuit OR
- Stem medewerker binnen OR

In de nieuwe samenstelling en tijdens de jaarlijkse cursus zullen bovenstaande punten worden meegenomen om te worden aangepakt. Hierbij dient wel aangegeven te worden dat deze punten door jullie niet als onvoldoende zijn aangegeven, alleen was hier nog ruimte om te verbeteren.

### Dezelfde tekst, aangepaste versie

#### Tevredenheid

De tevredenheid over de OR is sinds 2006 met bijna een halve punt gestegen. We kregen een dikke 7 van jullie. Daar zijn we blij mee. We doen het zelfs beter dan het landelijke gemiddelde. Dus dank!

Natuurlijk kunnen we nog wat verbeteren. Volgens het onderzoek vooral op de punten:

- duidelijkheid over onze werkzaamheden
  - onze communicatie
  - het meenemen van jullie mening in de besluitvorming
- (Niet dat jullie over deze onderwerpen *ontevreden* zijn)

We gaan ermee aan de slag. Hoe en wat? Dat weten we nog niet. Maar we komen er op terug. Dat beloven we.

### Uitleg aanpassingen

Tijdens de viering van het OR jubileum hebben we ook de uitkomsten van het organisatie onderzoek v.w.b. het OR onderdeel mogen presenteren.

- > *Teveel informatie in één zin, dat maakt het ingewikkeld om te lezen.*
- > *Doet het Jubileum er in deze zin toe? Het lijkt mij van niet. Ik zou daar een apart kopje voor maken.*
- > *Het woord mogen heeft geen functie.*

De gemiddelde tevredenheid met de OR was in 2006 een 6,96. In de BV Nederland krijgt de OR een 6,5 en jullie gaven de OR een 7,34. We zijn hier uiteraard zeer vereerd mee.

- > *De cijfers zijn niet zo interessant, de verbetering wel en ook de vergelijking met het Nederlands gemiddelde.*
- > *De BV Nederland maakt het onnodig ingewikkeld. Want wat bedoelt de schrijver?*

Er zijn 7 vragen gesteld welke betrekking hadden op de OR.

- > *Welke moet die zijn.*
- > *Dit is geen relevante informatie. Het is te volledig.*

De punten waarop we kunnen verbeteren volgens dit onderzoek zijn:

- > *De volgorde leest niet makkelijk. Ik zou er twee zinnen van maken.*

- Duidelijkheid werkzaamheden OR
- Communicatie vanuit OR
- Stem medewerker binnen OR

- > *De vermelding OR, vanuit OR en binnen OR voegt niets toe. Het is logisch dat het hier over de OR gaat.*

In de nieuwe samenstelling en tijdens de jaarlijkse cursus zullen bovenstaande punten worden meegenomen om te worden aangepakt.

- > *Zullen worden meegenomen om te worden aangepakt. Dat zijn wel heel veel werkwoorden en dat maakt het onnodig ingewikkeld.*

Hierbij dient wel aangegeven te worden dat deze punten door jullie niet als onvoldoende zijn aangegeven, alleen was hier nog ruimte om te verbeteren.

- > *Dit is een goed voorbeeld van formeel / ambtelijk taalgebruik.*

Tot slot een belangrijke vraag. Wil je *gewoon* communiceren over de dagelijkse gang van zaken? Of is er iets met een groot belang? Iets waarvoor je actieve betrokkenheid van de achterban nodig hebt? Dat maakt voor de communicatie nogal uit. Vergelijk een gesprek met een vriend(in) en een functioneringsgesprek met je leidinggevende. Over het eerste denk je niet eens na, het tweede bereid je voor. Bovenstaande tips gaan over gewone, dagelijkse communicatie. Voor communiceren om een groot belang, heb je een *sticky story* nodig. Een verhaal dat plakt. De tekst daarover is in de maak. Nu al meer weten? Neem dan contact op: [judith@nieuweortraining.nl](mailto:judith@nieuweortraining.nl) of 06 3717 2625.