



LOGEION



LIDMAATSCHAP

Het lidmaatschap van Logeion is inclusief een abonnement op C. Ook niet-leden kunnen zich op C abonneren. Voor meer informatie over lid worden van Logeion en opzeggen: www.logeion.nl



Fotograaf Sanne Donders

LOGEION | de nederlandse beroepsorganisatie voor communicatieprofessionals

04 **inleiding**

05 **hoofdartikel**
ereleden van logeion

22 **in memoriam anne van der meiden**

23 **column marjolein snellink**

23 **reportage**
communicatieprofessionals van de toekomst

28 **achtergrond**
glenn metselaar, hoofd corporate communicatie dura vermeer

32 **interview**
gemeente hof van twente gehackt

35 **top 5 beste blogs**

36 **onderwijs – een tweeluik**
nieuwe manieren van communicatieonderwijs

41 **column christian burgers**

42 **reportage**
wie is je vader, wie is je moeder

46 **top 5 beste communicatiemiddel**

47 **de pijnbank**
waaghalzen aan het woord

54 **interview**
jacques wallage: twintig jaar communicatie in hart van beleid

60 **ontwikkeling**
de weg terug naar kantoor

63 **schrijfwedstrijd**
vijf leden schreven zich deze c in

73 **verdieping**
pleidooi voor ethische crisiscommunicatie

78 **opinie**
is lawfare ons vak binnengedrongen?

80 **toonaangevend**
hanan challouki over inclusieve communicatie

84 **communicatietheorie van betteke van ruler**

86 **spotlight**
hans faber en skye van gooswilligen winnen communicatieverkiezingen

92 **interview**
prof. dr. hendrik vos vindt dat we in de eu naar elkaar moeten luisteren

97 **top 5 beste communicatiecampagnes**

98 **tweegesprek**
een bespiegeling op interim-communicatie en de interimmer

101 **boekrecensies**

102 **kennis**
de gespletenheid die in ons vak ingebakken zit

105 **top 5 beste boeken**

106 **reportage**
arno visser, president van de algemene rekenkamer

110 **makers**

111 **colofon**

Ongelofelijk trots

Terwijl het land het juk van corona van zich afschudt, terwijl we de wonden likken van die smadelijke uitschakeling van Oranje op het EK2020 (dat door corona in 2021 gespeeld is), terwijl we nog steeds wachten op een beetje beweging in de formatie van een nieuw kabinet en terwijl we stiekem allemaal een beetje Formule-1-fan geworden zijn nu ‘onze’ Max wél kampioen zou kunnen gaan worden, viert Logeion feest. Het is dit jaar 75 jaar geleden dat ons vak officieel op de kaart gezet werd en sinds die tijd is communicatie als vak een steeds logischer en bovenal volwassener onderdeel geworden van het leven.

Ook in deze C kan dat feest niet uitblijven. En dus gaan onze leden en abonnees de zomervakantie in met een dubbeldikke jubileumeditie die tot de laatste pagina’s gevuld is met prachtige verhalen. Ereleden die terugblikken op hun verenigingsleven staan naast de nieuwe lichterding die popelt om het roer over te nemen. Jacques Wallage blikt terug én vooruit op communicatie in het hart van beleid. Hanan Challouki neemt ons mee in de wereld van inclusieve communicatie en komt tot de conclusie dat het nog nét niet te laat is om hier serieus werk van te gaan maken.

Eigenlijk is het zonde om maar een paar van die prachtige verhalen uit te lichten. Daarom wil ik juist de schijnwerper zetten op de makers van C. De redacteurs die zich elk nummer inzetten om de lezers verse inzichten voor te schotelen. De eindredacteurs die plooiën gladstrijken en de fotografen die iedere editie op pad gaan om het blad te verrijken met prachtig beeld. Daarnaast de vormgevers die alles tot een logisch, prettig bladerbaar geheel maken en de drukker die altijd mee wil denken om de lezers iets bijzonders voor te schotelen. En de mensen van het bureau die er zijn als steun in de rug, als achtervang en klankbord.

Met elkaar zorgen we ervoor dat elke C net weer een tikkie beter, actueler, relevanter en mooier is; ook dit jubileumnummer. Altijd met de lezer voor ogen. En daar ben ik ongelofelijk trots op.

