

Meer uit het personeelshandboek halen



Uw personeelshandboek staat vast bomvol met regelingen: over vakantie, verlof, verzuim, beloning en ga zo maar door. In het handboek zet u de regeltjes op een rij. Er valt echter meer uit te halen. Het kan ook een middel zijn om onder de aandacht te brengen waar de organisatie voor staat en wat u aan de werknemers te bieden heeft. Dat kan motiveren!

In de praktijk hanteren organisaties verschillende namen voor een bundeling van collectieve regels en afspraken, waaronder personeelshandboek, personeelsreglement, bedrijfsreglement en personeelsgids. De wet maakt geen onderscheid tussen de termen; er zijn geen specifieke wettelijke bepalingen voor, zoals bij de [arbeidsovereenkomst](#) en de [cao](#) wel het geval is. In de rest van dit artikel wordt 'personeelshandboek' (toolbox) gehanteerd.

Naast juridische waarde ook communicatie-instrument

Het personeelshandboek is voor veel organisaties onmisbaar. Het is van grote waarde voor de praktische bedrijfsvoering en voor de juridische afspraken. Het handboek kan een aanvulling op de cao vormen en beperkt het aantal bepalingen in de individuele arbeidsovereenkomst. Wel is het voor afspraken die volgens de wet alleen geldig zijn als ze schriftelijk zijn overeengekomen, het beste om deze in de arbeidsovereenkomst (of een addendum) op te nemen en niet in het handboek. Bij handboeken ontstaat vaak de discussie of de werknemer heeft ingestemd met een bepaling.

Een eerste vereiste voor een goed handboek is dus dat de inhoud correct, volledig en actueel is, en niet overlapt met bepalingen in de arbeidsovereenkomst en/of cao. Maar als u alleen daarop focust, ziet u een belangrijke tweede vereiste over het hoofd. Als centraal document heeft het handboek óók een functie bij de communicatie met het personeel. U moet dus zorgen dat u er de gewenste boodschap over uw organisatie mee uitdraagt.

Taaie opsomming van regels en arbeidsvoorwaarden

Uw werknemers zullen bij indiensttreding voor het handboek hebben getekend en als het goed is, raadplegen ze het ook regelmatig. De vaak taaie opsomming van regels en [arbeidsvoorwaarden](#) is niet erg inspirerend. Dat is jammer, want zo versterkt u niet de boodschap dat uw organisatie veel te bieden heeft. Op het gebied van arbeidsvoorwaarden, maar vooral ook daarbuiten. De keuzes die u in het handboek maakt, vertellen namelijk waar uw organisatie voor staat.

Vier voorwaarden personeelshandboek

Als u wilt dat de boodschap aantrekkelijk en inspirerend is, moeten de regels en afspraken in het handboek passen bij de waarden van uw organisatie en de sfeer die er heerst. En met de juiste aanpak kunt u het handboek ook inzetten om deze waarden te onderstrepen en te bevestigen. Zo versterkt u het verhaal dat uw organisatie over zichzelf uitdraagt. Dat is cruciaal, want alleen een aansprekend verhaal zorgt ervoor dat werknemers zich identificeren met uw organisatie en zich ermee verbonden voelen. Om dit doel te bereiken, moet het personeelshandboek voldoen aan vier voorwaarden:

- Het moet duidelijk zijn. De werknemer moet teksten direct kunnen begrijpen.
- De inhoud moet werknemers aanspreken, zodat zij zich kunnen identificeren met de organisatie en zich ermee verbonden voelen.
- Het handboek moet actueel zijn en de werknemer moet kunnen zien wat er recent is gewijzigd.
- Het document moet toegankelijk zijn.

Wat zijn de waarden van uw organisatie?

Het is niet eenvoudig de waarden van uw organisatie in woorden te vangen. Om te beginnen moet u weten welke waarden het zwaarst wegen en het meest de identiteit bepalen. Dit zijn de kernwaarden.

Hier is in uw organisatie waarschijnlijk al over nagedacht. Mogelijk heeft het management hiervoor zelfs een strategisch document laten opstellen. Maar ook als de kernwaarden nooit apart onder woorden zijn gebracht, kunt u ze vaak uit eerdere communicatie-uitingen afleiden. Kijk bijvoorbeeld eens naar de beschrijving van uw organisatie in vacatureteksten.

Richtlijnen voor tekst personeelshandboek

U wilt met uw handboek veel informatie én een aansprekende boodschap overbrengen. Dat lukt alleen met structuur. Zorg dus voor een duidelijke indeling; zet informatie overzichtelijk bij elkaar en geef met koppen en tussenkoppen aan waar ieder onderdeel over gaat. Houd het beknopt. Hoe korter een stuk tekst, hoe makkelijker het leest.

Vermijd hoogdravend taalgebruik, want dat spreekt vaak niet aan

Of uw tekst duidelijk is en aanspreekt, hangt ook af van uw taalgebruik. De aard van de organisatie en werknemers bepaalt welke stijl past. Dit is een kwestie van maatwerk, maar enkele richtlijnen kunt u altijd volgen:

- Wissel voor de leesbaarheid korte en lange zinnen af, maar maak uw zinnen niet té lang. Als werknemers een reglement van hun beeldscherm lezen, is dit extra belangrijk.
- Vermijd passieve zinnen, schrijf zo actief mogelijk. 'De taken worden verdeeld door de leidinggevende' klinkt nodeloos ambtelijk. Simpel is: 'De leidinggevende verdeelt de taken.'
- Vermijd (te) moeilijke woorden en termen, en beperk het gebruik van (juridisch) jargon.

