



- 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 2]

## Draagvlak is niet het doel

Communicatieadviseurs krijgen vaak de opdracht draagvlak te creëren voor een project of een ontwikkeling. Maar hoe kan communicatie daar nu verantwoordelijk voor zijn?

Ten eerste is draagvlak zelden goed meetbaar. Al was het maar omdat 'tegenstanders' zich doorgaans sterker laten horen dan 'voorstanders', of 'ja, mits-ers'. Je kunt natuurlijk een brede enquête inzetten, maar ook dan bestaat het risico dat vooral tegenstanders die invullen. Ten tweede is het een vage term. Bedoelen we dat de omgeving zachtjes monkelend akkoord gaat met een ontwikkeling, of dat ze er luid juichend mee in de krant staan? Of bedoelen we dat er geen zienswijzen of bezwaren worden ingediend? En ten derde: als een project een grote 'negatieve' impact heeft op de omgeving (geluidsoverlast, belemmeren van uitzicht, verlies van eigendom, aantasting van persoonlijke waarden en zo meer), dan krijg je daar met de beste communicatie van de wereld geen draagvlak voor. Acceptatie vanuit het besef dat andere belangen zwaarder wegen, lijkt dan het hoogst haalbare doel.

En dit geldt niet alleen voor communicatie (COM) maar evenzeer voor omgevingsmanagement (SOM). Wat mij betreft kan je het doel van SOM-COM samenvatten in vier woorden:

- SOM-COM maakt het omgevingsproces meer **voorspelbaar**, met zo min mogelijk verrassingen;
- SOM-COM zorgt voor een proces waarin **zorgvuldig** wordt omgegaan met de belangen en de inbreng van alle betrokken partijen;
- SOM-COM maakt het proces **navolgbaar**;
- en op die manier versterken we het **vertrouwen** met de omgeving.

Hoe je dat doet? Tja, daar gaat het boek dus over! Overigens strooi ik daarin kwistig met de term 'draagvlak'. Niet als doel van SOM-COM, maar als algemeen begrip om de theorie en de praktijkvoorbeelden te verduidelijken.

Monique Broekhoff, 2023

## Wat zeggen vakgenoten erover?

### Camiel Masselink (omgevingsmanager TenneT)

*"Het is niet altijd mogelijk om 'de taart te vergroten', maar wel om zorgvuldige processen met elkaar te doorlopen. Onze projecten hebben nu eenmaal impact op de omgeving. Maar door het maken van zorgvuldige keuzes heb je wel een afweging gemaakt die je kunt uitleggen en onderbouwen, en waarin je kunt aangeven hoe je met omgevingsbelangen bent omgegaan. Draagvlak vind ik een lastig woord, maar voor de acceptatie van projecten is dat cruciaal."*

In het boek vertelt Camiel onder andere over botsende belangen bij het realiseren van de energietransitie, en hoe de omgevingsmanagers en communicatieprofessionals bij TenneT als één team 'Community Relations' bijdragen aan die maatschappelijke opgave.

### Gonda Duivenvoorden (strateeg, trainer en coach in Brainwork Communicatie en Van de Wijz)

*"Ik vind het een gek woord, draagvlak. Waarvoor dan en hoe ziet dat eruit? Wat voor gedrag vertonen mensen dan? Als je het kunt vasthouden, kunt herhalen, dan is het gedrag. Bijvoorbeeld dat mensen niet klagen, dat kan ik meten. Maar of mensen er positief tegenover staan, dat kan ik niet vasthouden. Vraag door en zorg dat het concreet wordt, daarmee haal je ook onrealistische verwachtingen eruit. Hoe kun je draagvlak creëren voor iets waar mensen niet om hebben gevraagd en waarbij je alleen maar iets afneemt? Als communicatieadviseur weet je wat mensen nodig hebben om een stap te zetten, om het te accepteren. Met onze kennis kunnen wij het een beetje makkelijker voor ze maken."*

In het boek vertelt Gonda onder andere hoe belangrijk het is de geschiedenis en de context van een omgeving te kennen, over het zoeken naar het 'stille midden' en over de waardevolle rol die de communicatieadviseur kan spelen in het omgevingsproces.

### Marion van der Voort (eigenaar Bureau voor Gebiedscommunicatie, dagvoorzitter en trainer)

*"Onderdeel van de Omgevingswet is dat gemeenten een eigen participatieverordening moeten hebben. Daar staat niet zelden in, dat er draagvlak moet zijn voor een besluit. Maar nergens staat wat draagvlak dan is. Bij bijvoorbeeld woningcorporaties moet 70% van de bewoners instemmen met renovatie. Dat is helder. Maar ik ken weinig voorbeelden waarin de gemeenteraad zegt "Wij willen dat uit een enquête blijkt dat 70% van buurt waarin dit speelt, met een straal van 1 kilometer, het eens is met dit plan."*

In het boek vertelt Marion onder andere over wat de Omgevingswet betekent voor het werk van de communicatieadviseur, over de traceerbaarheid van het participatieproces en – last but not least – hoe je participeren een beetje leuk kunt maken.

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.