

Hoe krijgt u jong bloed naar de OR?



Uw OR wil zo goed mogelijk voor de belangen van de verschillende werknemers opkomen. Dan heeft u al een hele stap gemaakt als uw OR een goede afspiegeling is van de organisatie. In de praktijk blijkt het vaak vooral lastig om jongeren voor deelname aan uw OR te interesseren. Hoe kunt u zorgen voor meer betrokkenheid van de jongeren? Waardevol is dan om te weten welke vraagstukken er specifiek spelen voor jongeren.

Het is de taak van uw OR om ervoor te zorgen dat u iedereen in de organisatie goed kunt vertegenwoordigen. Dit is misschien ook meteen de grootste uitdaging voor de medezeggenschap. Uw OR heeft het perspectief van jongeren hard nodig. Want jongeren zijn de werknemers van de toekomst en daarom ook de toekomst van de OR.

Helaas zijn jongeren in de praktijk vaak slecht vertegenwoordigd in de OR. Ontzettend zonde, want het perspectief van jongeren is heel waardevol. Niet alleen voor de diversiteit en representativiteit van uw OR, maar ook voor de kwaliteit van de besluitvorming en het draagvlak voor besluiten die uw OR neemt. Hoe betreft u jongeren bij het OR-werk en hoe maakt u hen onderdeel van de medezeggenschap?



In dit artikel is de definitie van jongeren: werknemers van 18 tot 35 jaar. Dit is volgens de definitie van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) en ook volgens de definitie die de Sociaal-Economische Raad (SER) hanteert voor het Jongerenplatform.

Misverstanden over de OR

Om te beginnen zijn er een aantal hardnekkige misverstanden over ondernemingsraden die direct of indirect invloed hebben op de populariteit onder jongeren. Zo kunnen zij denken dat voor deelname aan de OR veel werkervaring nodig is, of dat alleen werknemers met 'grijze haren' lid kunnen worden. Andere misverstanden zijn:

- Om lid te worden is een vast contract nodig.
- Het duurt jaren voordat u begrijpt hoe het werkt en iets in de OR en voor de eigen organisatie kunt betekenen.
- Er is heel veel kennis nodig om actief mee te kunnen doen in een OR (denk aan kennis van de organisatie en van de procedures, kennis van de WOR, financiële kennis, etc.).
- De OR maakt zich niet druk over vraagstukken van jongeren.
- De OR is een praatclub, die geen echte invloed kan uitoefenen.

Of sommige punten voor 100% misverstanden zijn of zich (deels) juist wel voordoen in de praktijk, hangt voor een groot deel af van hoe uw OR zich organiseert.



Uw OR kan wel degelijk invloed hebben, maar dat gaat niet vanzelf. Uw OR moet zich actief opstellen en zelf met voorstellen komen.

Als een jonge werknemer ervan overtuigd is dat bovenstaande punten volledig kloppen, is het zo goed als uitgesloten dat hij zich kandidaat stelt voor de OR. Het is daarom goed om de misverstanden te kennen. Sommige misverstanden kunnen wel degelijk aandachtspunten zijn voor uw OR, en daar kunt u iets aan doen. Zitten er bijvoorbeeld vooral 50-plussers in uw OR, dan zullen jongeren zich afvragen: is deze club wel voor ons? Alle reden dus om vol gas te geven om jongeren te betrekken bij de OR!

Vergrijzing van de OR

Jongeren zijn ondervertegenwoordigd in ondernemingsraden. Uit onderzoek blijkt dat de leden van de OR gemiddeld vaak ouder zijn dan het personeel dat ze vertegenwoordigen. Ongeveer 2% van de OR-leden bestaat uit werknemers jonger dan 25 jaar, terwijl zij 15% van de beroepsbevolking uitmaken. Werknemers van 26 tot en met 35 jaar bezetten 16% van de OR-zetels, terwijl een vijfde deel van werkend Nederland uit deze leeftijdsgroep bestaat. De groep van 36- tot 55-jarigen bezet 60% van de OR-zetels, terwijl zij 44% van de werkzame beroepsbevolking uitmaken. In deze samenstelling blijkt door de jaren heen weinig ontwikkeling te zitten.