Sander Grip
hoofdredacteur

Vooruit naar kantoor

Vooruit naar kantoor. Zo noemen Maurice Berix en Miranda Koot van de provincie Zuid-Holland de terugkeerstrategie die zij, in co-creatie met de hele organisatie, opstelden. Het is een stap terug naar kantoor nu de coronamaatregelen stevig op hun retour zijn.

Een stappenplan dat in de fase is waarin er geëxperimenteerd en geoefend wordt met hybride werken en waar ontmoeten het belangrijkste uitgangspunt is. Berix en Koot gingen op zoek naar de wensen en behoeften van de medewerkers, om samen met hen een gedragen plan vorm te geven. Berix: “We bouwen een brug terwijl we erover lopen, op basis van kennis uit de hele organisatie. Als programmamanagers hebben we de wijsheid niet in pacht, dat zeggen we ook hardop.”



Auteur Katja Torbijn

*Fotografen Ivar Berix (foto Maurice Berix)
en Ann-Sophie Falter (foto Miranda Koot)*

Berix staat samen met Koot aan de lat voor de terugkeerstrategie, met een kernteam om hen heen: samen pakken ze de uitvoering op. Een organisatieadviseur en communicatieadviseur maken deel uit van het team, net als iemand die de planning en de financiën bewaakt en een aantal collega's die verantwoordelijk zijn voor deelactiviteiten uit de terugkeerstrategie. In totaal zo'n vijftien mensen. En de inhoud? Die komt van de circa tweeduizend medewerkers van de provincie.

Transparante aanpak

Als Berix en Koot ruim een jaar geleden starten, kiezen zij bewust voor een transparante aanpak waarbij de hele organisatie meedenkt tijdens een ontwerpend proces. Voor Berix, die zich binnen de provincie ook bezighoudt met participatie is dat vanzelfsprekend. “Hoe kunnen we als organisatie leren hoe we participatie extern inzetten als we het intern niet inzetten om de juiste dingen te doen?” Berix en Koot kregen de ruimte van hogere hand en gingen aan de slag. Koot: “We werken ‘hardop’, delen conceptstukken, nemen de geleerde lessen uit de thuiswerkperiode mee, luisteren waar collega's zich zorgen over maken en zoeken van daaruit met elkaar naar oplossingen. Dat doen we vanuit zorgzaamheid, inclusiviteit, autonomie en de gedachte te leren van de fouten die we maken. We doen daarbij een groot beroep op de verantwoordelijkheid van de medewerkers, terwijl we tegelijkertijd inzetten op vrijwilligheid.” Volgens Berix is dat wennen voor collega's. “Wanneer iets gepubliceerd is, voelt dat alsof het al besloten is. Het is een zoektocht naar wat je als medewerker van de plannen kunt vinden. Voor ons een kans om te bewijzen dat er wel degelijk ruimte is voor beïnvloeding.” Koot en Berix houden eerst een online driedaagse, waarin collega's tijdens verschillende werkateliers met elkaar het toekomstperspectief vormgeven: op het gebied van techniek, het fysieke kantoor, regelingen, juridische en fiscale aspecten en gedrag. Koot: “Van het begin af aan zeggen we ongeveer

te weten waar we heen willen, maar het eindbeeld nog niet kennen. Dat geven we met elkaar vorm, vanuit ieders kennis, ervaring en wensen voor de toekomst. Dat zorgt voor eigenaarschap en een meer gedragen plan.”

Ontmoeten

Koot en Berix doen uitvoerig onderzoek naar die wensen voor de toekomst. Naar voren komt dat medewerkers vooral naar kantoor willen om elkaar te ontmoeten. Koot: “De algehele behoefte om de hele dag op dezelfde werkplek te zitten is klein, voor de meesten is de concentratiewerkplek thuis, afhankelijk van de aard van het werk, de thuissituatie en hoe je als persoon in elkaar zit. Activiteiten zijn straks vooral gericht op ontmoeten, samenwerken, het informele gesprek. Kortom: het sociale aspect, dát is belangrijk. Daar richten we ons kantoor dus op in. Daarom stappen we af van afdelingsvlekken en richten we activiteitenzones in, waaronder ontmoetingszones en vergaderzones met de technische faciliteiten voor hybride werken. Door voor fysieke ontmoetingen het kantoor slim te gebruiken ondervangen we de nadelen van digitaal werken.”

Hoe nu verder?

