



- Waarom zouden communicatieadviseurs iets van onderhandelen moeten weten?
- Wat gaat er beter als omgevingsmanagers en communicatieadviseurs samenwerken?
- Hoe kan je het gedrag van stakeholders (beter) voorspellen?
- Waarom is draagvlak creëren niet het doel van omgevingscommunicatie?
- Hoe ziet het 10-stappenplan eruit?
- Welke kennis van gedragspsychologie moet je op zak hebben?



Vragen als deze (en nog veel meer!) komen aan de orde in dit boek, dat op 7 december verschijnt.

[Voorproefje deel 1]

De toegevoegde waarde van communicatie in elk omgevingsproces

Wat mij opvalt, is dat er vooral veel aandacht is voor de ontwikkeling van omgevingsmanagement, en minder voor omgevingscommunicatie. Vaak wordt de communicatieadviseur pas aangehaakt 'als we naar buiten gaan'. En dat is jammer. Want een groot deel van het werk van de omgevingsmanager bestaat uit communiceren. Intern, met alle verschillende partijen binnen de organisatie, die zelden op één lijn zitten. En extern, met ambtenaren en bestuurders van gemeentes, provincies en ministeries. Met ondernemers, met leveranciers, met omwonenden en belangengroepen. Omgevingsmanagement is een heel communicatief vak en wie heeft er nu het meest verstand van communiceren? Juist!

De communicatieadviseur staat wat mij betreft vanaf het eerste moment naast de omgevingsmanager! Ik merk in mijn werkpraktijk dagelijks dat omgevingsprocessen zorgvuldiger verlopen en meer resultaat opleveren als SOM (strategisch omgevingsmanagement) en COM (communicatie) nauw samenwerken.

Samenwerken begint bij een gedeelde taal en een gedeelde werkwijze. Met SOM-COM bouw ik voort op de SOM-methodiek. Deze praktische methode, ontwikkeld op het gedachtegoed van de Mutual Gains Approach, is bewezen effectief en geldt onder omgevingsmanagers inmiddels als de professionele standaard. In dit boek neem ik communicatieadviseurs mee in de belangrijkste elementen van de SOM-aanpak en laat ik zien hoe zij die met COM nog veel beter maken. Met daarbij de oproep: pak je rol en laat je toegevoegde waarde zien!

Monique Broekhoff, 2023

Wat zeggen vakgenoten hierover?

Karsten Schipperheijn (mede-eigenaar P2)

"Inhoudelijk kun je alles oplossen. De problemen in de wereld kun je aan met de techniek die er nu is. Dan ligt het uiteindelijk aan ons vermogen om besluiten te nemen en om samen te werken. En samenwerken heeft te maken met mensen die met elkaar kunnen communiceren. Als dat niet gebeurt dan gaat het mis; zo belangrijk vind ik communicatie!"

In het boek vertelt Karsten onder andere over het project Ruimte voor de Rivier bij de Waal in Nijmegen, over het toevoegen van omgevingswaarden aan de projectdoelstellingen en over het belangrijke verschil tussen standpunten en belangen.

Marcel Hoogsteder (omgevingsmanager bij Ipcon en mede-oprichter Dialog)

"Voor mij is het belangrijk dat communicatieadviseurs out of the box kunnen denken. Bij een van mijn projecten merkten we dat we bij bewonersavonden een bepaalde groep misten, en we wisten niet goed hoe we die groep konden bereiken. Totdat we echt die gemeenschap ingingen om te horen wat daar leefde. We ontdekten dat er veel naar een bepaalde radiozender werd geluisterd. We hebben toen contact gezocht met die zender en vaste zendtijd gekregen. Eens in de vier of vijf weken kwamen we op de radio. Dan vertelden we over het project en mensen konden inbellen met vragen. Dat heeft ontzettend geholpen voor het draagvlak."

In het boek vertelt Marcel onder andere over het ontwikkelen van een frame voor een groot project (Gaasperdammerweg), over hoe je ondanks een goede analyse soms toch een issue over het hoofd ziet en over waarom hij graag nauw samenwerkt met een communicatieadviseur.

Frans Evers (expert op het gebied van onderhandelen voor duurzame ontwikkeling)

"De communicatieadviseur heeft traditioneel een beperkte functie. Hij of zij doet mededelingen namens de bestuurder, politicus of iemand uit het bedrijfsleven. Of bereidt die persoon voor op de persconferentie. Maar als communicatieadviseur kan je mensen ook heel goed voorbereiden op onderhandelingen. Want daarbij is communicatie net zo belangrijk als het begrijpen van de essenties van de onderhandelingsaanpak. En communiceren betekent dan vooral verschrikkelijk goed kunnen luisteren, voordat je je eigen bijdrage levert."

In het boek vertelt Frans onder andere over de impact van de Zure Regen campagne (jaren '80 van de vorige eeuw) en over hoe naar zijn idee de ophef rondom het stikstofkaartje van minister Van der Wal voorkomen had kunnen worden.

Met dit boek neemt Monique Broekhoff de communicatieadviseur mee in de belangrijkste begrippen van strategisch omgevingsmanagement (SOM) en laat zij zien welke waarde communicatie (COM) daaraan toevoegt. Met vlot beschreven theorie, boordevol praktijkvoorbeelden én een praktisch stappenplan spoort ze communicatieadviseurs aan een stevige rol te pakken in de interactie met de omgeving.

Met praktijkverhalen van o.a. Gonda Duivenvoorden, Frans Evers, Marcel Hoogsteder, Chantal van der Leest, Camiel Masselink, Elisa Salentijn, Karsten Schipperheijn, Johan Simon en Marion van der Voort.