

# COMMUNICATIE BEPAALT DE UITSTRALING VAN EEN ORGANISATIE

Van 't Loo van Eck ondersteunt overheid bij communicatie in snel veranderende omgeving

**Helder communiceren is een vak, daar is ook de overheid van doordrongen. Maar ondanks alle aandacht voor communicatie zijn er nog veel zaken die beter kunnen. Want helder communiceren binnen en vanuit een organisatie vereist meer dan medewerkers een cursus laten volgen. Ook aandacht voor de organisatie en de processen zijn belangrijk. Van 't Loo van Eck helpt de overheid bij het verbeteren van haar communicatie.**



## VAN 'T LOO VAN ECK

Pascalstraat 28  
Postbus 274  
6710 BG EDE  
0318-69 69 00  
loo@loovaneck.nl  
www.loovaneck.nl

Onze missie is Mensen en organisaties inspireren om hun communicatie te verhelderen, zodat ze uitstralen wie ze zijn. We bereiken dit door vast te houden aan onze 5 kernwaarden: helder, persoonlijk, passievol, subliem en ondernemend. Ruim 50 professionals zetten zich vol passie in om onze klanten beter te leren communiceren.

**A**l 26 jaar ondersteunt Van 't Loo van Eck de communicatie van de Nederlandse overheid. Begonnen als trainingsbureau is het bedrijf in de loop der jaren uitgegroeid tot een brede dienstverlener die integraal strategisch advies over alle facetten van communicatie verzorgt. Op dit moment werken vijftig adviseurs, allen met passie voor de Nederlandse taal, bij dit bureau. In 2008 is Van 't Loo van Eck uitgeroepen tot beste opleider voor de overheid.

Martijn Jacobs, lid van de directie: "Onze missie is *mensen en organisaties inspireren hun communicatie te verhelderen zodat ze uitstralen wie ze zijn*. In deze formulering is alles samengevat wat wij doen voor de overheid. Wij achterhalen wat een organisatie wil uitstralen, en kijken of dat tot uitdrukking komt in hun communicatie. We nemen daarin alle contactmomenten in hun communicatie mee, van telefoon- en baliesprekken tot website, brieven en e-mails. Vaak blijkt dat niet goed te gaan."

De manier waarop burgers de communicatie van de overheid ervaren, hangt

volgens Jacobs voor een belangrijk deel af van externe factoren. "De overheid is voortdurend bezig zichzelf te verbeteren, maar de omgeving daarbuiten verandert ook. Een belangrijke trend is bijvoorbeeld de toenemende mondigheid van de Nederlandse burger. Hij stelt steeds hogere eisen aan een gemeente, provincie of departement op het gebied van communicatie. De burger wil een helder antwoord op zijn vragen, en tegelijkertijd wil de burger als een volwassen mens behandeld worden."

De vraag is dus vooral hoe je heldere communicatie kunt combineren met een klant- en servicegerichte houding, waarbij de overheid meedenkt met zijn burgers. "De vraag naar verbetering van de overheidscommunicatie speelt al een aantal jaren. De afgelopen tijd zijn overheidsinstanties vooral bezig met de helderheid in hun communicatie."

Een trend die hierbij een rol speelt, is het Klanten Contact Centrum (KCC) binnen de lokale overheid. Het opzetten van zo'n KCC vraagt om een gedegen aanpak, want de ambtenaren die in het KCC gaan werken zijn over het algemeen niet opgeleid als

center-medewerkers. Maar in hun nieuwe functie wordt het op de juiste manier voeren van een telefoongesprek wel een essentiële vaardigheid.

## VAARDIGHEDEN

Een vergelijkbare ontwikkeling bij de decentrale overheid is dat ambtenaren burgers zelf gaan bellen om uitleg te geven bij beslissingen. Vaak gaat het om negatieve beslissingen die ze persoonlijk uitleggen, om bezwaarschriften zoveel mogelijk te voorkomen. Door deze benadering komt de overheid dichterbij de burger te staan. Maar ook hiervoor zijn specifieke vaardigheden nodig. Jacobs: "Het is al moeilijk om een goed telefoongesprek te voeren. Als dat dan ook nog eens een slechtnieuwsgesprek is, wordt het nog lastiger. Je kunt je niet langer verschuilen achter een brief, maar moet één op één het gesprek aangaan. Dat vereist bepaalde vaardigheden."

