



**DC Communicatie-Lab**

**Wij bouwen aan  
Communicatie en Cultuur.**

Verbinding begint bij **begrip**.

Wij creëren een praktische en authentieke strategie die verbinding versterkt, communicatie verbetert en cultuur duurzaam laat groeien.



**DC COMMUNICATIE-LAB**

## **Van Fundament naar Verankering**

*Een visueel verhaal over communicatie, cultuur en verbinding*

DC Communicatie-Lab | Verbinding begint bij begrip

# Inleiding

*Zes inzichten. Één verhaal.*

Dit boekje bundelt zes visuele modellen die DC Communicatie-Lab heeft ontwikkeld. Ze zijn elk krachtig op zichzelf maar samen vormen ze iets meer dan de som van hun delen: een samenhangend verhaal over hoe communicatie en cultuur organisaties van binnenuit transformeren.

Het begint bij het fundament: waarom communicatie en cultuur onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Van daaruit bouwt het verhaal zich op van de bouwstenen en kanalen, via de strategie, naar de plek waar het allemaal om draait: een cultuur die niet tijdelijk is, maar blijft.

Elk hoofdstuk opent met een korte verhalende brug die de infographic in context plaatst: wat is er tot nu toe gezegd, wat voegt dit model toe, en wat betekent dat voor de organisatie en de mensen daarin? De infographic zelf spreekt dan voor zich.

## Hoe dit boekje te gebruiken

Lees het in één keer door voor het overzicht — of gebruik elk hoofdstuk als vertrekpunt voor een gesprek in je team of managementoverleg. De zes modellen zijn ook los inzetbaar als gesprekskaarten, presentatieslides of onderdeel van een inwerkprogramma.

## Communicatie en cultuur die mensen verbindt

---

Elk bouwwerk begint bij een solide fundering. Dat geldt voor gebouwen — en het geldt net zo goed voor organisaties. De vraag is alleen: wat is dat fundament precies?

Veel organisaties geloven dat goede communicatie begint bij een sterk intranet, een heldere huisstijl of een goed doordacht communicatieplan. Dat zijn waardevolle instrumenten. Maar ze zijn de muren, niet het fundament.

Het echte fundament bestaat uit drie lagen die elkaar voeden: strategie die richting geeft, leiderschap dat die richting uitdraagt, en interne communicatie die mensen bereikt en activeert. Wanneer deze drie lagen op elkaar zijn afgestemd, ontstaat er iets wat je niet kunt plannen maar wel kunt kweken: verbinding.

*Cultuur begint bij begrip, groeit door communicatie en blijft bestaan door verbinding.*

Het model hieronder laat zien hoe DC Communicatie-Lab dat fundament visualiseert. In het centrum staat niet de boodschap, niet het kanaal en niet de strategie — maar de organisatie zelf, omringd door de zes pijlers die verbinding mogelijk maken: strategie, leiderschap, interne communicatie, social engagement, ambassadeurschap en cultuur & trots.

Onderaan het model staat de beweging die al deze elementen in gang zetten: van verbinden naar betrekken, van betrekken naar begrijpen, van begrijpen naar veranderen, en uiteindelijk naar verankeren. Dat is de reis die elke organisatie kan maken — en die dit boekje begeleidt.



## Verbinding als vertrekpunt

Verbinding is geen bijproduct van goede communicatie. Het is het doel. En alles wat een organisatie doet op het gebied van communicatie en cultuur, moet worden beoordeeld op die ene vraag: brengt dit mensen dichter bij elkaar, of verder van elkaar?

HOOFDSTUK 2 · De bouwstenen

# Wat het oplevert — en hoe het werkt

Het fundament is gelegd. Maar een fundament alleen is geen huis. De volgende stap is begrijpen uit welke bouwstenen een sterke communicatie- en cultuurstrategie is opgebouwd en wat die bouwstenen in de praktijk opleveren.

Organisaties die investeren in communicatie en cultuur, doen dat soms met mooie intenties maar zonder duidelijk beeld van het resultaat. 'We willen de betrokkenheid vergroten' of 'we willen een sterkere cultuur' zijn waardevolle ambities maar ze winnen aan kracht wanneer ze worden verbonden aan concrete uitkomsten.

Het model op de volgende pagina maakt die verbinding expliciet. De zes bouwstenen strategie, leiderschap, interne communicatie, social engagement, ambassadeurschap en cultuur & trots zijn niet los van elkaar. Ze versterken elkaar. En samen leveren ze vijf meetbare resultaten op: betrokken medewerkers die meedenken en bijdragen, duidelijke communicatie die richting geeft, sterkere samenwerking tussen teams, een gezonde cultuur waarin mensen groeien, en meer impact op organisatiedoelen en klantbeleving.

Rechts in het model staat de aanpak die al die bouwstenen met elkaar verbindt: van verbinding via betrokkenheid en begrip naar verandering en verankering. Dit is niet een lineair stappenplan het is een cyclus die continu in beweging is.



**DC Communicatie-Lab**

## Communicatie die verbindt. Cultuur die blijft.

Strategie. Mensen. Boodschap. Impact.

Wij helpen organisaties bouwen aan een sterke communicatie- en cultuurstrategie. Zodat mensen elkaar begrijpen, betrokken raken en samen in beweging komen.



