

# Zorg voor een stevige strategietempel

— Communiceren met meerdere opdrachtgevers

In een omgevingsproject heb je niet alleen veel stakeholders, je hebt meestal ook verschillende shareholders. Drie gemeenten, een provincie, misschien ook nog een waterschap of een landelijke overheid. Je hebt het niet alleen voor het zeggen, dus moet je wel samen optrekken. En ook al heeft iedere partner het algemeen belang voor ogen, toch heeft elk van hen ook zijn eigen kijklijn. Vaak gaat dat lang goed, tot het spannend wordt. De oplossing zit in de strategietempel. Die bestaat uit drie lagen waar jij invloed op kan hebben.

## Stap 1 Leg het fundament vast

Een omgevingsproject rust op de gemeenschappelijke waarden die je samen nastreeft. Het is het fundament van de strategietempel. Die waarden moet je op voorhand vastleggen. 'Transparantie' lijkt misschien een hol woord, maar dat krijgt wel gewicht als je voor een moeilijke processtap staat. Bijvoorbeeld wanneer twee projectopties geschrapt worden, dan geven ze mee richting aan je communicatie. Hoe kom je tot die waarden? Schrijf de drie, vier of vijf waarden op die je deelt als projectpartners.



ZOEK DE GEMEENSCHAPPELIJKE WAARDEN



Dit strategisch model werd gedownload uit het boek 'Laat ons zeggen dat het (opnieuw) shit wordt' van Bart Derison.

## Stap 2 Maak de visie van elke partner expliciet

Heb je dat fundament van gemeenschappelijke waarden, dan ga je meteen op zoek naar de mogelijke verschillen in communicatievisie. Elke partner kijkt wellicht anders naar het project. Wat vindt gemeente A belangrijk in de kernboodschap? Welke gevoeligheden spelen er bij gemeente B? Hoe heeft de provincie zijn intern beslissingsproces geregeld? Het is belangrijk dat je dit op voorhand weet. Laat elke partner in twintig lijnen omschrijven wat hij belangrijk vindt in de communicatie van het project. De enige regel is dat je niets kan schrijven dat strijdig is met de waarden uit het fundament. Toch kan het dat gemeente A transparantie belangrijk vindt, maar dat enkel definitief door de gemeenteraad goedgekeurde plannen kunnen worden gecommuniceerd. Dan wordt een algemene waarde concreet toegepast op basis van de eigen communicatievisie. Dat kan perfect.



