

Omgevingsmanagement

De 5C's van Samenwerking

De niveaus van interactie met je stakeholders

Samenwerken, co-creatie, participatie, communicatie, inspraak. Het zijn begrippen die soms vaag en weinig concreet overkomen. Dit artikel geeft eenvoudige taal om vooraf de samenwerkingsvorm met je stakeholders te bepalen. Je kunt het gebruiken bij strategische (SOM) en meer praktische (TOM) processen.

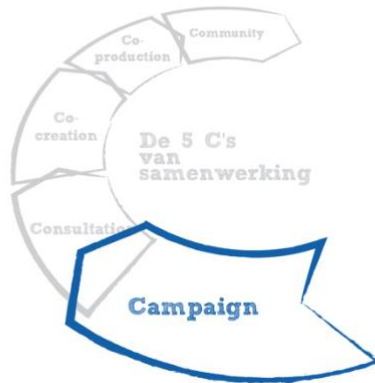
Het model van de 5 C's laat vijf verschillende vormen van interactie en samenwerking zien. Elke C geeft aan welk niveau van interactie er bestaat, wat hiervan de kenmerken zijn en wat je hiervoor in huis moet hebben.

De eerste C is niet per se slechter dan de laatste C, het ligt aan je doelstelling en strategie.



1. Campaign

De organisatie heeft een minimale interactie met stakeholders. De communicatie bestaat uit zenden, eenrichtingsverkeer dus.



Kenmerken: Zenden, informeren, efficiënt en doelgericht.

Benodigd: Een duidelijke visie op de omgeving en op jouw bijdrage daaraan.

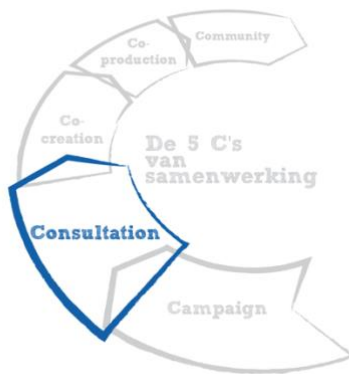
Wanneer campaign? Je informeert een omgeving.

Voorbeelden: We gaan 270 heipalen in uw buurt slaan. We geven informatie wanneer, waar en hoe. Daarmee komt u minder voor verrassingen te staan.

Vormen: Informatieavonden waar bewoners op de hoogte gebracht worden van een project, nieuwsbrieven.

2. Consulting

Een organisatie vraagt de stakeholder om advies. Doel is een doelgerichte aanscherping of aanpassing.



Kenmerken: Klassiek onderzoek, mening vragen, interviews.

Benodigd: Visie voor de omgeving, kunnen luisteren naar stakeholders zodat je project verbetert.

Wanneer consulting? Je weet wat je wil, en wil verbeteringen aanbrengen.

Voorbeelden: Wat zijn knelpunten voor een logistiek centrum? Hoe wil een nabijgelegen school geïnformeerd worden? We gaan het ze vragen!

Vormen: Enquêtes, straatinterviews, ronde tafels, analyse van klachten.

3. Co-creation

Een organisatie stelt de stakeholder een open vraag waarbij je samen naar oplossingen kijkt. '1 + 1 = 3'. Daarmee genereer je duurzame resultaten en draagvlak op de lange termijn. De input en oplossingsrichtingen hebben een sterke invloed, maar de beslissing ligt bij jouw organisatie.



Kenmerken: Innovatie, langere trajecten, intensief, oplossingen zoeken, open dialoog.

Benodigd: Visie op de markt, kunnen luisteren, openstaan voor nieuwe ideeën, je kwetsbaar durven opstellen.

Wanneer co-creation? Complexere problematieken waarbij de problemen en oplossingen niet voor de hand liggen.

Voorbeeld: De gemeente vraagt aan bedrijven open ideeën over de bestemming van een perceel. Iedereen kan en wil natuurlijk graag meedenken.

Vormen: werkgroepen, klankbordgroepen, Ideation-sessies.

4. Co-production

Organisaties bundelen hun krachten en zijn samen juridisch en financieel verantwoordelijk voor het eindresultaat. Denk aan joint ventures, combinaties bij aanbestedingen of fusies.



Kenmerken: Convenanten, partnerships, intensieve samenwerking. Co-production zie je meestal in zakelijke omgevingen.

Benodigd: Durven delen, elkaar vertrouwen, elkaars taal en cultuur begrijpen.

Wanneer co-production? Je kunt door intensief samenwerken de markt bepalen.

Voorbeeld: Opdrachtnemer en opdrachtgever werken SAMEN aan een project.

Vormen: conglomeraat, combinaties, etc.

5. Community

De organisatie vormt zich naar de markt, naar wat de samenleving aangeeft.



Kenmerken: Outside-in, flexibel, fluide, transparant.

Benodigd: Visie durven loslaten, out of the box denken, kwetsbaar opstellen.

Wanneer community? Je wil duurzaam inspelen op de trends in de samenleving.

Voorbeeld: Een groep particulieren benaderen een architect en een bouwer om samen een complex te ontwikkelen.

Vormen: Collectief Particulier Opdrachtgeverschap (CPO) en Medeopdrachtgeverschap (MO). Zelf bouwprojecten opzetten door mensen te betrekken en laten deelnemen.

Het bepalen van de C is onderdeel van je Omgevingsmanagement: welke C past bij jouw bedrijf, de stakeholder(s) en het project? Willen onze stakeholders actief samenwerken of incidenteel input geven? Tja, en draagvlak: Met een duidelijke samenwerkingsvorm voorkom je onduidelijkheid en, nog veel risicovoller, verschillen in verwachtingen.

Denk bij het maken van keuzes ook aan de nadelen: Elke C heeft een andere intensiteit, tijdspanne en kostenplaatje. De werkvormen verschillen. Kun je volstaan met marktonderzoek of moet je langduriger en dus kwetsbaarder de samenleving in?

Last but not least: Beschikt jouw organisatie over de juiste competenties?

De meeste organisaties werken vanuit Campaign met een snufje Consultancy. De trends in de samenleving vereisen echter andere samenwerkingsvormen. De omgevingswet gaat deze krachten verder doen toenemen.

Over TrueTalk

TrueTalk organiseert klant- en stakeholderdialogen op locatie, in elke fase van het model. We praten niet over, maar met je stakeholder.

Echte kennis begint met goed luisteren. Met alle partijen formuleren we oplossingen. We werken met vaste methodieken, waardoor de kwaliteit hoog en de kosten laag blijven.

Onze klanten zijn o.a. Marktplaats, Nuon, Ministerie van Algemene Zaken, Wonam en gemeente Arnhem.

Zie ook www.truetalk.nl/omgevingsmanagement.

Sander Wilmsen en Bart van de Ven

TrueTalk