



# Luisteren is de juiste vragen stellen

Eric van Oevelen over de eerste bijeenkomst van #dnpc op 17 april 2014 in Nieuwe Energie in Leiden met als thema "luisteren"

Het is een prachtige voorjaarsdag als zo'n dertig communicatieprofessionals bij elkaar komen in Nieuwe Energie in Leiden. De initiatiefnemers zijn Marije van den Berg en Renata Verloop, bekend van [#dnpc](#). Twee dames met een missie. Zelf hebben ze misschien moeite met dat 'dames'. Te tuttig.

Een woord of begrip is vaak voor meerdere uitleg vatbaar. Ik beoog met 'dames' de stijl waarmee ze de mouwen opstropen. Want de boodschap dat het anders moet in het communicatievak, dat het dreigt achterop te raken bij de veranderde werkelijkheid, die boodschap willen ze kracht bijzetten. En daar vooral oplossingen voor zoeken.



## Dialoog en podium

“Misschien willen we onze argumenten wat te graag uitdragen” merkt Renata op. “We vinden ze ook belangrijk. Als gevolg staan we soms zelf te veel in de zendstand. Vandaar dat we vandaag anderen het podium geven en de dialoog opzoeken.”

De *drive* voor #dnpc is bij Marije en Renata duidelijk aanwezig. “Het kost ons energie naast het werk, maar het levert ook energie op.” Dat past dan helemaal goed in de warme zakelijkheid van Nieuwe Energie, dat hier toevallig ook nog in één gebouw zit met het Huis van de Communicatie.



## Whitepaper

Luisteren was al het onderwerp van de whitepaper die als voorziet verscheen. Het is ook het onderwerp van deze middag, die vakkundig aan elkaar wordt gepraat door Aletha Steijns. Luisteren is immers stap één waarmee de organisatie zich echt op de klant richt.

De whitepaper maakte mij al duidelijk dat luisteren in het communicatievak niet zo gemakkelijk is als je denkt. De eerste, overheersende betekenis die je op internet vindt van luisteren is gehoorzamen, wordt in de zaal opgemerkt. Die connotatie bedoelen we dus níét.



Luisteren is ook niet je mond dicht houden en de ander laten praten. Het is de context meenemen en de juiste vragen stellen. De theorie van Annemieke Nijman onderscheidt drie dimensies waarmee je moet rekenen:

- relatie
- proces
- inhoud

Aan de woorden die iemand gebruikt hoor je vaak wat voor hem of haar belangrijk is. Dat is luisteren achter de



woorden. Inhoud levert meestal geen problemen op, maar relatie en proces blijven onderbelicht. Daar kunnen communicatieprofessionals een bijdrage leveren.

Monitoren is - vooral in de online communicatie - een zeer populaire vorm van *downloaden*. Het betekent niets als er geen acties aan verbonden worden. Zoals luisteren meer is dan horen of aanhoren. De communicatieprofessional kan de organisatie bewust maken van het eigen luistergedrag. Door vooral de juiste vragen te stellen.



### Reflectie bij Rochdale

In het praktijkverhaal van Truus Harkes op deze middag krijgt luisteren een extra betekenis. Toen vijf jaar geleden bij woningcorporatie Rochdale door inkrimping de afdeling communicatie werd gehalveerd ging de blik eerst naar binnen. Waar zijn we goed in? Wat doen we graag? Wat is van belang voor de organisatie? Doen we de goede dingen? Hoe gaan we opdrachten aannemen?

Deze reflectie betekende zekerheden overboord zetten en je kwetsbaar opstellen. Het accent verschoof van communicatie overnemen naar coaching. De pas op de plaats, dit noodgedwongen luisteren naar jezelf, pakte bij Rochdale goed uit. Communicatie speelt sterk in op de 'zorgen Top 5' van afdelingen en is nu weer veel vaker in beeld.



### Werkvormen voor luisteren

Illustratief was ook Renata's eerdere voorbeeld van de communicatiemedewerkster bij een ziekenhuis die elke dag een kwartier investeert door onbevangen naar patiënten te luisteren of door met bezoekers mee te lopen. En daar dan soms ook acties aan verbindt. Zo wordt de simpelste werkvorm van luisteren effectief en waardevol.





“Hoe nu verder?” is de kwestie die rijst aan het eind van de middag. De aanwezigen mogen hun nijpende vraag benoemen en kunnen zich op basis hiervan groeperen voor verdere discussie bij de borrel. Dat is nog niet zo gemakkelijk als meer vragen je tegelijk aanspreken. Er is ook behoefte aan meer werkvormen om luisteren handen en voeten te geven. Die werkvormen liggen niet voor het grijpen.

### Dit vraagt om meer

Ikzelf ervaar de middag als een nuttige aftrap. Maar het vraagt wat mij betreft om meer:

- **Meer tijd** bijvoorbeeld, want twee uur is te kort voor echte diepgang.
- **Meer belangstelling**, want ruim dertig bezoekers is te weinig voor deze nieuwe energie.
- **Meer geld** misschien, omdat best 25 euro voor deelname gevraagd had kunnen worden. En omdat alles wat voor niets is van minder waarde lijkt.
- **Meer specificatie**, omdat de ene communicatieprofessional de andere niet is. Een contentmanager of een communicatie-manusje-van-alles heeft een andere context dan een plannenmaker bij de Rijksoverheid. Daarmee wil ik kruisbestuiving van ideeën niet blokkeren. Maar mij lijkt het praktisch.
- **Meer inbreng**, voor detaillering en verdieping. Praktijkverhalen, discussies en reacties.

Ik wil Marije van den Berg en Renata Verloop bedanken voor hun gastvrijheid en deze prachtige voorzet.

*Pass* en doelpunt moeten we samen nog scoren, op [www.dnpc.nl](http://www.dnpc.nl) bijvoorbeeld!

*Eric van Oevelen*  
[@ericvo](https://twitter.com/ericvo)

