



Leiderschap = ruimte claimen, stappen zetten en stelling nemen

Je herkent het vast: je start als omgevingsprofessional met een nieuw project en voor je het weet bevind je je in het midden van een wirwar aan belangen, meningen en verwachtingen. Van omwonenden tot gemeenteraadsleden en een belangenorganisaties, iedereen heeft al iets te zeggen. En allemaal willen ze iets anders. Maar hoe zit dat met jouw stem? Hoe vaak komt het voor dat jouw expertise direct erkend en goed benut wordt? Mijn ervaring is dat we als omgevingsprofessionals toch nog te vaak te laat betrokken worden bij impactvolle projecten. Terwijl juist wij degenen zijn die de brug kunnen slaan tussen alle verschillende belangen.

Laat me je een voorbeeld geven. Onlangs werkte ik aan een groot warmtenetproject in een Zuid-Nederlandse gemeente. Achter elke voordeur gaat een ander belang schuil. Waar binnen het project al snel gesproken wordt over de 'meedenkers' en de 'tegenstanders', is voor mij de uitdaging veel complexer. Ik ben benieuwd naar de nuance. De vrouw op leeftijd die graag mee wil doen, maar bang is voor de verbouwing. De man die met veel interesse zijn eigen woning stap voor stap allang aan het verduurzamen is. Van ons wordt verwacht dat we de complexiteit snel en efficiënt doorgronden. En met een passende aanpak als oplossing komen. Maar, dat kan alleen als ons vak serieus genomen wordt. Als we de tijd krijgen ons te verdiepen. Echt te luisteren naar mensen. Op zoek naar wat er leeft in de hoofden en de harten. En daar ligt de crux: hoe zorgen we ervoor dat ons vak hoog op de agenda komt?

Dat begint wat mij betreft al bij het eerste telefoontje dat je krijgt. Al voordat je überhaupt begonnen bent met een project. Wacht niet af, maar stel de vraag hoeveel ruimte er is om je vast te bijten in de omgeving. En houd daaraan vast. Claim direct je positie. Luisterend naar de verhalen en belangen in de buurt, doet je dan soms beseffen dat er wat anders nodig is dan waar je opdrachtgever je in eerste instantie mee op pad gestuurd heeft. En dan komt het erop aan. Toon je loyaliteit naar je opdrachtgever en probeer je jezelf zo goed en kwaad als het kan staande te houden in je project en de buurt? Of: toon je lef? Neem je ons vakgebied én de mensen die je spreekt serieus en kaart je aan dat er iets anders nodig is?

Er is uiteraard geen pasklaar antwoord te geven. Want elk project en elke omgeving is anders. Je hebt een interne antenne nodig om een inschatting te maken. En een open luisterhouding. En tijd om te sparren. Maar na een groot aantal omgevingsprojecten gedaan te hebben, ontwaarden mijn collega's en ik een aantal rode draden. Een aantal vaste elementen die je houvast kunnen geven. Die elementen hebben we verwerkt in een stappenplan: de Participatiegids. Het zijn acht stappen die je leiden naar een betrouwbaar verhaal en een zorgvuldig gesprek over belangen. Maar onthoud altijd: zonder jouw leiderschap blijft zelfs het beste stappenplan een dode letter.

Moniek Schoofs

Senior communicatieadviseur Connect

De acht stappen van de Participatiegids

Stap 1: Doel scherpstellen: welke impact wil je bereiken? Met je project inhoudelijk, maar ook met participatie. Wat is de meerwaarde van het gesprek met de omgeving voor het project?

Stap 2: Doorgronden van de context:

- Wat speelt er intern? Wie is de opdrachtgever, wat zijn zijn belangen, wat speelt er intern nog meer, zijn er raakvlakprojecten, wat zijn belangrijke mijlpalen en welk budget (mensen en middelen) is beschikbaar voor communicatie en participatie?

- Wat speelt er extern? Welke issues spelen er in de omgeving, wie zijn de stakeholders en hoe verhouden die zich tot elkaar?

Stap 3: De interne en externe druk meten: zijn er mogelijk spanningen voelbaar zowel intern als extern. En welke acties kun je ondernemen om die druk te verlagen?

Stap 4: Interne go en check bij de omgeving: koppel je bevindingen terug aan je interne opdrachtgever. Worden ze herkend? Worden je voorgestelde acties ondersteund? Na groen licht check je je bevindingen ook bij de omgeving (bv. de top vijf stakeholders).

Stap 5: Doordachte aanpak uitwerken: werk dan een basisverhaal uit, schrijf Q&A's, bepaal het participatieniveau per stakeholder en bedenk daar passende acties bij.

Stap 6: Interne go en check bij de omgeving: opnieuw schakel je met je interne opdrachtgever. Na groen licht voor je voorgestelde aanpak, check je die ook weer bij de omgeving. Past de aanpak bij de situatie in de omgeving?

Stap 7: Actieplan opstellen: alle acties die in eerdere stappen boven tafel zijn gekomen, kun je nu gaan in plannen in de tijd. Zo krijg je niet alleen een gedetailleerde communicatie- en participatiekalender maar ook een logisch verhaal naar buiten.

Stap 8: Evaluatie: borg de afspraken, koppel terug aan de omgeving, deel alle kennis intern en evalueer het proces.

Bijlagen (via linkjes):

- Vakblad cOM met op pagina 14-15 een artikel over de Participatiegids
- De Participatiegids in beeld waarin collega's Eefje Rolsma en Mieke Bex in gesprek gaan over de Participatiegids