

# WERKNEMERS ZIJN GEEN GEREEDSCHAP

Het ACV gaat de uitdaging aan om in minstens 10 ondernemingen per verbond waardig werk te agenderen in de ondernemingsraad of het Comité PB.

## Waardig werk op agenda ondernemingsoverleg

**Op 7 oktober werd het startschot gegeven van het tweede jaar van de waardig werk-campagne. Met acties aan de Waalse en Brusselse stations en een ludieke hameractie op het Muntplein in Brussel lieten ngo's en vakbonden weer van zich horen. 'Werknemers zijn geen gereedschap, we moeten er blijven op hameren' is de slogan waarmee de ngo's de politiek willen aansporen om concrete engagementen aan te gaan om waardig werk vorm te geven. Samen met de andere vakbonden kiest het ACV voor een vervolg op de ondernemingscampagne. Waardig werk op de agenda van het ondernemingsoverleg krijgen is de boodschap.**

### Een terugblik op het eerste campagnejaar

Het eerste campagnejaar zit er op. En dat vraagt uiteraard om een terugblik. Hoe verliep de campagne? Wat hebben we tot nu toe bereikt? De evaluaties stromen nog binnen. Een volledig resultaat moeten we je voorlopig dus onthouden. We weten wel al dat er in minstens 350 ondernemingen actie werd gevoerd rond waardig werk. En dat ondanks de economische crisis die stokken in de wielen stak. Heel wat van onze militanten werden immers gedwongen in tijdelijke werkloosheid waardoor acties opzetten in de onderneming onmogelijk werd. Toch deed

deze campagne ook nadenken over de crisis en de situatie in de Belgische ondernemingen waar duizenden mensen zich dagdagelijks inzetten om hun job naar behoren uit te voeren. Een job die nu maar al te vaak in het gedrang dreigt te komen.

Waar er actie werd gevoerd was dit zeer succesvol. Vooral de schafttijden waren erg in trek. De campagneplacemat kleurde de tafels in heel wat refecteries en waar het kon was er nog een woordje uitleg over de campagne. Ook de acties die werden ondernomen buiten de muren van de onderneming of in samenwerking met andere ondernemingen op het bedrijventerrein vielen in de smaak bij de aanwezigen. Ondertussen vallen ook de actiekaarten in de bus. Enkele tienduizenden zetten reeds hun handtekening onder deze campagne. En dat aantal groeit nog elke dag. Ook vonden op heel wat plaatsen ondernemings- en bewegingsmilitanten elkaar om samen de campagne in de kijker te plaatsen. En op het ondernemingsoverleg verschijnt waardig werk geregeld op de agenda. Redenen genoeg om dit eerste campagnejaar als geslaagd te beschouwen.

### Van placemat tot gedragscode

In dit tweede campagnejaar willen we dan ook op de ingeslagen weg verder werken. Organiseer dus zeker

(opnieuw) een schafttijd in je onderneming, verzamel zoveel mogelijk handtekeningen, doe een stickeractie zodat de werkgever ziet dat de werknemers de campagne waardig werk ondersteunen. Als de campagne opvalt en als er over gesproken wordt, is het immers makkelijker om een volgende stap te zetten.

Het ACV gaat de uitdaging aan om in minstens 10 ondernemingen per verbond waardig werk te agenderen in de ondernemingsraad of het comité. Je bespreekt er met je werkgever hoe je werk maakt van (meer) waardig werk in je eigen onderneming en in de relaties met leveranciers, onderaannemers of zusterondernemingen. De aanpak verschilt enigszins naargelang de 'soort' onderneming waar je werkt. Is dit een Belgische onderneming die enkel samenwerkt met andere Belgische ondernemingen? Of werk je in een Belgische onderneming met vestigingen in het buitenland? Of werk je voor een buitenlandse multinational met vestigingen in België? Breng zoveel mogelijk gegevens in kaart vooraleer je afspraken maakt en probeer te achterhalen hoe het er bij leveranciers en onderaannemers aan toe gaat. Soms krijg je deze informatie (deels) van de werkgever maar meestal moet je zelf op zoek. Informeer bij je vakbondscolllega's die voor een leverancier werken of bij je vakbondsecretaris die misschien nog instaat



voor een onderneming die in onderaanneming werkt voor jouw bedrijf. Als we buiten de landsgrenzen kijken bieden contacten met de Europese ondernemingsraad vaak soelaas. Eenmaal je wat informatie hebt vergaard kan je beginnen aan het opstellen van een gedragscode of in een multinational ijveren voor een Internationaal Kaderakkoord. Sommige ondernemingen hebben al een 'code of conduct', een soort van gedragscode. Het is raadzaam deze toch even onder de loep te nemen en indien nodig opnieuw te bespreken. Laat je ook niet afschepen als de werkgever zegt dat enkel de hoofdzetel de gedragscode kan wijzigen of ondertekenen. Doe dan aanbevelingen en vraag aan de werkgever om een bespreking te houden in een ruimer kader.