Recent presenteerden Berix en Koot het plan aan het management. “Komende tijd nodigen we collega's in kleine groepjes uit op kantoor. We combineren dan de onderlinge ontmoeting met het opruimen van het kantoor. We vragen collega's

moodboards te maken voor de verschillende sferen in het opnieuw in te richten kantoor, waarbij we inzetten op een circulaire inrichting”, vertelt Koot. Berix vult aan: “Tot en met juli experimenteren we vooral: op kleine schaal oefenen we met de zones, hybride vergaderen en creatief brainstormen. De zomerperiode gebruiken we om het kantoor opnieuw in te richten, zodat we vanaf september open kunnen in een nieuwe werkelijkheid. Dan zijn we er nog niet: we meten continu wat werkt en niet werkt en halen ervaringen op bij medewerkers. Op basis daarvan sturen we bij.”

Onszelf gunnen dat we het niet weten

Berix noemt het noodzakelijk dat de organisatie het zichzelf gunt niet alles vooraf te weten, dat iets niet direct honderd procent lukt. “Als organisatie vinden we het heel spannend om stappen te zetten zonder te weten waar we uitkomen. We zijn gewend om goed doordacht te werk te gaan. Dat laten we met deze terugkeerstrategie helemaal los.” Koot: “Sinds een aantal weken is er een team dat op dinsdagen experimenteert met hybride werken, samen met verschillende externe partners. Op de eerste dag vond een hybride vergadering plaats. Collega's waren huiverig, ze wisten niet zeker of de huidige systemen hybride vergaderen wel aankonden, de schermen zijn wat ouder. Dat komt voort uit het idee dat we alles direct perfect willen. Die eerste dag hielp iedereen in te zien dat iets mág mislukken. Dat het juist goed is als zichtbaar wordt waar we mee aan de slag moeten als organisatie. Dat inzicht helpt, samen met het gevoel dat je ergens niet op afgerekend wordt, om dingen gewoon uit te proberen.”

Belangrijke rol voor communicatieadviseurs

Volgens Berix en Koot is communicatie een belangrijk onderdeel van de aanpak. “Onze communicatieadviseur helpt ons een communicatieve blik te hebben. Daarnaast overziet ze het grotere geheel, legt ze verbanden met andere processen binnen de organisatie. We hebben een verhaal met grote impact. Door dat op een goede manier te communiceren – zenden én vooral ontvangen – met de medewerkers maken we dat verhaal klein, tastbaar en concreet. Bijvoorbeeld door de oplossingen

Maurice Berix



beeldend te maken, zorgvuldig te zijn in de juiste tone of voice en de juiste taal- en woordkeuze,” stelt Koot. Berix vervolgt: “Taal is zó belangrijk bij een grote verandering als deze. We willen medewerkers de keuzevrijheid bieden, maar dat kan ook overkomen alsof ze ‘het zelf uit moeten zoeken’. We merken bij asynchrone communicatie dat het anders geïnterpreteerd wordt dan wij het bedoelen: mensen lezen wat ze al denken te weten.” Volgens Koot is er veel waardering voor de cocreatie waarin de terugkeerstrategie tot stand komt. “Medewerkers zien de plannen zitten, waarderen de keuzevrijheid en de mogelijkheid om mee te denken. Gepubliceerde stukken worden enorm goed gelezen, er komt veel reactie op vraagstukken en er worden ook zelfstandig gesprekken geïnitieerd.”

De belangrijkste tip die Berix meegeeft aan iedereen die met een terugkeerstrategie aan de slag gaat, is dat je niet moet doen alsof je weet hoe het moet. “Wees open en eerlijk, met al je onzekerheden en kwaliteiten, wees menselijk. Als je je zo opstelt, gaan mensen naast je staan in plaats van tegenover je, en krijg je begrip voor wat je doet.” Ook Koot deelt een belangrijke les: “Een participerende aanpak, het samen doen, vraagt de oprechte wil om te luisteren naar wat de ander te zeggen heeft. Door oprecht te luisteren naar zorgen en behoeften van anderen, en zo de wijsheid van collega's toe te voegen, vind je de juiste weg. Tegelijkertijd vind ik het belangrijk om stappen te blijven zetten, en te durven zeggen hoe wij denken dat de volgende stap eruitziet: durven én doen.” —



