

## **Webinar: Communicatie over duurzame mobiliteit... mét enthousiaste collega's!**

Vrijdag 7 februari 2025

*Herken je dit? Collega's die volledig langs elkaar heen praten? Of: je leest een tekst en pas veel later snap je wat eigenlijk wordt bedoeld? Begrijpelijke communicatie is essentieel om de boodschap tot je te nemen of om tot handelen over te gaan. Hoe doe je dat? En.. is elke communicatieboodschap geschikt voor iedereen? Of kan je onderscheid maken en de communicatie passend maken bij bepaalde typen personen? Daarover gaat dit webinar.*

Moderator Elske van de Fliert heet alle aanwezigen van harte welkom, in het bijzonder Jeanine Mies, auteur van het boek Magneetwoorden en Anna Schouten die dit keer aanschuift in de rol van PCM-expert.

### Antwoorden op Mentimeter vragen:

Wat zijn in jouw organisatie de oorzaken van weerstand voor verandering? Top 4:

- Gewoontedier: 64%
- Onzekerheid over nieuwe situatie: 62%
- Sense of urgency ontbreekt: 49%
- Onduidelijkheid over de verandering: 37%

Naar welk webinar van ZHB kijk je het meest uit dit jaar?

- Gezonde mobiliteit/fiets: 49%
- Thuiswerken: 15%
- Acties: probeer eens anders te reizen: 58%
- OV stimulering: 25%
- Wetgeving, subsidies en fiscaliteiten rondom mobiliteit: 52%
- Parkeren: 13%

## **Zes talen om in te spreken**

Anna Schouten laat ons kennismaken met het PCM model: het Process Communication Model. Een theorie die je kan inzetten om mensen zover te krijgen dat ze mee gaan doen.

Ofwel: de invloed van taal op de mindset en de gedragsverandering.

Het basisprincipe is: Als je wilt dat anderen luisteren naar wat je zegt, spreek dan hun taal.

Mensen hebben zes manieren/brillen om de taal waar te nemen. Iedereen gebruikt al die zes de brillen maar de ene bril gebruik je meer en daar voel je je prettiger bij dan bij de andere. Die zes brillen zijn:

1. Gedachten. Dat is de taal van de logica. Mensen die vanuit feiten en uitleg denken. Een vraag kan zijn: Wat zou je nodig hebben om op de fiets te komen naar kantoor?
2. Meninge/overtuigingen: Dat is de taal van de normen en waarden. Deze mensen willen graag gehoord worden. "Dank dat je de moeite neemt om anders te reizen!" "Jouw visie op mobiliteit is verhelderend."

3. Reacties. De taal van de humor. Communicatie-uitingen die net even anders zijn. "De wereld is van jou, jij legt hem aan je voeten, op de fiets voor dag en dauw, zodat je niemand hoeft te groeten ;)"
4. Gevoelens. De taal van medewerking. "Wat gezellig om samen te fietsen, dat moeten we vaker doen, zo fijn met jou!" Complimenten/bedankje/beloning. Mensen willen horen dat het gezellig en fijn is om met ze te fietsen om de persoon die ze zijn.
5. Reflecties. De taal van de verbeelding. "Stel je voor dat je in alle rust kan fietsen, in de mooie natuur en waar je even helemaal alleen mag zijn."
6. Acties. De taal van initiatief. Teksten geven antwoord op: Wat kan ik doen? Wat levert het mij op?

Samengevat, 3 tips

1. Laat het alternatief zien per taal, nooit opleggen of overtuigen!
2. Zorg dat de doelgroep de verandering voor zich ziet, vanuit de voorkeursbril maak je dit mogelijk.
3. Ook jij hebt een voorkeursbril....en een bril die je minder prettig zit!

## Vragen

*Zijn er brillen waar de meeste mensen een voorkeur voor hebben?*

Er zijn percentages bekend gebaseerd op alle profielen.

Gevoelens 30%, Logica 25%, Meninge 10%, Reflecties 10%, Acties 5%, Reacties 20%  
Nogmaals je hebt alle zes de brillen maar sommigen spreken je meer aan.

*Kun je die talen in één organisatie combineren?*

Ja, juist wel. Experimenteer met de verschillende brillen in verschillende teksten of in de verschillende alinea's van een tekst.

*Hoe ga je met al die brillen om in eenzelfde boodschap, aangezien ze allemaal vertegenwoordigd zijn in je doelgroep?*

Probeer het slim te combineren. Bijvoorbeeld met verschillende paragrafen. Start in je inleiding met een actie. En sluit af met: wat zou jou helpen om meer de fiets te pakken? Wat helpt je daarbij om dat meer te gaan doen?

## Magneetwoorden

Jeanine Mies is onder andere auteur van het boek Magneetwoorden. Bij magneetwoorden gaat het om positieve taal. Een mooi voorbeeld is de naam: Zuid-Holland Bereikbaar. Bereikbaarheid is wat je wilt bereiken. Dan is het goed als het al in de naam staat. Dat lijkt logisch maar heel vaak zet men het probleem, dus dat wat je niet wilt in de naam. Voorbeelden:

- Ambassadeur woninginbraken
- Toolkit oudermishandeling
- Masterclass spreekangst

Dit zijn probleemnamen in plaats van uitkomstnamen. Martin Luther King zei: 'I have a dream' en niet: 'I have a problem'.