Belangrijke en waardevolle zaken beschrijven

Door te beschrijven welke zaken voor uw organisatie belangrijk en waardevol zijn, geeft u de organisatie 'gezicht'. Maakt u werk van verantwoord ondernemen? Moedigt u creativiteit aan, stimuleert u eigen initiatief? Krijgen werknemers veel vrijheid en vertrouwen om naar eigen inzicht taken te verrichten? Benadruk dit dan. Maar vermijd wollig of hoogdravend taalgebruik, want dat spreekt meestal niet aan. En pas de inhoud aan op de kernwaarden; bij een organisatie die werknemers vertrouwt, horen bijvoorbeeld geen strikte regeltjes voor minder belangrijke zaken.

Ook de toon moet passend zijn. Bij een informele sfeer hoort ook een informele toon. Dan spreekt u werknemers aan met je en hanteert u vlotte taal. Bij een kennisorganisatie met veel hoogopgeleiden is misschien een andere keuze nodig. Jip-en-janneketaal is dan minder passend.

In vijf stappen van plan naar praktijk

Deze stappen leiden u naar een aansprekend personeelshandboek:

1. Stel vast wat u in het handboek wilt opnemen.
2. Verzamel de informatie die u nodig heeft, zoals een goede beschrijving van de kernwaarden van uw organisatie.
3. Bepaal de schrijfstijl en bedenk hoe u de waarden naar voren wilt laten komen in het handboek.
4. Schrijf de teksten en laat deze proeflezen door werknemers van diverse afdelingen. Zij kunnen aangeven of ze zich in de teksten herkennen.
5. Maak het handboek goed toegankelijk door gebruik te maken van de digitale mogelijkheden en verwijst ernaar in zo veel mogelijk communicatie-uitingen. Zo raakt iedereen met het personeelshandboek bekend.

Toegankelijkheid online personeelshandboek

Heeft u de arbeidsvoorwaarden en de manier waarop uw organisatie werkt pakkend verwoord, en de kernwaarden duidelijk naar voren gebracht? Dan moet u nog zorgen dat het document goed toegankelijk is. Dat is cruciaal om in de dagelijkse informatielawine te worden gezien en gehoord!

Een online handboek biedt hiervoor veel mogelijkheden. In plaats van een pdf'je te maken, kunt u de teksten direct online zetten. Dit kan op het intranet, maar ook geïntegreerd in de bedrijfssite. Denk aan deze punten:

- Een menu helpt teksten te structureren en toont de lezer wat hij waar kan vinden. Met links kunt u in de tekst naar een andere pagina verwijzen.
- Een goede zoekfunctie ontsluit het handboek nog beter.
- Webpagina's zijn snel te actualiseren, wijzigingen zijn direct beschikbaar.
- U kunt belangrijke zaken of wijzigingen benadrukken. Plaats bijvoorbeeld een bericht op de homepage of benadruk items in het menu met een kleur.
- Extra toelichting – bijvoorbeeld voor managers – kunt u er gemakkelijk bij vermelden, met aanklikbare kaders of opmerkingen.
- U kunt teksten geschikt maken voor de smartphone en tablet. Dit vergroot de kans dat werknemers het handboek lezen en dat uw boodschap overkomt.
- U kunt het handboek afschermen met een wachtwoord. Óf het juist openbaar maken, zodat werkzoekenden uw organisatie kunnen leren kennen.

Voortdurende informatiestroom

Stel het handboek centraal in de communicatie over arbeidsvoorwaarden en uw organisatie. Vestig er steeds de aandacht op door er via alle communicatiemiddelen naar te verwijzen. Op die manier valt dat belangrijke document binnen de voortdurende informatiestroom toch voldoende op.

Ook op dit punt is een digitaal handboek praktisch. U kunt er in alle digitale communicatie met werknemers direct naar verwijzen met hyperlinks. Verwijs ernaar op uw intranet, op de bedrijfssite, in de e-mailnieuwsbrief en in persoonlijke e-mails. Als alle wegen leiden naar het handboek, kan dit middel werknemers optimaal aanspreken, motiveren en van dienst zijn!

Dit is een artikel van de redactie van HR Rendement

HR Rendement is dé informatiebron voor HR-professionals die hun organisatie verder willen helpen. De insteek is: hoe kan een HR-adviseur, HR-medewerker of andere HR-specialist bijdragen aan een beter rendement van personeel en arbeid? HR Rendement behandelt onderwerpen zoals wijzigingen in wet- en regelgeving, ontwikkelingen in het arbeidsrecht, fiscaal voordelige beloningsvormen, arbeidsvoorwaarden, arbeidsomstandigheden, personeelssubsidies en de inzet van HR-instrumenten en personeelsdata.

De onafhankelijke en ervaren redactie van HR Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat deze ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. HR 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 HR Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl