

# Communicatie bij verandering naar een gezonder aanbod

## Hoe facilitair managers communicatie kunnen inzetten

Je wilt als facilitair manager graag een nieuwe menukaart vol duurzame en gezonde keuzes invoeren. Echter kunnen veranderingen binnen een (zorg)organisatie weerstand, onzekerheden en vragen met zich meebrengen. Om dit te doorbreken is effectieve en heldere communicatie een van de succesfactoren. Hoe krijg je niet alleen de patiënten, maar ook medewerkers en bezoekers enthousiast voor het nieuwe gezonde voedingsaanbod? In deze tool leggen we de kracht uit van goede communicatie.

### Wanneer schakel je communicatie in?

Volgens Corine Bakker, communicatieadviseur bij de Nederlandse Vereniging van Ziekenhuizen (NVZ), kun je de **communicatieafdeling het beste zo snel mogelijk betrekken**. Als facilitair manager weet je vast dat veranderingen binnen zorgorganisaties weerstand, onzekerheden en vragen met zich meebrengen. Om dit te doorbreken is effectieve en heldere communicatie een van de succesfactoren. De

facilitaire afdeling is zelf verantwoordelijk voor het betrekken van de afdeling communicatie. Een communicatieadviseur kan gezien worden als gesprekspartner die meedenkt over wat je kunt doen om je project goed in beeld te brengen. Een communicatieadviseur zou dus onderdeel moeten uitmaken van het projectteam. Zie de **factsheet 'Onmisbare expertise in je projectteam'** →



**Actie!** Verken bij het bepalen van de visie al met een communicatieadviseur hoe communicatie een rol kan spelen in je verandertraject.

**Tip!** Gebruik de Verandertool van de NVZ →

### Storytelling bij verandertrajecten

Wat je gaat vertellen is net zo belangrijk als h<sup>o</sup>e je het gaat vertellen. **Storytelling** is een communicatietechniek die vaak gebruikt wordt in verandertrajecten. Bij storytelling is jouw **boodschap verpakt in een verhaal**, waardoor verbinding wordt gecreëerd met en

tussen doelgroepen. Het verhaal wordt op een bepaalde manier verteld, beluisterd en geïnterpreteerd en dit speelt allemaal een belangrijke rol voor de ontvangers. Ontvangers kunnen zich identificeren met de personages in het verhaal en daarom werkt het goed.

### Storytelling: een manier om draagvlak te creëren

Als je een nieuw voedingsaanbod wilt implementeren, moet je het verhaal laten leven en kan je het beste intern beginnen. Je wilt immers dat nauw betrokken personeel, zoals: koks, voedingsassistenten en medewerkers achter je visie staan. De communicatie binnen het ziekenhuis of zorginstelling heet **interne communicatie**. Storytelling kan gebruikt worden om draagvlak te creëren onder alle betrokkenen zoals medewerkers. Tijdens een verandering, en dus in

tijden van onzekerheid, zoeken medewerkers elkaar sneller op om verhalen uit te wisselen. Een gestructureerd, identificeerbaar en reproduceerbaar verhaal doorbreekt deze onzekerheid.



**Tip!** "Ga in gesprek met verschillende doelgroepen over wat voor hen belangrijk is en haal concrete voorbeelden op. Met storytelling geef je lading en betekenis aan de communicatie."  
Suzanne Anbeek, Communicatie expert (Bernhoven)

## Van intern draagvlak naar externe communicatie

Als intern voldoende draagvlak is gecreëerd, gaan medewerkers positief spreken over het project en ontstaat ambassadeurschap. Een ambassadeur is een persoon die enthousiast is over het project en dit overdraagt aan anderen. Ambassadeurschap is een mooie stap naar externe communicatie. **Externe communicatie** is communicatie over het project naar

de buitenwereld. Hierbij gaat het om de sociale media, maar ook de krant en intranet. Communicatie buiten de organisatie met bijvoorbeeld algemeen publiek, (toekomstige) patiënten & cliënten, pers & media en overheidsinstanties is belangrijk om te laten zien hoe je als zorginstelling inzet op gezonde voeding. Ook bij externe communicatie kan storytelling worden ingezet.

**"Wij kozen voor een big bang verandering"**



**Brecht Dik (Amsterdam UMC)**

"We hebben bij de implementatie van ons nieuwe voedingsconcept flink ingezet op communicatie: een proefmarkt, flyers, klinische lessen. We zochten daarbij de interactie op en beantwoordden vragen."

[Lees het gehele interview hier](#) →

**"Bepaal eerst je doel en dan je middelen"**



**Suzanne Anbeek (Bernhoven)**

"De valkuil bij communicatie is dat je te veel zendt. Een poster gaat niet zomaar een gedragsverandering teweegbrengen, terwijl bijvoorbeeld een persoonlijk gesprek het verschil kan maken. Bedenk hoe je het goede gesprek kan faciliteren."

[Lees het gehele interview hier](#) →

**"Zorg voor een breed draagvlak"**



**Peter Huijsen (BovenIJ)**

"Het is van belang om alle medewerkers op voorhand mee te nemen in het veranderproces en daarbij de nut en noodzaak uit te leggen. Het toewerken naar een gezonder voedingsaanbod doe je niet alleen, maar met de gehele organisatie."

[Lees het gehele interview hier](#) →

## Begrippenlijst

**Storytelling** is een communicatiemiddel waarbij er gebruik gemaakt wordt van krachtige verhalen. Deze verhalen dienen een sterke boodschap over te brengen over een product of dienst en hiermee consumenten aan een merk te binden.

**Interne communicatie** is alle communicatie die wordt gebruikt binnen een organisatie. Dus het ontvangen, doorgeven en beschikbaar maken van informatie voor en door medewerkers.

**Externe communicatie** is communicatie van een organisatie met personen, groepen en organisaties buiten de eigen organisatie. Alle communicatie vanuit een bedrijf of organisatie naar buiten toe.

Deze factsheet van Goede Zorg Proef Je is ontwikkeld op basis van veldonderzoek en met diverse experts. Goede Zorg Proef Je is een project van Alliantie Voeding in de Zorg en wordt mogelijk gemaakt met steun van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

**Blijf op de hoogte:**

[www.goedezorgproefje.nl](http://www.goedezorgproefje.nl)

 @zorgproefje

 @goedezorgproefje