



column

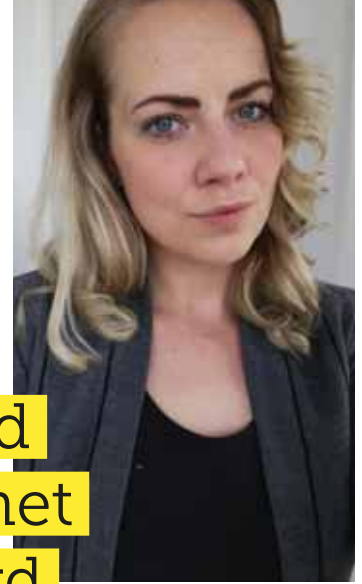
PAULINE VAN DER MEER MOHR

VANUIT AMG-DENKTANK
VOORDRACHTSCOMMISSARISSEN

Het C-woord

Waarom blijft het toch zo moeizaam om in de boardroom te praten over de cultuur in de organisatie? Zelfs nu de code corporate governance het toezicht op cultuur heeft verankerd als principe van goed ondernemingsbestuur, blijft het 'C-woord' in veel organisaties onderaan het lijstje bungelen van belangrijke zaken, vlak onder 'diversiteit'. Lange tanden-onderwerpen, die zo snel mogelijk worden afgevinkt. En dat terwijl we weten dat de hoe-vraag minstens even belangrijk is als de vraag *wat* de organisatie precies doet. Dat een divers samengesteld personeelsbestand en het vermogen van de top tot kritische reflectie samenhangen met een gezonde organisatiecultuur en daarmee tot betere prestaties. Het zou vanzelfsprekend moeten zijn dat bestuur en commissarissen regelmatig goede gesprekken voeren over de doorstroming van vrouwen en etnische minderheden naar zwaardere functies. Over hoe de organisatie scoort op andere indicatoren die een gezonde bedrijfscultuur voorspellen: veiligheidsstatistieken, klokkenluiders, verzuimpercentages, medewerkerstevredenheid, verloopcijfers, duurzaamheidsdoelstellingen, kwaliteit van het leiderschap en 'toon aan de top', om er maar een paar te noemen. De medezeggenschap is van onschatbare waarde voor de kwaliteit van deze dialoog. Niet alleen heeft de or veel beter zicht dan de commissarissen (en vaak ook beter dan het bestuur) op wat er werkelijk leeft op de werkvloer, ook kan een zelfbewuste en constructieve medezeggenschap helpen om het goede gesprek aan te moedigen, als het tussen bestuur en RvC nog niet wil vloten.

'Denk je dat, of weet je dat?' is in mijn ervaring een nuttige vraag voor wie een gewetensvolle poging waagt om het ongreepbare te concretiseren. Wie zich een beetje in het onderwerp verdiept, ziet dat de corporate governance code een behulpzaam steuntje in de rug geeft. Zodat het 'C-woord' net zo'n gewoon gespreksonderwerp kan worden als financiën of strategie.



ALIE NOBACH
OR-LID POIESZ

Or-lid aan het woord

Een button voor de or

ALIE NOBACH IS ASSISTENT-BEDRIJFSLEIDER BIJ POIESZ SUPERMARKTEN IN HARKEMA. ALS OR-LID IN DE SUPERMARKTKETEN WERKT ZE MEE AAN EEN DUIDELIJKER PROFIEL VOOR DE ONDERNEMINGSRAAD.

Waarom eigenlijk?

'Tot dusver waren we als or niet zo zichtbaar. Gevolg is dat veel collega's niet precies weten wat we allemaal voor hen doen. Weten ze dat wel, zo leert de ervaring, dan staan ze daar heel positief tegenover. Neem bijvoorbeeld de invoering van het fietsenplan. Dat dat er is, danken collega's aan de inspanningen van de or.'

Welke middelen zetten jullie ervoor in?

'Voor alle medewerkers is er een intranetplatform: Mijn Poiesz. Elk relevant onderwerp in de organisatie heeft daarop een button waarachter alle informatie daaromtrent is opgenomen. Tot dusver ontbreekt zo'n knop voor de or. Die gaat er dus komen. Eveneens lanceerden we recent een eigen Facebookpagina plus Whatsapp-nummer. Zo

betrekken we ook de jeugd en de hulpkrachten, twee heel belangrijke groepen medewerkers, bij de werkzaamheden van de or. In alle filialen en distributiecentra hangen bovendien televisieschermen die mensen over bedrijfsaangelegenheden en nieuwtjes informeren. Ook de or zendt daarop uit.'

Wat trekt jou persoonlijk aan de or?

'Ik doe dit werk nu anderhalf jaar. Volgens mij is er geen plek in de organisatie waar je het bedrijf zo goed kunt leren kennen. Door je lidmaatschap van de ondernemingsraad valt vaak beter te begrijpen waarom bepaalde beslissingen worden genomen. Daar komt bij dat je vanuit die positie echt iets voor je collega's kunt betekenen.'