

URBAN COMMUNICATION: NU LEREN, MORGEN AAN DE SLAG

LEF. DAT HEEFT IEDEREEN DIE STAPPEN WIL ZETTEN IN HET
COMMUNICATIEVAK NODIG, BETOOGT COMMUNICATIESTRATEEG EN TRAINER
GONDA DUIVENVOORDEN. EN WAARVOOR? LEF VOOR GOED LUISTEREN,
VRAGEN STELLEN EN IN HET BEGIN DURVEN VERTRAGEN. LEF OM LANGER
STIL TE STAAN BIJ THEMA'S DOOR TE INSPIREREN EN HANDVATTEN TE
BIEDEN, OM JE EIGEN MENING TE UITEN, OM DINGEN TE DOEN.



'IK BEN ÉCHT AAN HET WERK GEZET EN HEB MIJN DENK- EN DOEVERMOGEN VERGROOT'

Vier jaar geleden ontwikkelden de vier grote gemeenten – Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Amsterdam – samen met Gonda Duivenvoorden de twaalfdaagse leergang Urban Communication. Die is bedoeld voor de meest ervaren communicatieadviseurs, die behoefte hebben aan een serieuze, actuele en specifieke opleiding, toegespitst op de communicatievraagstukken waar je in grote gemeenten mee te maken krijgt. En op de vaardigheden en competenties die je daarbij nodig hebt. 'Want', zegt Duivenvoorden, 'om stappen te zetten in je vak is voor gemeentelijke communicatieadviseurs andere inhoud belangrijk dan dat voor een vakgenoot in een commercieel of zorgbedrijf.'

Dat beaamt Miebeth van Horn, senior communicatieadviseur bij de gemeente Rotterdam en cursist van de opleiding. 'De voorbeelden in de studie komen uit de gemeentelijke praktijk en hebben altijd een bestuurlijke kant. Wat je vandaag leert, daar ga je morgen mee aan de slag.' De

deelnemers hebben gemeen dat ze stuk voor stuk gedreven en betrokken adviseurs zijn. Tijdens de training ontwikkelen ze in zes modules nog meer hun eigen adviesstijl. En als de eerste module is afgerond, betekent dat niet dat die is afgevinkt. Wat je in module 1 leert, is doorvlochten in de andere opleidingsdagen: de training is doorspekt met opbouwende kritiek en positieve feedback, zodat deelnemers zich bewust worden van hun gedragspatronen.

Van Horn: 'Je wordt aan het werk gezet om je denk- en doevermogen in te zetten. Iedere module duurt twee dagen. De eerste dag ga je met de theorie aan de slag, daarna werken we aan een case die vaak uit de gemeente van een van de andere cursisten komt. Dat helpt je om de theorie eigen te maken. We werken met herkenbare praktijkvoorbeelden die ik vaak ook voorbespreek binnen mijn eigen gemeente.' Denk aan het aardgasvrij maken van een woonwijk of gedragsverandering van toeristen. Welke

communicatiestrategie ontwikkel je voor de wethouder milieu die de koersnota schone lucht naar de raad stuurt?

Zo werken de deelnemers in zes modules van twee dagen waarbij theorie en praktijk in elkaar overlopen. Op het programma staan onder andere coachend adviseren, accountability, strategisch omgevingsmanagement en participatie, trends en ontwikkelingen (maatschappelijk en technologisch) en gedragsbeïnvloeding. Maar minstens net zo belangrijk is wat er volgens Gonda Duivenvoorden tijdens de lunch op tafel ligt. 'Op zo'n moment zit je met allemaal adviseurs die uit hetzelfde hout gesneden zijn en leer je van elkaar. Een onderwerp als omgevingsmanagement speelt in iedere gemeente. De vraag is hoe andere gemeenten dat aanpakken en of ze al een plan of strategie hebben.

VNG CONNECT

De twaalfdaagse opleiding 'Urban Communication' is ontwikkeld door de vier grote gemeenten samen met hoofdtrainer Gonda Duivenvoorden. Na drie succesvolle edities met de vier grootste gemeenten gaat de leergang dit najaar bij VNG Connect van start voor senior communicatieadviseurs van de gemeenten met meer dan honderdduizend inwoners.

De opleiding wordt vanaf dit najaar samen met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten gegeven. Zo verdiepen gemeenten ook steeds meer hun relaties op het gebied van communicatie-issues.'

Beter leren luisteren

Tijdens de opleiding leren de communicatieprofessionals dat het oké is dat je niet altijd het antwoord hebt. Zorgen dat je altijd blijft openstaan voor de belangen van de opdrachtgevers en rekening houdt met het speelveld is cruciaal.

Miebeth den Horn: 'Het belangrijkste wat ik heb geleerd is om beter te luisteren. Waar zit de vraag achter de vraag in plaats van te gaan rennen op de vraag zelf.' In de praktijk merkt ze nu subtiele verschillen. 'Een opdrachtgever die bijvoorbeeld de deur uitloopt met de afspraak eerst een sessie met de stakeholders te organiseren in plaats van de opdracht voor een flyer. Ik voeg meer feiten toe in mijn advisering, zodat het niet om mijn mening gaat: wat ik zeg, wordt ook gestaafd door feiten. Ik sta steviger in gesprekken en ben goed voorbereid. Ik breng alle belangen in kaart en bepaal voor een gesprek wat ik eruit wil halen en wat mogelijke scenario's zijn. Ook leg ik vast wat besproken is. Kortom: ik werk veel meer accountable. En het fijne is dat mijn groei in het communicatievak daardoor ook wordt gezien.'