



- 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.

Beelvorming, framing & gekoppelde issues

Hoofdstuk 6 gaat over beeldvorming en framing. En over hoe mensen issues vaak aan elkaar koppelen. Een voorbeeld: om welke reden je ook in de aardbodem gaat boren, of je er nu grondstoffen aan wil onttrekken of afval in wil opslaan – mensen zullen dat direct associëren met de problemen rondom de gaswinning in Groningen.

Zo pompt de NAM het afvalwater van de oliewinning bij Schoonebeek in Drenthe al jaren naar Twente, waar het ondergronds wordt opgeslagen. Omwonenden maken zich zorgen over vervuild grondwater, aardbevingen en verzakkingen. Na veel gesteggel tussen de regering en de Tweede Kamer zou er een evaluatie komen, maar die kwam er niet. Begin 2021 werd in de buurt van het Twentse Rossum een scheur ontdekt, die de NAM al drie jaar over het hoofd had gezien. Na onderzoek van de NAM zei toezichthouder SodM (Staatstoezicht op de Mijnen) dat het erop leek dat er geen lekken waren geweest. Het injecteren werd hervat. “Dit kan Groningen in het kwadraat worden” stelde Herman Finkers. Met “een levensgevaarlijke roulette” zette hij een stevig frame neer; het haalde alle lokale en ook de [landelijke media](#).

Ik noem in het boek ook de zoutwinning bij Haaksbergen, waarover de gemeenteraad op dat moment (begin juli) niet wilde stemmen omdat er te veel onduidelijkheid was. “Zoutwinning wordt straks over één kam geschoren met Groningen”, concludeerden Gonda Duivenvoorden en ik toen ik haar voor mijn boek interviewde. En inderdaad. In een [NPO Radiol-podcast](#) vertelt RTV Oost-verslaggever Esther Rouwenhorst op 2 november hoe de gemoederen in Haaksbergen zo hoog konden oplopen “door alles wat er in Groningen is gebeurd.”

Juist over dat koppelen van issues heb ik soms discussie met projectleiders. Die zeggen dan, dat hun project over héél iets anders gaat dan over het issue waar de kranten vol van staan. En technisch of inhoudelijk is dat misschien wel zo. Maar als de buitenwereld wel linkjes legt, dan krijg je daar vroeg of laat toch mee te maken. Goed als je daar vooraf een inschatting van kan maken, zodat je je kan voorbereiden op deze beeldvorming. Weer een bewijs dat de communicatieadviseur onmisbaar is, vanaf het eerste moment in het omgevingsproces!

Monique Broekhoff, 2023

Wat zeggen vakgenoten erover?

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

"Beeldvorming speelt niet alleen maar lokaal. Er is altijd enorm veel context en die moet je meenemen. Je moet weten wat mensen heeft beïnvloed als het gaat om stereotypingen rondom een windmolenpark of een AZC. Het gros van de angsten die mensen hebben voor een AZC kan je al op een lijstje zetten. "Het zijn natuurlijk mensen die... het is natuurlijk zo dat...". Niemand heeft er ervaring mee, maar het staat in de media."

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.

Chantal van der Leest (neuropsycholoog en specialist gedragscommunicatie)

"Onze hersenen hebben twee manieren om informatie te verwerken. Een snelle, emotionele manier en een langzame, rationele manier. Het snelle systeem is er als de kippen bij als we een mening vormen. Pas daarna gaat ons rationele brein argumenten zoeken om die mening te onderbouwen. Die snelle, emotionele processen zijn dus ontzettend belangrijk. Wat framing doet, is inspelen op emotie. Je maakt ergens een emotioneel verhaal van. Daarmee spreek je direct dat snelle systeem aan en zo wordt direct al een mening gevormd."

In het boek vertelt Chantal over haar eigen ervaring met een ingrijpend verkeersproject bij haar voor de deur, benadrukt ze de impact van verliesaversie en allerlei daaraan gerelateerde bias, en wijst ze erop dat biases ook aan de kant van een projectteam spelen.

Chantal is van mening dat je in omgevingsprocessen gebruik mag maken van psychologische principes en beïnvloeding:

"Natuurlijk mag je dit doen, ook als je niets doet heeft dat namelijk effect. Veel mensen denken "Dit doe ik liever niet". Dat vind ik nog erger, want dat betekent dat je dingen op hun beloop laat, niet wil kijken naar de effecten en dat kan hele negatieve gevolgen hebben. Ik vind het meer aan te raden dat je weet wat je doet, dat je kennis hebt van zaken en dat je daar bewuste keuzes in maakt."

Bij het Nederlands Instituut van Psychologen hebben we vijf ethische principes voor gedragsbeïnvloeding samengesteld. Die gaan over verantwoordelijkheid, integriteit, respect, deskundigheid en gebruik van data. Je vindt [hier](#) praktische handvatten, die ook in een omgevingsproces van toepassing zijn. Denk aan: sluit ik geen mensen uit, is het wel eerlijk om dit zo te doen, ben ik degene die dit mag doen?"

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. Uitgeverij: www.decommunicatiepraktijk.nl