Vraag aan deelnemers: In de communicatie over duurzaamheid staat vaak: het verlagen van je footprint. Hoe kan dat anders?

- Maak duurzame keuzes
- Vergroot je ademruimte
- Vergroot je schone en fijne leefomgeving

- Groene impact
- Een grotere handafdruk
- Increase jour bikeprint
- Conditietraining? Ga toch fietsen.

### Van niet naar wel

Voortdurend wordt ons gedrag in de openbare ruimte gestuurd met woorden als nee, geen en niet. Dat roept weerstand op en de neiging om het ongewenste gedrag juist wel te gaan doen. Voorbeelden daarvan zijn:

- Niet gooien met de kartonnen drankhouders.
- Maak van Rijkswijk geen racewijk.
- Social media en verkeer gaan niet samen.

Geef vooral aan wat wel de bedoeling is. Wat jij wilt dat mensen gaan doen. Geef het handelingsperspectief en dat zo concreet mogelijk. Je moet het kunnen filmen.

- Wil je aandacht: ga dan ergens tegenin.
- Wil je wat bereiken: wees dan ergens voor.

Manieren om het anders te doen. 5 tips voor omkering:

#### **1. Maak het concreet: welke gedrag wil je wel zien.**

Tegelwippen. Tegel eruit plant erin  
2 seconden afstand houden  
Tijdrit naar je werkdag

#### **2. Stel een vraag.**

Laat mensen zelf nadenken over hun gedrag. Laat ze zelf beslissen. Dan overtuigen ze zichzelf i.p.v. dat ze iets opgedrongen krijgen. Voorbeelden: Voor wie rij jij 30? Dit plein houd ik schoon omdat ..

#### **3. Geef goede voorbeelden met positieve feedback:**

Bedankt dat je langzamer rijdt.  
Je hebt geholpen de lucht schoon te houden.  
Meer dan 5 miljoen mensen hebben al aangifte gedaan.

#### **4. Bedenk identiteitswoorden.**

Sprek mensen aan op positieve eigenschappen  
Voorbeeld: ben je BOB, zeg het hardop  
Wij zijn supporters van schoon  
Pak de fiets en kom bij Team Fiets  
Groene meters werkgevers

#### **5. Zeg het met een knipoog en gebruik andere woordspelingen**

Posifiets  
Das zo gefietst  
Childeren left unattended will be eaten or sold into slavery  
Over 5 bladzijden Rotterdam Centraal

Meer weten over Jeanine Mies? <https://magneetwoorden.nl/>

Anna Schouten vult aan dat er een mooie overeenkomst is tussen beiden theorieën: Ga uit van het positieve! Mensen houden niet zozeer van moeten. Ze kunnen zelf heel goed nadenken. Vaak hebben ze alleen een trigger nodig. Er volgen gelijk nog wat voorbeelden:

Drechtunnel dicht? Geef elkaar een zoen bij het wachten op groen.

Rijmen moet duidelijk zijn. Het moet in de context passen  
Of: Kus elkaar wat langer op de lippen dan kan je de Drechtunnel skippen.  
Happy Valentine Deze dag is voor je partner!  
Voorkom tunnelvisie

Vraag: Wat is er negatief aan spitsmijden? De gedachte er achter is top.  
Als je de spits mijdt weet je nog niet wat je dan wel moet doen. En hoe dan?  
Spitsmijden kan je niet filmen. Als iets te filmen is, is het concreet wat je wel moet doen.

### **Tot slot**

Elske van de Fliert sluit af met een positieve boodschap: Kijk op onze website naar de actie: Fietsen doen we allemaal.

<https://www.zuidhollandbereikbaar.nl/werkgevers/acties/fietsen-doen-we-allemaal>

Zij dankt alle deelnemers voor hun actieve inbreng bij dit webinar en in het bijzonder onze gastspreker van vandaag: Jeanine Mies en Anna Schouten.

Zoals jullie gewend zijn is er elke maand een webinar:

- 7 maart, gezonde mobiliteit, zoals fiets
- 4 april, thuiswerken

Wil je meer weten over de mobiliteitsscan of over andere zaken? Neem contact op met onze mobiliteitsadviseurs: <https://www.zuidhollandbereikbaar.nl/over-ons/adviseurs>

Wij kunnen je verder helpen en vragen beantwoorden. Wij weten welke regelingen er zijn, hoe andere werkgevers het doen en hebben de kennis en tools om je verder te helpen.

Dit webinar werd voorbereid en georganiseerd door Zuid-Holland Bereikbaar: Anna Schouten, Ellery Landheer en Elske van de Fliert (mobiliteitsadviseurs) en Marina Meens (communicatieadviseur).