Miranda Koot

SCHRIJFWEDSTRIJD

Pareltjes van de leden

Schrijf jij jezelf de C in? In het kader van het 75-jarig jubileum van Logeion stelden we die vraag aan de leden. Een klein dozijn van hen pakte de pen op en deed mee aan de schrijfwedstrijd. Lengte: maximaal 800 woorden. We vroegen een link naar een van de trends in ons vak, maar daar hebben we niet al te strikt naar gekeken. Zwaarder wogen de andere eisen die we stelden: persoonlijk, vakinhoudelijk, prikkelend en uitdagend. We letten verder op stijl, relevantie en hoe logisch een artikel is opgebouwd. Het leverde mooie maar ook lastig met elkaar te vergelijken verhalen op. De vakkundige jury pikte de in haar ogen vijf beste verhalen eruit.

De winnende verhalen staan in willekeurige volgorde op de volgende pagina's, zoals ze werden ingediend, dus met minimale eindredactie. De auteurs krijgen een cadeaubon van 75 euro en natuurlijk eeuwige roem.

De jury:



Sander Grip

hoofdredacteur van C en van Gers! magazine, journalist, schrijver van boeken en intieme portretten. Een goed artikel heeft voor hem fijne cadans, een ritme dat je meevoert door het verhaal en pas aan het einde weer loslaat.



Corine Havinga

zelfstandig eindredacteur bij Blij Moment. Eindredacteur van C. Met scherp oog voor detail en een allergie voor contaminaties en verengelsing van de Nederlandse taal. Vanuit journalistieke achtergrond altijd op zoek naar de essentie van het verhaal.



Marieke Schouten

eigenaar van Schrijver met een missie. Verpakt grote hoeveelheden informatie in een lekker leesbaar verhaal. Met een achtergrond in voorlichtingscampagnes, online marketing en sociale media staat voor haar één ding vast: een goed verhaal is altijd de basis.



Over Communicatie het boek van de serie

Van 2015 tot en met 2020 vertelden ceo's, bestuurders, directeuren, kunstenaars, artiesten en andere markante Nederlanders in C hoe communicatie voor hen werkt. Deze verhalen zijn nu gebundeld in dit monumentale boek. Zeven bureaus duiden de lessen die we kunnen leren: PROOF, Tappan, Bex* Communicatie, Tabula Rasa, Leene Communicatie, Customer Revolution en Bureau voor Overheidscommunicatie.

Bestel nu alvast jouw exemplaar:

www.kyosei.nl/overcommunicatie



design by
careenza*

C is een uitgave van Logeion, de Nederlandse beroepsorganisatie voor communicatieprofessionals. Het magazine verschijnt acht keer per jaar en is gratis voor leden van Logeion. Voor meer informatie over lidmaatschap, zie www.logeion.nl.

Hoofredacteur en bladmanagement
Sander Grip

Eindredacteur
Corine Havinga

Redactie
Diane Bergman, Christina Boomsma, Arjen Boukema, Marjan Engelen, Sabine Funneman, Soetimah Goos, Robin den Hoed, Claudine Hogenboom, Patricia van der Linden, Marjolein Nieuworp, Annemarie van Oorschot, Jurre Plantinga, Bert Pol, Guido Rijnja, Marjolein Salari, Dick-Gert Smid, Melinda Thomas, Katja Torbijn, Eveline Waterreus (bureaucoördinator), Hugo Zelders.

Concept en vormgeving
careenza*, www.careenza.nl

Druk

VELDHUIS MEDIA
Door krijg je een kleur voor!

Redactieadres
Logeion
Koninginnegracht 14b
2514 AA Den Haag
T (070) 346 70 49
M info@logeion.nl

Abonnementen
Voor informatie over een abonnement op vakblad C kun je contact opnemen met het bureau van Logeion: 070- 346 7049 of info@logeion.nl. Een proefnummer is op aanvraag beschikbaar.

Advertenties
Logeion (Eveline Waterreus)
070 346 70 49
ewaterreus@logeion.nl

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die desondanks onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaarden auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid.

© Auteursrecht voorbehouden. Behoudens door de wet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vermenigvuldigd of openbaar gemaakt zonder schriftelijke toestemming van de uitgever, die daartoe door de auteur(s) is gemachtigd.

De sluitingsdatum voor advertenties voor het volgende nummer is vrijdag 20 augustus 2021.



