

'HET JOURNALISTIEKE TEMPO LIGT HOOG EN DAAR MOET HR IN MEE'

Ruim 93 procent van de Nederlanders kijkt of luistert minimaal één keer per week naar een NOS-uiting op tv, radio of online. Als werkgever is de nieuwsorganisatie echter redelijk onbekend, vertelt HR-manager Esther van Genugten. "Tot pakweg zes jaar geleden was het niet nodig ons te profileren. Nu hebben we een recruiter en een talent scout."

WIE IS ESTHER VAN GENUGTEN?

- Zit niet graag stil. Doet o.m. aan wandelen, hardlopen, skiën en golfen. Gaat graag naar het theater en de bioscoop en is lid van een boekenleesclub. Volgende boek: Naar het Paradijs van Hanya Yanagihara.
- Woont in Utrecht met Marijn en zijn twee zonen.
- Is al meer dan 15 jaar NVP-lid.
- 'Ik sta altijd open voor vernieuwing.'



Het zijn vooral de wat 'positievere' HR-thema's die spelen bij de nieuwsorganisatie, steekt Esther van wal. "Personeelsverloop en ziekteverzuim blijven binnen de perken en de aandacht gaat vooral uit naar thema's als gezond werken en het ontwikkelen van medewerkers. Zo hebben we onze eigen NOS Academie, waar medewerkers terecht kunnen voor trainingen, opleidingen of coaching."

PITTIG

De aard van het journalistieke werk brengt met zich mee dat medewerkers ook buiten de gangbare kantoor tijden werken. "Wij zijn een 24/7 bedrijf. Werk je bijvoorbeeld voor Sport, dan werk je automatisch ook op zondag. Nieuwslezers werken ook 's nachts. Daar moet je wel toe bereid zijn en het is ook best pittig om dat langere tijd te doen. Nieuws stopt nooit en een journalist staat altijd 'aan', ook als hij geen dienst heeft. Gezond werken is daarom een actueel thema. Leidinggevend hebben daarin een voorbeeldfunctie en vanuit HR hebben we bijvoorbeeld een fitwijzer voor medewerkers ontwikkeld."

OVERAL AANWEZIG

De NOS is een zogenoemde taakgroep die onafhankelijke en betrouwbare journalistiek verzorgt op het gebied

van nieuws, sport en evenementen. Er werken een kleine achthonderd journalisten en ruim honderd staffunctionarissen. Cameramensen, editors en dergelijke medewerkers worden ingehuurd. Daarnaast is er nog een groep van ongeveer 150 freelancers. Er zijn 29 buitenlandcorrespondenten, sommige daarvan zijn in dienst, andere niet. De hoofdlocatie is in Hilversum, met een redactie in politiek Den Haag en enkele kleinere in het buitenland, zoals in Brussel. "Overal waar iets aan de hand is, zijn wij aanwezig." Esther werkt al bijna 25 jaar op de HR-afdeling, waarvan de laatste elf als manager HR. "De NOS is een uniek bedrijf, met een enorme maatschappelijke relevantie. Het is leuk om hier aan HR te werken op strategisch en beleidsniveau én ook praktisch bezig te zijn." De HR-organisatie bestaat verder uit vier P&O-adviseurs, vier administratief medewerkers, drie medewerkers van de NOS Academie, een recruiter en de genoemde talent scout.

TAAL VAN DE KANDIDAAT

De arbeidsmarktproblematiek gaat niet aan de NOS voorbij. "Waar we vroeger honderden reacties kregen op een vacature is dat aantal nu fors lager en bovendien kwalitatief minder. Sinds een jaar of zes hebben we een recruiter; daarvoor was dat niet nodig. We moeten nu actief de markt op." Re-



'Alles gebeurt hier vanuit de journalistieke inhoud, ook bij HR'

TIPS VAN ESTHER

- Kijk op een no-nonsense-manier naar HR en ga niet mee in de hypes.
- Luister goed. Wat is de vraag achter de vraag?
- Toon lef en moed om onderwerpen te agenderen, ook als dat een lange adem vraagt.
- Koppel een HR-onderwerp (bv. inclusie) aan de output (diversere berichtgeving) om mensen mee te krijgen.

cruitment is echter lastig en zeker bij journalistieke functies is het belangrijk dat je de taal van de potentiële kandidaat spreekt, legt Esther uit. Sinds een jaar werkt NOS daarom ook met een talent scout die een journalistieke achtergrond heeft. "We hebben een intern wervingstraject gedaan en daaruit is een journalist van het Jeugdjournaal naar voren gekomen. Ze is bijgeschoold en gaat nu actief de markt op, naar netwerkbijeenkomsten, maar ook intern. Dat gaat goed en we verlengen deze pilot daarom."

INTERN PROGRAMMA

De NOS is van oudsher een 'traditioneel' bedrijf en niet heel erg divers, vertelt Esther. "Daar ligt een enorme taak. Zeker als je weet dat op de scholen voor journalistiek slechts twaalf procent van de instroom divers is." Om tot een inclusievere organisatie te komen, startte eerder dit jaar het interne programma Samen werken aan verschil. "We willen een organisatie zijn waar verschil mag zijn en waar mensen die anders zijn gemakkelijk binnen komen. Waar iedereen veilig zijn zegje kan doen. De leidinggevenden en hun teams zijn hierin aan zet; vanuit HR denken wij na met welk instrumentarium wij kunnen helpen."

MARKETINGASPECT

"En in het verlengde daarvan: waarom kijkt of luistert niet iedereen naar de NOS? Onder meer omdat mensen zich niet herkennen in wat ze zien of horen. We hebben dus ook om die reden een breder en diverser personeelsbestand nodig. In deze tijden van arbeidsmarktkrapte is dat wel een uitdaging. Developers vinden bijvoorbeeld was altijd al lastig en nu zeker, maar als je duidelijk maakt dat ze hier de app voor de Olympische Spelen mogen ontwikkelen, dan vinden ze dat superleuk. Dat soort aspecten moeten we veel meer uitdragen. Dat marketingaspect benoemen is wel eens lastig. Alles gebeurt hier vanuit de journalistieke inhoud, ook bij HR. We moeten harder ons best doen om de aantrekkelijkheid van de NOS als werkgever voor het voetlicht te brengen."

"Het nieuwsbedrijf is heel erg van de waan van de dag. Nieuws is vluchtig. Bij HR is dat anders en dat maakt het soms ingewikkeld. Het journalistieke tempo ligt hoog en daar moet je in mee, terwijl je soms meer tijd nodig hebt om dingen uit te zoeken of op te zetten. Tussen die verschillende tempo's moet je je weg zien te vinden."