



Tips en tricks communicatie

Criminaliteit en onbedoelde betrokkenheid hierbij kan een gevoelig onderwerp zijn. Mensen kunnen schaamte ervaren als ze slachtoffer zijn geworden of zijn bang dat dit hen overkomt. Toch is het belangrijk om dit onderwerp bespreekbaar te maken, zowel intern in je eigen organisatie als extern, richting je achterban. Maar hoe doe je dat goed? Wij geven tips hoe je een veilige organisatiecultuur kan creëren waardoor gesprekken over criminaliteit plaats kunnen krijgen, en tips over hoe je kan communiceren met je achterban waardoor zij openstaat voor informatie.

Tips voor een veilige organisatiecultuur

In een veilige organisatiecultuur durven mensen zich uit te spreken en elkaar aan te spreken. Er is ruimte om fouten te maken en te mogen leren, feedback te ontvangen en met nieuwe ideeën te komen. Als brancheorganisatie is het belangrijk deze veilige cultuur te bieden. Enerzijds voor je leden zelf, maar ook omdat de rol die de branchepartij heeft – het ontvangen van signalen, optreden als collectieve stem, kennisdelen, etc. – pas écht goed uit te voeren is als medewerkers en leden open en eerlijk zijn. De manier waarop je als branchepartij richting je leden communiceert kan een grote factor zijn in het al dan niet creëren van zo'n veilige cultuur. Wij geven een paar tips:

Sluit aan op menselijke emoties

Als het gaat om het creëren van een veerkrachtige cultuur waarin mensen zich veilig voelen én aan de slag gaan met gegeven informatie, is het belangrijk dat informatie niet alleen op feitelijke manier wordt verteld maar ook aansluit bij de emoties en belevingswereld. Een persoonlijk verhaal zorgt voor (h)erkenning, begrip, kan motiveren en zeker ook inspireren. Verpak informatie dus op de manier die aansluit op de doelgroep, bijvoorbeeld door verschillende vormen van storytelling toe te passen en verschillende middelen te gebruiken, net wat jouw doelgroep voor voorkeur heeft (zie ijkpersoon). Zorg wel dat de tone of voice positief blijft; de verhalen moeten niet afschrikken of angst inboezemen bij de medewerkers en leden, maar zorgen voor bewustwording, inspiratie of motiverend werken.

Focus op wat iemand wél moet doen

Wat je als branchevereniging hoopt, is dat je medewerkers en je leden zich actief gaan inzetten om hun eigen weerbaarheid tegen criminaliteit te vergroten. Uit onderzoeken blijkt dat mensen moeilijk 'oud' gedrag afleren en dat nieuw gedrag laten zien gemakkelijker is. Focus dan ook niet op wat men niet meer moet doen, maar vooral op wat ze wél moeten doen. Dus niet 'Stop met hetzelfde wachtwoord gebruiken voor meerdere systemen', maar 'gebruik een wachtwoordmanager' of 'maak voor elk systeem dat je gebruikt een nieuw wachtwoord'. Zo houd je de boodschap positief, geef je handelingsperspectief en laat je meteen merken wat je van de lezer verwacht.

Hou het klein

Bij veel nieuwe informatie of bergen werk die op iemand afkomt kan men de neiging hebben de rug toe te keren. Het kan verleidelijk zijn om meteen een stappenplan mee te geven aan een medewerker of ondernemer met veel tips en handelingen die hij kan uitvoeren, maar dit kan dus tegenovergestelde effect hebben van wat je wil bereiken. Te veel stappen kunnen afschrikken en overweldigen. Hou de stappen daarom klein en focus je op één duidelijk doel. Zo blijft het behapbaar en blijft hij/zij open staan voor nieuwe informatie.

Benut het sociale karakter van de mens

Mensen zijn sociale wezens, en we worden beïnvloed door elkaar – of we nu willen of niet. Deze menselijke eigenschappen kunnen we op positieve wijze gebruiken bij het creëren van een veilige cultuur en bij het motiveren en aanzetten tot bepaalde handelingen. Het creëren van een groepsgevoel en het stellen van een positief voorbeeld kunnen hierbij helpen. Bijvoorbeeld door te laten zien dat het nemen van bepaalde maatregelen heel normaal is en al door veel 'peers' wordt gedaan, of door een prominent persoon in de sector aan het woord te laten. Ook kan je als leidinggevende criminele inmenging of het onderwerp veiligheid zelf inbrengen als bespreekpunt. Zo verbreek je een mogelijk taboe hierop.

Hou vol!

Een veilige cultuur is niet van de ene op de andere dag gebouwd; het is een langdurig proces, vallen en opstaan. En daar is geduld en herhaling voor nodig. Trek dan ook niet te snel conclusies of iets wél of niet werkt. Blijf zelf positief en open staan voor contact, en verander ook niet te snel van concrete boodschap. Uit onderzoek blijkt namelijk dat men een boodschap meerdere keren moet ontvangen voordat het blijft hangen, al spelen veel factoren daarbij natuurlijk een belangrijke rol. De kern blijft echter hetzelfde: heb geduld en hou vol.

Tips voor communicatie over drugscriminaliteit

(Trimbos)

Richting ondernemers, de achterban van de branchepartij, communiceren over drugscriminaliteit is belangrijk. Alleen dan kan je signalen meegeven, handelingsperspectief bieden en ondernemers attent maken op bijvoorbeeld een meldroute. Het is wel verstandig om goed na te denken over de toon van je bericht, de letterlijke woorden die je gebruikt en de afbeeldingen die je ter ondersteuning plaatst.

Pas je bericht aan, aan de doelgroep.

Achterhaal welke emoties, vragen en zorgen jouw doelgroep heeft bij het onderwerp en sluit daar in je communicatie op aan. Kijk ook naar hun kennisniveau, zodat je weet wat je nog wel en niet hoeft uit te leggen.

Blijf feitelijk en neutraal.

Schets de feitelijke situatie waarbij je onnodige sensationele of stigmatiserende verwoordingen vermijdt. Let ook op dat je geen onnodige bijvoeglijke naamwoorden gebruikt.

Wees terughoudend met alarmerende boodschap.

De kop in het zand steken is een gebruikelijke reactie als men bang is of angst ervaart. Dat wil je natuurlijk voorkomen. Wees dus terughoudend met alarmerende boodschappen en focus op wat de ontvanger zelf kan doen. Zorg ervoor dat na het lezen of bekijken van informatie, de ontvanger niet alleen achterblijft met een waarschuwing maar ook met handelingsperspectief.

Woorden doen ertoe.

Welke woorden je gebruikt maakt veel uit voor hoe informatie wordt ontvangen. Het kan bijdragen aan stigmatisatie van een groep mensen of cultuur, en woorden kunnen ook onbedoeld een positieve norm neerzetten. Bijvoorbeeld als je drugscriminaliteit en veel geld aan elkaar koppelt, wat de criminaliteit aantrekkelijk kan laten lijken.

Gebruik afbeeldingen zorgvuldig

Een afbeelding bij je communicatieboodschap kan de boodschap ondersteunen, maar ook hierbij is het belangrijk om niet bij te dragen aan de stigmatisatie van een groep mensen. Schrijf je over drugsgebruik? Gebruik dan niet een foto van een onverzorgd persoon. Kies liever voor een diversiteit aan afbeeldingen die de situatie wel duiden maar stereotypering vermijden.

