

Mevrouw de wethouder,

U hebt ons verzocht u te adviseren wat te doen naar aanleiding van de MTO-rapporten van bureau Market response bij Weener XL. Rapporten: een algemeen MTO-rapport, en een verdiepend rapport dat handelt over de situatie op de clean-afdeling van Weener.

Ten aanzien van het algemene MTO-rapport constateren wij dat de opkomst niet heel erg hoog is, maar niet afwijkend van vergelijkbare onderzoeken bij zusterbedrijven van Weener.

Het MTO laat niet zien waar de problemen zitten. Wat het onderzoek wel laat zien is dat de ambtenaren, werkzaam bij Weener, over het algemeen bepaald tevreden zijn over hun werk. Tegelijkertijd zien wij dat onder de (doelgroep)medewerkers meer ontevredenheid bestaat. Dit betekent dat de ambtenaren het positieve beeld behoorlijk omhoog brengen. De doelgroep medewerkers die ondervertegenwoordigd zijn in het onderzoek zijn significant minder tevreden. Een beeld dat tijdens de achterban raadpleging van de FNV leden ook naar voren kwam. En overigens niet alleen op de clean room afdeling. Dat alles laat zien dat er het nodige moet gebeuren en daar doen wij dan ook voorstellen voor.

Maar het is wel goed om hier te noteren dat als gevolg van alle wijzigingen in de wetgeving de samenstelling van de groep medewerkers uit de doelgroep de afgelopen jaren flink gewijzigd is en veel minder coherent is geworden. Waren het voorheen vooral medewerkers die onder de WSW vielen, nu is die groep veel diverser. Dat geldt bij uitstek voor Weener, op dit gebied een van de grootste organisaties van ons land. Wij denken dat juist die verandering de nodige aandacht behoeft, zeker ook als het gaat om leiding geven en leidinggevend.

Dat blijkt duidelijk uit het verdiepende onderzoek van Market response, waarbij opvallende conclusies zijn dat de oordelen van de medewerkers daar alle kanten opgaan: van heel positief tot stress en mede daardoor onverschilligheid. Ons contact met de achterban heeft laten zien dat die stress en onverschilligheid, niet alleen, maar òk gevoed is door alle publiciteit die de afgelopen tijd over Weener is uitgestort. Een andere opvallende conclusie is dat leidinggevend vanuit de doelgroep de vaardigheid missen om met de doelgroep om te gaan. Dat zou heel goed een gevolg kunnen zijn van de hiervoor genoemde toegenomen diversiteit. Het betekent wel dat daar grondig naar gekeken moet worden om flinke verbetering te bewerkstelligen. Tenslotte een meer algemene conclusie: het is voor de hele organisatie van belang om extra aandacht te besteden aan onderlinge communicatie: het is voor iedereen van belang om zich gehoord te weten. Dat geldt niet alleen voor de directie, maar voor iedere medewerker. Niet voor niets eindigt het rapport van Market response met de oproep: communicatie, communicatie, communicatie!

Als wij dit alles overzien, dat denken wij dat er een systemische aanpak nodig is om Weener XL te laten werken aan de ontstane situatie. Concreet adviseren wij dat de leiding in gesprek gaat met een extern bureau dat ervaring heeft op dit gebied. Te denken valt bijv. aan Hube HRM advies, dat eerder in het land soortgelijke kwesties bij een SW bedrijf succesvol heeft aangepakt. Maar er zijn uiteraard ook andere bureaus die voor een een dergelijke aanpak in aanmerking komen.

Wij hebben begrepen dat de directie van Weener de rapporten omarmt en voluit ziet dat hier werk aan de winkel is. Wij gaan er daarom van uit dat de directie met minstens evenveel gedrevenheid hiermee aan het werk gaat als waarmee ze de afgelopen jaren zich ingezet heeft voor de doelgroep. Het is van belang om nu niet te verzanden in ellenlange onderzoeken, maar aan de slag te gaan met een aanpak die haar resultaten laat zien door de hele organisatie.

Ondergetekenden zijn graag bereid ergens in de komende maanden met zowel gemeentebestuur als directie te bezien welke voortgang is geboekt. Marco Schipper heeft dit ook zo met zijn FNV achterban leden afgesproken; het is een uitdrukkelijke wens van hen om dit te doen.

Den Bosch, 16 maart 2023

Marco Schipper

Job Cohen