

DE KROMME RIJN

“Hallo OR!

Tips voor een succesvolle omgang met de pers

U spreekt met de krant!”

Stel, de directie heeft uw ondernemingsraad opgezadeld met een adviesaanvraag voor een reorganisatie met veel ontslagen. De directie heeft een persbericht uitgegeven en nu wordt de OR-voorzitter opeens gebeld door een journalist. Of hij even een paar vragen wil beantwoorden. Ai, dat is even slikken! Maar het valt mee, want de journalist blijkt een aardige vent, die goed begrijpt dat de OR-voorzitter nog niet weet of de reorganisatie wel nodig is. Na het gesprek is de voorzitter erg opgelucht, totdat hij de volgende dag de krant openslaat: "OR HEEFT GEEN VERTROUWEN IN DIRECTIE."



Waarom licht de directie de pers in? Een bestuurder die heeft besloten om een omvangrijke reorganisatie door te voeren, moet de organisatie overtuigen van de noodzaak daarvan. Daarvoor wordt een uitgekende strategie uitgestippeld, vaak met behulp van een professioneel communicatiebureau. Hierbij worden diverse middelen ingezet, zoals interne memo's, persoonlijke brieven van de directie aan iedere werknemer, personeelsbijeenkomsten, etc.

Het inschakelen van de pers hoort daar ook bij. Dat heeft niet alleen als doel om leveranciers, afnemers en banken gerust te stellen met teksten als "De reorganisatie is nodig

door externe omstandigheden (concurrentie, kredietcrisis). We hebben alles onder controle, voor u verandert er niets." Maar de gang naar de pers is ook een stap in de slag om de achterban.

De slag om de achterban

Als uw ondernemingsraad het niet eens is met de reorganisatie of een beter sociaal plan wil, is de cruciale vraag: "Wie overtuigt de achterban: de directie of de OR?" Dan kunt u naar de pers stappen om de Raad van Commissarissen (RvC), het bestuur of de gemeente op uw hand te krijgen. U wilt hen duidelijk maken dat u niet zult toegeven en

dat men rekening moet houden met uw verlangens. Daarnaast wilt u uw achterban een steuntje in de rug geven. Als het regionale dagblad begrip toont voor het standpunt van de ondernemingsraad, is dat een enorme opsteker voor de achterban: "Zie je wel, de krant vindt ook dat we gelijk hebben!" Dan heeft u in de slag om de achterban meteen een paar punten voorsprong.

Gouden tips

Als u met de pers praat, zijn er behoorlijk wat valkuilen die u allemaal moet vermijden. Daarom geven we u zeven gouden tips om als ondernemingsraad optimaal met de media om te gaan.

1. Blijf eigen baas over uw perscontacten

Directeuren proberen vaak om afspraken te maken met de OR over de omgang met journalisten. Ga niet op dergelijke voorstellen in. Zorg ervoor dat u altijd zelf beslist of, wanneer en hoe u met de pers praat.

2. Maak goede afspraken binnen de OR

Maak binnen de ondernemingsraad afspraken over de omgang met de pers. Benoem één persoon – meestal de voorzitter – tot woordvoerder en laat de rest zwijgen.

3. Laat u niet verleiden tot stevige uitspraken

Behalve dat u zelf kunt besluiten om de pers te benaderen, is de kans groot dat de pers ú belt, bijvoorbeeld als de reorganisatie net is aangekondigd in een persbericht. Houd u op de vlakte, want u heeft als OR nog niet kunnen vaststellen wat uw persstrategie is. Bespreek vervolgens samen wat u aan de pers kwijt wilt, en houd uzelf daaraan op het moment dat u met de pers praat. Wees vervolgens op uw hoede, want de journalist heeft niets aan wat u zegt. Hij wil namelijk dat u stevige uitspraken doet. Om dit te bereiken, gaat hij trucs toepassen (want in liefde, oorlog én de journalistiek is alles geoorloofd), zoals vleien en veel begrip tonen. Trap daar niet in. Houd u aan uw boodschap en vermijd emotioneel taalgebruik. En ga al helemaal niet in op het verzoek

om iets 'off the record' of 'in vertrouwen' te zeggen. Want als de journalist zich niet aan zijn afspraak houdt en hij in de krant een stuk plaatst waarvan de honden geen brood lusten, dan hangt u! Menig OR-voorzitter heeft hiervan nachten wakker gelegen. Want als u dan een boze directeur op de koffie krijgt, kunt u moeilijk antwoorden dat u een en ander in vertrouwen aan de journalist heeft verteld. U wordt dan weggehoond, en terecht. Daarom: beheers uw ijdelheid en laat u geen uitspraken ontlokken waarvan u later spijt krijgt.

4. Houd de pers te vriend

Hoewel u niet hoeft toe te geven aan wat een journalist wil horen, moet u hem wel altijd te vriend houden. Zeg dat u hem zult bellen als u meer weet, vraag hem om zijn 06-nummer en e-mailadres. Ook kunt u een datum noemen waarop u denkt meer te weten en hem vragen dan nog eens te bellen.

5. Sta stil bij de risico's

Het kan riskant zijn om naar de pers te stappen. Als het niet goed gaat met uw onderneming, zullen banken en leveranciers uw bedrijf kritisch volgen. Een persmededeling van de OR of een interview kan dan problemen veroorzaken. Check daarom altijd of uw boodschap schadelijk kan zijn voor uw onderneming.

6. Bevuil nooit uw eigen nest

U mag in elk geval nooit uw eigen onderneming in de grond stampen, want daarmee bevuilt u uw eigen nest. Als u überhaupt in de aanval gaat, val dan de directeur aan, maar nooit de onderneming.

7. Stap alleen naar de pers als u een goede reden en een heldere boodschap heeft

Als u zelf de pers inschakelt, moet u hiervoor een goede reden hebben. Woede mag nooit een reden zijn om de pers te benaderen. U moet een concreet doel hebben, zoals het overtuigen van de Raad van Commissarissen, de gemeenteraad of de Raad van Toezicht om een voorgestelde reorganisatie tóch anders aan te pakken, of om een beter sociaal plan af te sluiten. Of om uw achterban een hart onder de riem te steken.

Zorg er verder voor dat uw eigen boodschap maximale aandacht krijgt. Breng uw boodschap nooit als reactie op een persmededeling van de directie, want dan wordt uw verhaal een voetnoot bij zijn verhaal. Ga daarentegen zelf naar de pers en laat uw boodschap vergezeld gaan van een gebeurtenis, zoals een negatief advies of een ludieke actie. Kies daarnaast voor het juiste moment, bijvoorbeeld vlak voor een belangrijke vergadering van de mensen die u wilt overtuigen.