DEFINEER DE GEVOELIGHEDEN VAN ELKE PARTNER



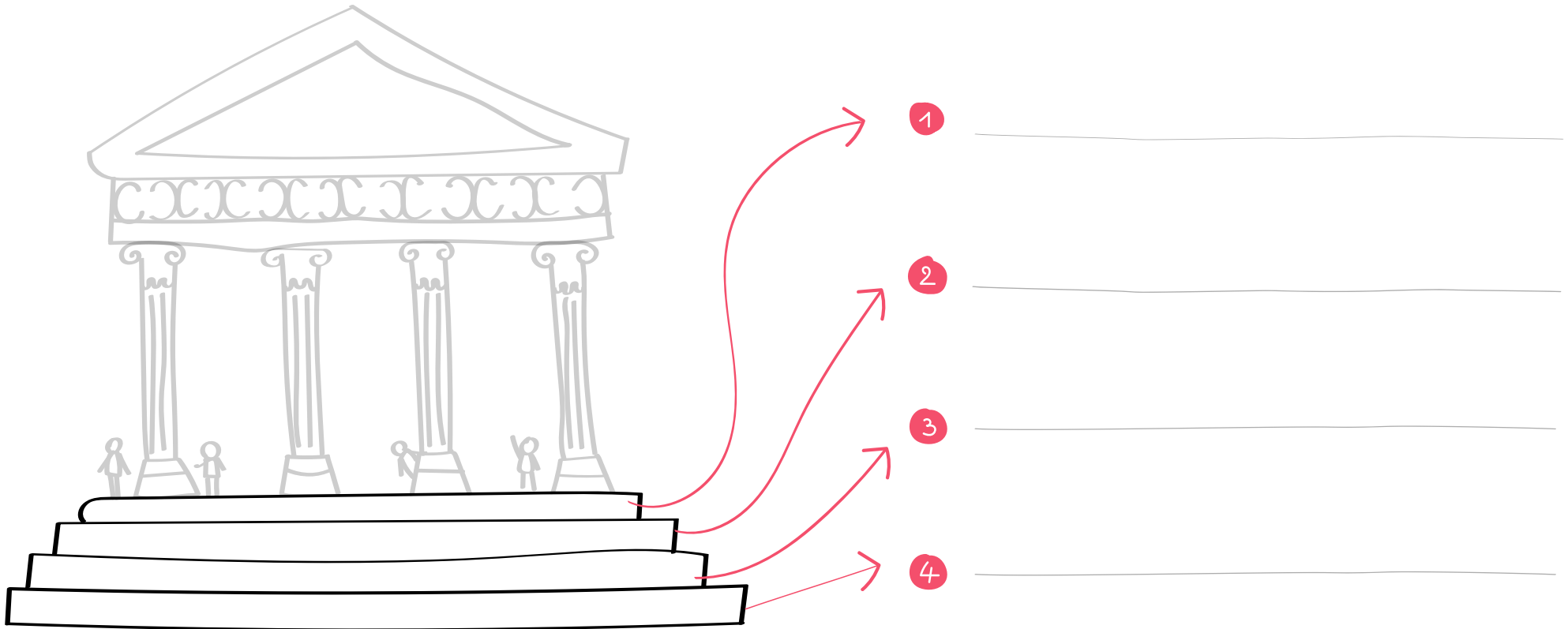
SCHRIJF JE OVERKOPELEND VERHAAL

## Stap 3 Ontwikkel nu de kernboodschap in 10 lijnen

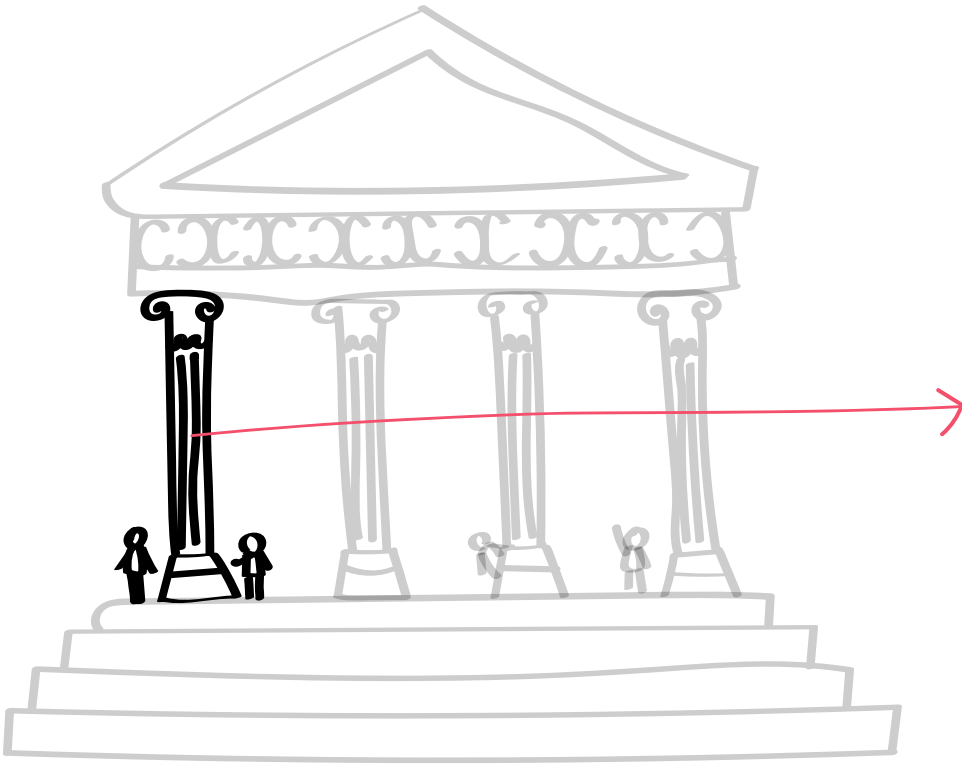
Nu werk je naar de kernboodschap voor je project. Je hebt een breed fundament van projectwaarden én je weet wat voor elke partner belangrijk is. Je bent aan het bovenstuk van de strategietempel. Via convergentie (waarden) ga je over divergentie (visie) terug naar convergentie: de gezamenlijke kernboodschap voor het omgevingsproject. Wat zijn de tien lijnen die je vertelt aan een bewoner én aan de gemeenteraad? Voor die oefening is de woordpiramide handig. Organiseer een workshop. Hang de waarden van je project aan één muur: het fundament van je strategietempel. Hang op een andere muur de visies van elke partner. En ga in dat decor aan de slag om in een woordpiramide de zes codewoorden van je kernboodschap te schrijven. Eerst apart en dan samen zoekend naar één moederpiramide: de kernboodschap.