Geen aansluiting

De gemiddelde leeftijd van OR-leden ligt dus een stuk hoger en daardoor sluit de OR vaak niet aan bij de belevingswereld van jongeren. Zo stappen jongeren minder snel in de OR omdat zij denken de aansluiting te missen.

Wat vinden jongeren van medezeggenschap?

In 2019 heeft de SER een onderzoek gedaan naar medezeggenschap onder jongeren. Het onderzoek is uitgevoerd door de Commissie Bevordering Medezeggenschap van de SER. De jongeren noemden de volgende redenen voor interesse in de medezeggenschap, in volgorde van prioriteit:

- meepraten en meebeslissen;
- belangen behartigen van collega's;
- personeelsbeleid en arbeidsvoorwaarden;
- invloed uitoefenen;
- strategische onderwerpen.

Duidelijk naar voren komt dat jongeren het belangrijk vinden om echt een rol te spelen: meebeslissen en invloed uitoefenen. Hun interesse voor medezeggenschap richt zich op onderwerpen als personeelsbeleid en arbeidsvoorwaarden en strategische onderwerpen, en in veel mindere mate op financieel-economische onderwerpen.



Meer dan de helft van de jongeren weet niet wat de OR doet. De belangrijkste belemmeringen om deel te nemen aan de medezeggenschap zijn de eigen onervarenheid op de arbeidsmarkt, het imago van de OR, de faciliteiten (zoals tijd), de werkwijze en formaliteit van de OR.

Om meer jongeren te betrekken bij de medezeggenschap, is het volgens de jongeren nodig om meer bekendheid te geven aan de OR. Dit geven zij als belangrijkste punt aan. Daarbij moet ook duidelijk zijn wat dit voor jongeren oplevert en waarom medezeggenschap belangrijk is (ook voor de organisatie). Jongeren geven ook aan dat organisaties en ondernemingsraden moeten verjongen, ook gezien de onderwerpen en thema's waar de OR zich op richt.

SER Jongeren netwerk Medezeggenschap

In 2020 is het SER Jongeren netwerk Medezeggenschap opgezet. Dit is een netwerk van en voor jongeren die actief zijn in de medezeggenschap. Het doel van het netwerk is om te zorgen voor verjonging en vernieuwing, om kennis en ervaringen uit te wisselen en aanbevelingen te doen hoe jongeren te betrekken bij de medezeggenschap.

Welke vraagstukken spreken jongeren aan?

Jongeren herkennen zich minder in traditionele OR-thema's, blijkt uit diverse onderzoeken. In veel ondernemingsraden gaat de aandacht vooral naar instemmings- en adviesvragen, en dan met name de begrotingen of aangepaste regelingen. Jongeren zijn vaak gericht op grotere maatschappelijke thema's, zoals klimaat, gelijke kansen en diversiteit. Het is dus van belang dat uw OR daar voldoende bij aansluit.

Stappenplan voor meer jongeren in de OR

Uw OR wil aan de slag om meer jongeren naar uw OR te krijgen. Hoe kunt u dat aanpakken? In de vorige alinea's heeft u gelezen over een aantal misverstanden over de OR. Daarnaast zijn de beweegredenen van jongeren en belemmeringen die zij ervaren om deel te nemen aan de OR aan bod gekomen. Ten slotte las u over de vraagstukken die jongeren interesseren.



De volgende stappen helpen u om jongeren te betrekken bij de ondernemingsraad. Misschien onderneemt uw OR al een aantal zaken. Stel daarin uw eigen prioriteiten en informeer ook uw bestuurder.

