

## Knappe koppen

Bij ProRail bruist het van de ideeën. In de nieuwste imagocampagne vertellen 24 medewerkers over hun eureka-moment. 'De een beleeft het bij het scheren, de ander onder de douche.'

Tekst **Arthur Lubbers**

**P**roRail zit af en toe in het verdomhoekje doordat het bedrijf vaak in het nieuws komt als er iets misgaat op het spoor', vertelt Rik Blokland, creative director art van ACA/JES communicatie. Maar het mag een wonder heten dat het treinverkeer over het Nederlandse spoor netwerk - een van de drukste ter wereld - dagelijks nagenoeg vlekkeloos verloopt. Het is ProRails' missie om Nederland in beweging te houden. 'Onze knappe koppen werken 24 uur per dag, 7 dagen in de week, 365 dagen per jaar aan het oplossen van mobiliteitsvraagstukken', zegt Godfried Koevoets, manager hr services, recruitment en mobiliteit. Er is dan ook bewust voor gekozen om de eigen medewerkers bij de nieuwe arbeidsmarkt campagne te betrekken.

Blokland en zijn collega's hebben gekozen voor een uniek concept: het moment waarop ideeën naar boven komen bij de ProRail-medewerkers staat centraal. De campagne bestaat uit 24 foto's van medewerkers - een voor elk uur van de dag - die model staan voor de advertenties. Het zijn allemaal waargebeurde verhalen van medewerkers in een gewone, alledaagse omgeving. 'De een beleeft zijn eureka-moment bij het scheren, de ander onder de douche', vertelt Blokland. Zo bedenkt adviseur Hannah tijdens een museumbezoek een manier om projecten sneller te realiseren, en programmamanager Jelle krijgt de ingeving om treinen in een groene golf te laten rijden op het moment dat hij met zijn kind in de speeltuin is. 'Dat het gaat over ideeën met betrekking tot werk in privésituaties maakt de foto's



Systeemspecialist Jaap Strietman weet plotseling hoe je geluidsoverlast rondom spoorwegovergangen kunt terugdringen.

### wat wordt jouw moment

Jaap zorgt, samen met zijn 3.400 ProRail-collega's, dat Nederland in beweging blijft. Dagelijks verplaatsen 1,2 miljoen reizigers en tienduizenden tonnen aan goederen zich over een van de allerdrukste spoorwegnetwerken ter wereld. Deze gigantische 24-uursoperatie vraagt steeds weer om bijzondere oplossingen. Bijvoorbeeld overwegalarmbellen die hun decibelsterkte aanpassen aan de omgevingsgeluiden en daardoor geen onnodige hinder opleveren. Dit zijn ideeën uit hoofden van mensen die het verschil maken. Wat wordt jouw moment? Kijk op [werkenbijprorail.nl](http://werkenbijprorail.nl)

**ProRail non stop**

**Campagne:** Wat wordt jouw moment?

**Opdrachtgever:** ProRail

**Bureau:** ACA/JES communicatie, Amsterdam

**Doel:** ProRail neerzetten als een interessante werkgever voor professionals uit uiteenlopende vakgebieden

**Uitvoering:** 24 printadvertenties van foto's met bijschrift van een medewerker in een privésituatie die op dat moment een ingeving krijgt voor de oplossing van een werkgerelateerd probleem

juist zo spannend en extra intrigerend', stelt Blokland. 'Wij hebben er even aan getwijfeld of dit niet het beeld zou oproepen dat deze mensen altijd alleen maar met het werk bezig zijn, maar de reacties zijn heel positief.'

#### Aantrekkingskracht

'Het wemelt bij ProRail van de mensen met ideeën', aldus Blokland. ACA/JES kreeg van de communicatie- en hrm-afdeling van de spoorwegnetbeheerder dan ook een lange lijst met namen waaruit het kon putten. Hieruit zijn 24 verschillende verhalen geselecteerd. Deze mensen hebben allemaal - sommigen zelfs samen met hun kinderen - een dag vrijgemaakt om met fotografe Tara Fallaux op pad te gaan.

**'De grote kracht is dat de medewerkers in dienst van de campagne staan, niet andersom'**

Waarom deze imagocampagne zo geslaagd is? 'De grote kracht ervan is dat de medewerkers in dienst van de campagne staan, niet andersom.' Een tip die Blokland alle hrm'ers die spelen met het idee om een arbeidscampagne met eigen medewerkers te laten maken, graag wil meegeven.

'Wij willen aan de buitenwereld laten zien dat wij een expertorganisatie zijn die een maatschappelijke verantwoordelijkheid draagt. Dat is ook onze aantrekkingskracht', zegt Koevoets. Dat dit ProRail interessant maakt voor grote groepen professionals, van ingenieurs tot finance-specialisten, blijkt wel uit de enorme stroom sollicitanten die zich continu meldt. 'Wij krijgen 1400 tot 1500 sollicitaties per maand binnen. Dit heeft gedeeltelijk te maken met de veranderde arbeidsmarktomstandigheden, maar komt zeker ook door het verbeterde imago van ProRail.'

*In deze serie staan arbeidsmarktcommunicatiecampagnes centraal. Met dank aan de VEA-vakgroep Arbeidsmarktcommunicatie ([www.vea.nl](http://www.vea.nl)).*