Op deze manier heb je een waardevol proces doorlopen om elkaars verschillen te zien en tegelijk elkaars gemeenschappelijke waarden te ontdekken.

## **Stap 1** Omschrijf de gemeenschappelijke waarden



## Stap 2



**PARTNER 1**

---

---

---

---

---

---

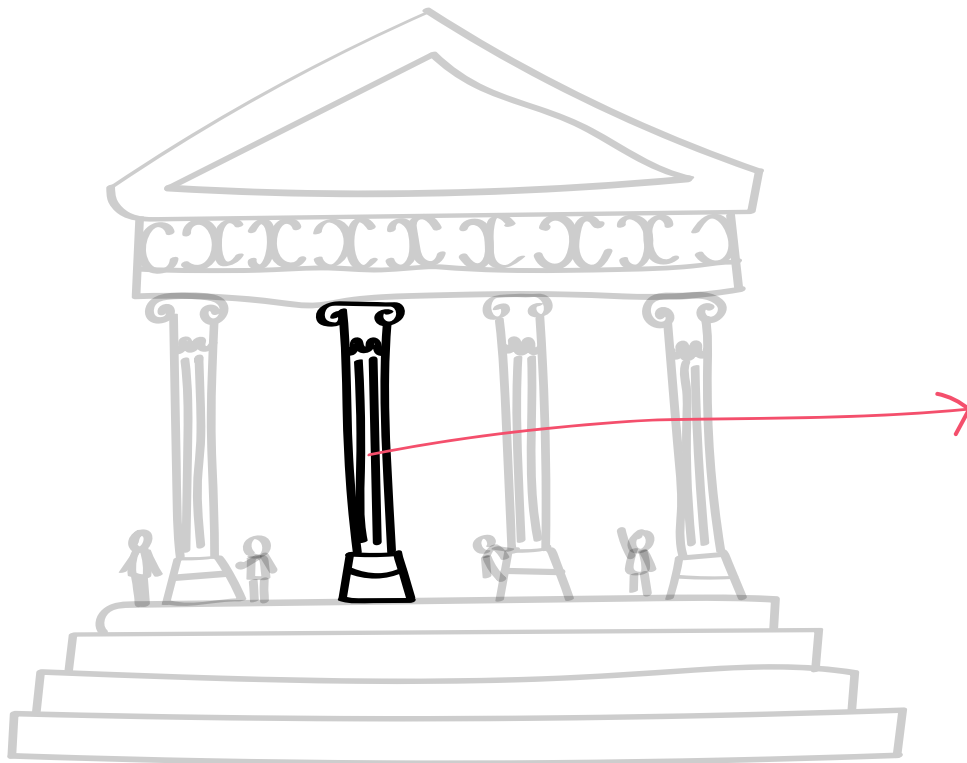
---

---

---