Inspelen op motieven

De eerste stap is inspelen op de motieven van jongeren. Waarom willen jongeren lid worden van de OR? Spelen er andere dingen mee dan bij andere werknemers? Het is belangrijk om zicht te krijgen op de belevingswereld van jongeren. Eerder in dit artikel heeft u gelezen dat jongeren echt willen meebeslissen, vaker geïnteresseerd zijn in grote maatschappelijke thema's en veel waarde hechten aan persoonlijke ontwikkeling. U kunt een vragenlijst uitzetten onder jongeren in uw organisatie en vragen wat ze weten over de rol van de OR, en welke vraagstukken hun aanspreken en zij juist onder de aandacht willen brengen.



Profileer de OR als een kans voor jongeren om zich te ontwikkelen als werknemer. Jongeren staan aan het begin van hun carrière en kunnen nog alle kanten op. Ze zijn op zoek naar mogelijkheden om zich te ontwikkelen én om contacten op te doen.

Benadruk dat de OR heel geschikt is om een netwerk op te bouwen voor mensen die verder willen komen in hun loopbaan. Leg bijvoorbeeld tijdens verkiezingen de nadruk op de opleidings- en ontwikkelmogelijkheden binnen de OR. Beschrijf uw OR als een plek waarbij ze contact met andere onderdelen van de organisatie hebben en diverse vaardigheden kunnen leren. Betrek hier ook actief de leidinggevenden in de organisatie bij. Ook zij bepalen deels hoe werknemers tegen een OR aankijken.

Wat is de meerwaarde van de OR?

Stap twee is duidelijk maken wat uw OR doet. Uit onderzoek van de SER blijkt dat jongeren medezeggenschap wel degelijk interessant vinden. Vooral de meerwaarde van het OR-werk spreekt hen aan: het goed functioneren van de organisatie mogelijk maken. Eerder in dit artikel heeft u gelezen dat jongeren graag invloed willen uitoefenen. Belangrijk is daarom om te laten zien wat uw OR doet en vooral wat de resultaten daarvan zijn. Wat is de meerwaarde van de OR voor de organisatie?

Communiceer duidelijk naar de achterban welke thema's uw OR belangrijk vindt en waarom. En op welke manier de OR invloed heeft uitgeoefend. Bijvoorbeeld: 'De OR heeft bij de herstructurering van de divisie een achterbanraadpleging gehouden. Naar aanleiding van de raadpleging en het advies van de OR zijn er extra scholingen aangeboden zodat werknemers meer mogelijkheden hebben om mee te groeien.'



Het is heel bepalend of u concreet kunt omschrijven welke rol uw OR heeft vervuld. Wees daarin niet te bescheiden. De OR vervult vaak weliswaar een rol op de achtergrond, maar kan wel degelijk invloed hebben op het verloop van organisatieveranderingen!

Houdt u uw achterban op de hoogte via nieuwsbrieven, het jaarverslag en presentaties van de OR? Zoek dan eens uit welke communicatiemiddelen de jongeren in uw organisatie het liefst gebruiken en pas daar uw boodschap op aan. Benader collega's in uw organisatie ook voor een kort gesprek om uit te leggen wat de OR doet. Geef aan wat de OR belangrijk vindt en hoe jullie de doelen willen bereiken. Ook kunt u een speciale bijeenkomst organiseren voor jongeren. Tijdens die bijeenkomst kunt u in elk geval twee thema's bespreken: wat doet uw OR en welke vraagstukken vinden jongeren belangrijk?

Zorgen voor flexibiliteit

De derde stap is zorgen voor flexibiliteit. Uw OR kan op jongeren stug en bureaucratisch overkomen: een zittingstermijn van drie jaar, allerlei procedures en veel formeel overleg. Belangrijk is daarom om te zorgen voor flexibiliteit in de organisatie van uw OR, zodat u beter kunt inspelen op de vraagstukken van jongeren.