Niet alleen de communicatie met de burger, maar ook de interne communicatie is bij de overheid voortdurend in beweging. Bij gemeenten is bijvoorbeeld veel vraag naar het 'vertalen' van uitgebreide en com-

plexe raads- en collegevoorstellen tot korte, bondige en snel te lezen teksten.

Spelling en grammatica blijven volgens Jacobs eveneens een heikel punt: "We hebben onlangs een onderzoek gedaan bij de lokale overheid, waarbij we alle gemeenten een brief hebben gestuurd met een aanvraag voor een invalidenparkeerplaats. De reacties die we kregen, waren heel divers, van zeer klantvriendelijk tot een botte post it-memo met afwijzing. Wat in dit onderzoek vooral opviel, was dat er in de reacties enorm veel taalfouten zaten. Dat is een blijvend probleem bij de overheid, het wordt in de loop der jaren niet erger, maar ook niet beter."

Een van de redenen die hij noemt voor deze voortdurende problematiek is dat het Nederlands een relatief moeilijke taal is. "Daar komt bij dat mensen de neiging hebben om, als ze gaan schrijven, ze dat gaan doen zoals ze *denken* dat ze moeten schrijven. Dit leidt ertoe dat ze automatisch moeilijke woorden en complexe grammaticale constructies gaan gebruiken. De kans dat je dan fouten maakt, is veel groter dan wanneer je eenvoudige zinnen schrijft.

Daarom zeggen we altijd: schrijf nu gewoon zoals je het zou zeggen, dat kun je, en het is duidelijk."

## KERNWAARDEN

Communicatie is meer dan alleen spelling en grammatica. "Taal is natuurlijk ontzettend belangrijk, maar zeker zo belangrijk is wat je met je communicatie wilt uitstralen. Veel organisaties, zowel bij de overheid als het bedrijfsleven, hebben een missie en een visie. En ze hebben kernwaarden die uitdrukken wie ze zijn. Met die missie en visie doen ze hun klanten een belofte: beste klant, dit zijn wij, dit kun je van ons verwachten. Wij vragen organisaties te onderzoeken of de brieven die ze sturen en de gesprekken die ze voeren wel aansluiten bij die missie en visie. Oftewel: sluit de communicatie aan bij de kernwaarde? Maak je waar wat je belooft? Een organisatie die zegt *persoonlijk* te zijn, kan klanten geen brieven sturen die afstandelijk en standaard zijn. Dat is niet geloofwaardig."

"Vaak blijken de kernwaarden niet op de praktijk aan te sluiten. Wij proberen dan een organisatie te prikkelen om hun belofte ook

in hun communicatie na te komen. Waar het om gaat is de vraag welk *gedrag* medewerkers moeten vertonen om te voldoen aan de kernwaarden van de organisatie. Het is onze uitdaging om dat gedrag verankerd te krijgen in de organisatie. Dit betekent niet alleen helder schrijven en korte zinnen gebruiken. Het gaat vooral om de mentaliteit van de medewerkers. Dat is voor ons essentieel: je moet anders gaan denken voor je anders kunt communiceren."

Daarnaast kijken de adviseurs van Van 't Loo van Eck naar de processen in een organisatie. Wanneer een organisatie bijvoorbeeld snel vragen van burgers wil afhandelen kan die belofte niet waargemaakt worden als een brief vóór ondertekening door vijf verschillende afdelingen en een jurist moet worden bekeken. "In zo'n geval heeft communicatietraining geen effect. Ook bij telefoneren heeft training weinig zin als er maar twee mensen zijn voor het afhandelen van vijftig telefoontjes per uur. Ze zullen dat nooit goed kunnen uitvoeren. Je moet het geheel aanpakken, en dat kan behoorlijk ingrijpend zijn voor een organisatie."