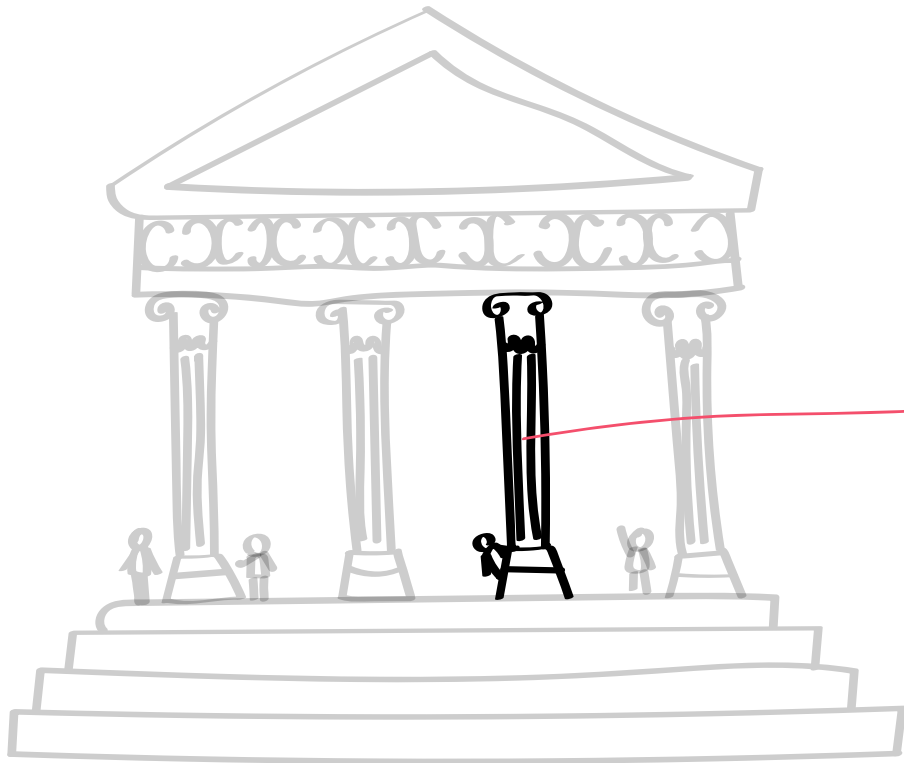
---

**Stap 2** Laat elke partner kort zijn visie omschrijven op inhoud, proces en samenwerking



PARTNER 2

## Stap 2



## PARTNER 3

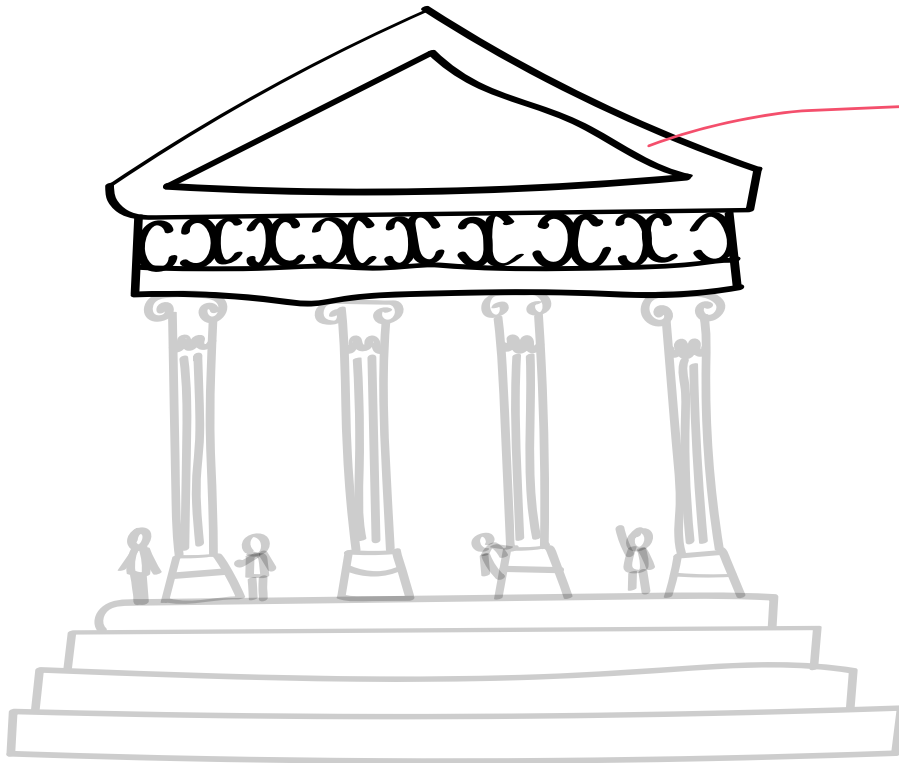
This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper has a slightly aged or off-white appearance.