Het is makkelijker wanneer de verantwoordelijkheden stap voor stap worden opgebouwd. Bied jongeren daarom verschillende mogelijkheden om bij te dragen aan de medezeggenschap. Denk hierbij aan: lid van een OR-netwerk (OR-contactpersonen), lid van een OR-project of lidmaatschap van een commissie. In een commissie kunnen zowel OR-leden als niet-OR-leden deelnemen ([artikel 15, lid 2 WOR](#)).



U kunt ook de drempel laag houden en werknemers de mogelijkheid geven om een OR-vergadering bij te wonen. Als toehoorder kunnen ze zien waarover en hoe uw OR vergadert. Een snuffelstage is ook een mogelijkheid.

Het is belangrijk om de juiste communicatiemiddelen in te zetten om jongeren te betrekken. Denk hierbij aan het online overleggen om de drempel te verlagen. Focus op één agendapunt en zorg voor een kort overleg. Zo houdt u de aandacht van de jongere vast.

Jongeren wisselen relatief vaak van baan en willen veel verschillende ervaringen opdoen. Zij willen zich niet zomaar voor twee tot vier jaar vastleggen aan één project (zoals de OR). U kunt informeel ruimte maken om eerder te stoppen: 'als een OR-lid om bepaalde redenen toch eerder wil stoppen, kan dat en zoeken we een andere persoon voor de zetel'. Uw OR moet er wel rekening mee houden dat dit niet zomaar kan. Een zetel opgeven is alleen mogelijk als er één of meer kandidaten op de reservebank zitten of als de OR bereid is om nieuwe verkiezingen te organiseren voor de vrijkomende zetel.

Kick-off bijeenkomst met jongeren

De laatste stap is een kick-off met jongeren organiseren. Een kick-off bijeenkomst organiseren is een mooie manier om een brug te slaan tussen jongeren en de OR.

Tips voor een succesvolle kick-off

Een kick-off geeft de ruimte om de OR te presenteren en relaties met jongeren te versterken.

De volgende tips maken uw kick-off tot een succes.

- Combineer de bijeenkomst met een lunch of borrel. Een combinatie van inhoud en een sociaal aspect maakt deelname aantrekkelijker.
- Betrek de bestuurder of (hoofd) HRM erbij om het belang van medezeggenschap te ondersteunen of als inhoudelijk spreker.
- Bespreek een onderwerp dat jongeren raakt.
- Werk samen met bestaande medewerkersnetwerken, zoals een 'young professional group'.
- Zorg voor een vervolg van de bijeenkomst, bijvoorbeeld een bericht met een uitnodiging om deel te nemen aan een commissie of werkgroep.

Misverstanden aangepakt

U heeft in dit artikel al gelezen over een aantal misverstanden over de OR in de vorm van stellingen. De misverstanden kunnen invloed hebben op hoe (onder andere) jongeren naar de OR kijken. Hieronder vindt u per misverstand een reflectie op basis van onderzoek en praktijkervaringen.

Gepokt en gemazeld in het arbeidsproces zijn

Voor deelname aan de OR moet iemand veel werkervaring hebben. Het hebben van veel werkervaring is echter geen voorwaarde voor deelname aan de OR. De WOR ([artikel 6, lid 3](#)) geeft als richtlijn dat werknemers drie maanden in de organisatie werkzaam moeten zijn om zich verkiesbaar te kunnen stellen, maar hier kan van worden afgeweken.



Een representatieve OR heeft zowel ervaren als minder ervaren leden en kan zo op een goede manier de werknemers vertegenwoordigen. Een frisse kijk, zonder al te veel bagage, heeft ook veel voordelen!

Alleen voor werknemers met 'grijze haren'

Hier wordt de factor leeftijd aangehaald. Net als werkervaring, is ook leeftijd geen factor voor actieve deelname aan de OR. De enige voorwaarde die wordt gesteld ([artikel 1, lid 2 WOR](#)) is dat het 'in de onderneming werkzame personen' betreft, ofwel werknemers met een arbeidsovereenkomst. De verschillende leeftijdsgroepen, vaak ook in een bepaalde levensfase en daaraan gekoppelde voorkeuren, moeten zo veel mogelijk vertegenwoordigd zijn in uw OR.