### Geen eindig verhaal

De campagne waardig werk wordt twee jaar in de kijker geplaatst. Maar het is (uiteraard) geen eindig verhaal. Want als je een gedragscode opstelt is het ook belangrijk om op te volgen of de engagementen die zijn aangegaan ook wel worden nagekomen. Zorg er dus zeker voor dat je een stappenplan of opvolgingstraject mee opneemt in je gedragscode. Omschrijf tegen wanneer en hoe je welke engagementen verwacht. Geef ook aan dat er op verschillende tijdstippen een evaluatie en bijsturing moet volgen. Zo krijg je een beter zicht op de inspanningen en kan je tijdig ingrijpen als afspraken niet worden nagekomen. Besteed ook voldoende aandacht aan nieuwe leveranciers, onderaannemers of zusterondernemingen zodat zij aan dezelfde voorwaarden voldoen.

### Een pittige opdracht?!

Als je dit leest, zucht je misschien en beschouw je dit als een onmogelijke opdracht. Maar niets is minder waar. Er zijn al heel wat vakbondsafgevaardigden geslaagd in hun opzet. Een goede voorbereiding met duidelijke eisen en een goed stappenplan zijn de ingrediënten voor een haalbaar en degelijk resultaat. Het campagneboek helpt je op weg.

## ACV-Leuven koploper waardig werk-campagne

ACV-Leuven is koploper in de waardig werk-campagne met 57 acties die werden opgezet, 12 ondernemingen waar militanten er in geslaagd zijn om waardig werk op de overlegagenda te krijgen en 4 ondernemingen waar militanten onderhandelingen opstartten om tot een gedragscode te komen. In de Leuvense ziekenhuizen sloeg de campagne aan. We vroegen LBC-secretaris Philip Joosten naar zijn aanpak en geheim.

### Vakbeweging: Wanneer zijn jullie gestart met de campagne?

**Philippe Joosten:** "Begin vorig werkjaar (september-oktober 2008) hebben we ons geïnformeerd en gekeken hoe we dit zouden kunnen aanpakken. Een eerste stap was uiteraard onze eigen militanten meenemen in het concept van deze campagne. In november plaatsten we waardig werk op de agenda van de gewestelijke belangengroep ziekenhuizen. Bart Dumoulin van de bewegingsploeg maakte ons wegwijs en na een geanimeerde discussie besloten we om in elk ziekenhuis (psychiatrisch, algemeen en universitair) campagne te voeren."

### Vakbeweging: Hoe gingen jullie te werk?

**Philippe Joosten:** "Na wat voorbereiding hebben we de campagne in december en januari besproken in elke kern van de betrokken instellingen. En daarna was het tijd voor acties. In alle campussen vond je de placemats op tafel. Er werd doorlopend een film over waardig werk geprojecteerd en met de kok werd afgesproken dat de maaltijden een 'exotisch karakter' kregen. Hij gaf ook één van de recepten prijs. De foto's over deze waardig werk-campagne trokken een ruim publiek."

### Vakbeweging: Konden jullie de mensen ook overtuigen om een actiekaart te ondertekenen?

**Philippe Joosten:** "Daar zijn we meer dan aardig in geslaagd. Op korte tijd verzamelden we meer dan 1000 actiekaarten."

### Vakbeweging: Zijn jullie er ook in geslaagd een gedragscode op te stellen?

**Philippe Joosten:** "Voor de campussen van UZ Leuven vroegen we de directie een gedragscode te onderschrijven. Na overleg op het directiecomité gaven ze hiervoor groen licht. Deze gedragscode is nu mee opgenomen in aanbevelingen en aankoopcontracten."

Er wordt gewerkt aan nog een bijkomende leidraad. Als die er is, komen we daar zeker op terug in Vakbeweging. Klop nu alvast aan bij je vakbondssecretaris om het nodige campagnemateriaal te verzamelen en afspraken te maken in je kern. Want daar begint het mee!

### Laat het ons weten

We willen graag een zicht krijgen op de acties die je ondernam, de gedragscodes en internationale kaderovereenkomsten die je afsloot en de obstakels die je onderweg tegenkwam. Zo kunnen we ook andere militanten informeren en onderlinge contacten leggen. Misschien heeft één van de leveran-

ciers van je onderneming wel een gedragscode. Wat we zeker niet gaan doen is een zwarte lijst van ondernemingen opmaken. Wel willen we de verschillende schakels in kaart brengen om waardig werk de slagkracht te geven die het verdient.

Mail je informatie naar

[secretariaatwaardigwerk@wsm.be](mailto:secretariaatwaardigwerk@wsm.be)



| Arnaud Stas |