## Stap 2

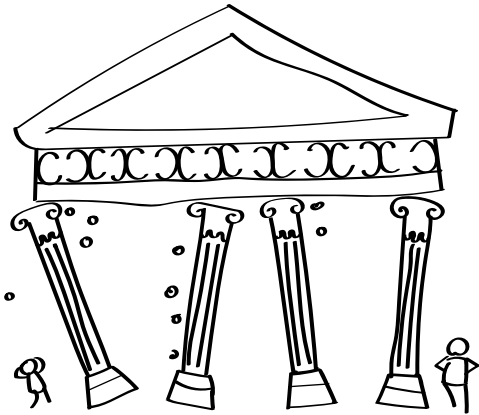


## PARTNER 4

**Stap 3** Schrijf samen de kernboodschap in 10 lijnen

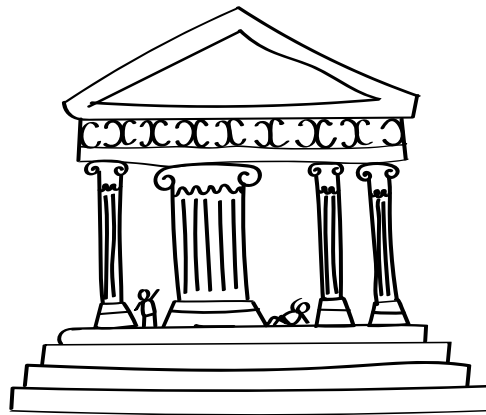
A notepad with a red border and 10 horizontal lines for writing.

## EXTRA Waar het vaak fout loopt



### 1 GEEN FUNDAMENT

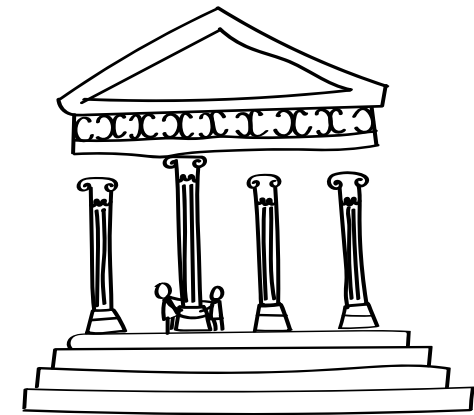
Hoe vaak gaan projecten van start zonder een set van cruciale projectwaarden af te spreken? Als dat fundament flinterdun is of onuitgesproken, dan stort vroeg of laat alles in. Kijk elkaar op voorhand in de ogen en spreek af volgens welke waarden je dit project samen wil uitvoeren.



### 2 DOMINANTE PARTNER

Je zit met verschillende partners samen in het omgevingsproject. De ene opdrachtgever draagt financieel meer bij dan een andere. Als één dominante visie je project bepaalt, dan wordt er ooit een rekening vereffend.

Hoe stevig die strategietempel ook lijkt, er zullen momenten komen dat andere partners hun gelijk willen halen. Zorg voor evenwicht en respecteer een verschil in visie. Hou rekening met elkaars gevoeligheden. Omgevingsprojecten zijn lange ritten en het heeft geen zin om meteen iedereen uit het wiel te rijden.



### 3 SMALLE KERNBODSCHAP

Als je in de kernboodschap vooral de lange schaduw van één opdrachtgever ziet, dan komen de andere partners snel in de verleiding om parallel en op eigen houtje te communiceren. Net wat je niet wil in een project waar je samen naar de buitenwereld stapt. Hier geldt dat de grootste geldschietster best niet iedereen de arm omwringt.