Alleen voor werknemers met een vast contract

Het is niet zo dat werknemers eerst een vast contract moeten hebben, voordat ze lid kunnen worden van de OR. Een vast of een tijdelijk contract maakt geen verschil in kiesrechten. Zorg ervoor dat dit wel duidelijk is bij alle werknemers. Anders schrikt het een deel van de jonge werknemers onnodig af. Wel is er een verschil in werknemers met een arbeidsovereenkomst en uitzendkrachten. De uitzendkrachten

hebben na 18 maanden kiesrechten bij de organisatie waar ze ingeleend zijn (ook dit is een richtlijn van de WOR). Andere ingeleende krachten zoals zzp'ers en gedetacheerden hebben in de basis geen kiesrechten, maar uw OR kan daarin eigen keuzes maken.

Het duurt jaren om het OR-werk te begrijpen

Pas na twee jaar in de OR begint een werknemer te begrijpen hoe het werkt en kan hij iets voor de OR en organisatie betekenen. Dit geldt waarschijnlijk voor een deel van de nieuwe OR-leden. Zij zullen zich daadwerkelijk zo voelen. Veel is nieuw en het kan even duren voordat alles op z'n plek valt en het OR-lid zich thuis voelt op zijn nieuwe 'werkplek'. Deels is de situatie vergelijkbaar met de start in een nieuwe functie. Maar bij het vertegenwoordigen van de werknemers kunnen jonge, nieuwe leden toch al snel iets toevoegen. Vanuit hun functie en hun afdeling hebben ze direct ervaringen en spreken ze collega's, en kunnen het geluid van de werkvloer laten doorklinken. Daarnaast doen nieuwe OR-leden vaak al snel kennis op van de rol van de OR en de rechten en bevoegdheden en kunnen zo de rest van de OR weer een impuls geven ('Oh, zat dat zo met onze rechten?').

Veel kennis hebben

Een OR-lid moet heel veel kennis hebben om actief mee te doen in een OR (denk aan financiële kennis, kennis van de WOR, kennis van de organisatie, kennis van de procedures). Een OR bestaat altijd uit een groep van leden. Het is zeker handig om gezamenlijk de nodige kennis in huis te hebben. Voor de kennis die uw OR niet heeft en wel noodzakelijk blijkt, kan uw OR zich laten bijscholen, of u kunt een externe deskundige in de arm nemen ([artikel 16 WOR](#)).



U kunt de expertise in de organisatie ophalen of een expert van buiten inhuren, bijvoorbeeld een trainer of adviseur ([artikel 16 WOR](#)). Het is natuurlijk niet nodig, en vrijwel ook niet mogelijk, dat elk individueel OR-lid alle kennis, van A tot Z, in huis heeft.

Vraagstukken van jongeren

De OR maakt zich niet druk over vraagstukken van jongeren. Het is aan uw OR om het tegendeel te laten zien!



Hoe u uw communicatie het beste kunt afstemmen op uw achterban en meer informatie om jongeren te bereiken voor uw OR leest u onder mee in [het verdiepingsartikel In vier stappen meer jongeren bereiken en betrekken bij uw OR-werk](#).

Praatclub zonder invloed

De OR wordt wel gezien als een praatclub, die geen echte invloed kan uitoefenen. Het is moeilijk te ontkennen dat de OR een praatclub is – u moet nu eenmaal veel overleggen. Maar als het goed is, heeft uw OR ook daadwerkelijk invloed en beslist u mee. Het hangt er dan natuurlijk wel van af hoe proactief uw OR is. Daarnaast is het belangrijk om duidelijk te communiceren waar uw OR invloed op heeft en wat uw raad heeft bereikt.

Dit is een artikel van de redactie van 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.



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