**ONZE BOUWSTENEN**

 <p><b>STRATEGIE</b></p> <p>We vertalen organisatiedoelen naar een heldere communicatie- en cultuurstrategie.</p>	 <p><b>LEIDERSCHAP</b></p> <p>Leiders geven richting, zijn zichtbaar en creëren betrokkenheid.</p>	 <p><b>INTERNE COMMUNICATIE</b></p> <p>Gerichte, relevante en consistente communicatie die mensen raakt en activeert.</p>	 <p><b>SOCIAL ENGAGEMENT</b></p> <p>We betrekken mensen, stimuleren dialoog en versterken de band met collega's en stakeholders.</p>	 <p><b>AMBADSEURSCHAP</b></p> <p>Medewerkers als ambassadeurs versterken onze boodschap van binnenuit.</p>	 <p><b>CULTUUR &amp; TROTS</b></p> <p>We bouwen aan een sterke, gezonde cultuur waarin mensen trots zijn om bij te dragen.</p>
--	---	--	---	---	--

**WAT HET OPLEVERT**

 <p>Betrokken medewerkers die meedenken en bijdragen.</p>	 <p>Duidelijke communicatie die richting geeft en verwarring voorkomt.</p>	 <p>Sterkere samenwerking tussen teams en afdelingen.</p>	 <p>Een gezonde cultuur waarin mensen groeien en initiatief nemen.</p>	 <p>Meer impact op organisatiedoelen en klantbeleving.</p>
--	---	--	---	---

**ONZE AANPAK**

**1. VERBINDEN**

We luisteren, onderzoeken en begrijpen wat er leeft. De basis voor échte verbinding.

**2. BETROKKENHEID**

We creëren en betrekken mensen op moment.

**3. BEGRIPPEN**

Heldere boodschap die informeren, inspireren en richting geven.

**4. VERANDEREN**

We stimuleren gedrag, versterken gewenst gedrag en brengen verandering in beweging.

**5. VERANKEREN**

We borgen communicatie en cultuur in de organisatie zodat het blijvend impact maakt.

**Van verbinding naar verankering.**





**DC Communicatie-Lab**

Wij creëren een praktische en authentieke strategie die verbinding versterkt, communicatie verbetert en cultuur duurzaam laat groeien.

**Verbinding begint bij begrip.**

*Verbinding begint bij begrip. Begrip groeit door dialoog. Dialoog leidt tot betrokkenheid. Betrokkenheid maakt verandering mogelijk.*

De kracht van dit model zit in zijn eenvoud. Het stelt de vraag die elke leidinggevende zou moeten stellen bij elke communicatieve of culturele interventie: welke bouwsteen versterken we hiermee, en welk resultaat beogen we? Zonder die vraag is communicatie ruis. Met die vraag wordt het strategie.

HOOFDSTUK 3 · De juiste boodschap via het juiste kanaal

# De communicatiemix — omgeving, persoon en print

Nu we weten waarvoor we communiceren en welke bouwstenen we inzetten, rijst de praktische vraag: hóé communiceren we? Welke kanalen kiezen we, voor welke boodschap, naar welke doelgroep?

Dit is het terrein waar de meeste organisaties de fout ingaan. Niet omdat ze te weinig communiceren, maar omdat ze dezelfde boodschap via hetzelfde kanaal naar iedereen sturen en zich dan afvragen waarom de boodschap niet landt.

De werkelijkheid is dat mensen op heel verschillende manieren informatie verwerken en ontvangen. De medewerker op de productievloer ervaart communicatie anders dan de manager achter zijn bureau. De nieuwe collega heeft andere informatiebehoefte dan de medewerker met twintig jaar ervaring. Generaties verschillen in kanaalvoorkeur. Afdelingen verschillen in ritme.

Het model op de volgende pagina ordent de communicatiemix in drie logische categorieën: omgevingscommunicatie (zichtbaar, altijd aanwezig), in-persoon communicatie (direct, menselijk, maximale impact) en printcommunicatie (tastbaar, blijvend). Elk kanaal heeft zijn eigen kracht en zijn eigen moment.



Wat dit model ook laat zien, is dat de krachtigste communicatie altijd de persoonlijke is. Leiders die praten met mensen niet via mensen bouwen vertrouwen op een manier die geen medium kan evenaren. In-persoon communicatie is niet ouderwets; het is het meest menselijke en daarmee het meest effectieve kanaal dat bestaat.

**De gouden regel van kanaalstrategie**

De juiste boodschap via het juiste kanaal op het juiste moment. Dat klinkt eenvoudig — en het is eenvoudig, mits je begint bij de ontvanger en niet bij de zender.

## HOOFDSTUK 4 · De strategie

## Van strategie naar impact — de ultieme gids

---

Strategie zonder uitvoering is een droom. Uitvoering zonder strategie is chaos. De kracht zit in de verbinding tussen beide en in de discipline om die verbinding levend te houden in de waan van alledag.

Op dit punt in het verhaal is het fundament gelegd, zijn de bouwstenen helder en is de communicatiemix bepaald. Nu gaat het erom al die elementen samen te brengen in een samenhangende aanpak die daadwerkelijk werkt.

Een goede communicatie- en cultuurstrategie doorloopt vijf fasen. Niet als een lineair stappenplan dat je één keer doorloopt en daarna in de la legt, maar als een levend proces dat continu wordt gevoed door inzichten, feedback en de veranderende werkelijkheid van de organisatie.

Fase één is visie en richting: bepaal de koers. Zonder heldere visie communiceer je in het luchtledige. Fase twee is afstemmen en verbinden: breng mensen in beweging betrek leiders, creëer dialoog. Fase drie is onderzoeken en inzichten vergaren: stop met gokken, gebruik data en feedback als kompas. Fase vier is creëren en uitvoeren: maak het echt, zorg voor consistentie. Fase vijf is verankeren en blijven groeien: borg communicatie en cultuur in de dagelijkse werkpraktijk.



# De ultieme gids voor een succesvolle communicatie & cultuurstrategie

Van strategie naar impact. Verbinding begint bij begrip.

- Verbind mensen
- Communiceer recht en helder
- Creëer cultuur en betrokkenheid
- Meet, vier en verbeter

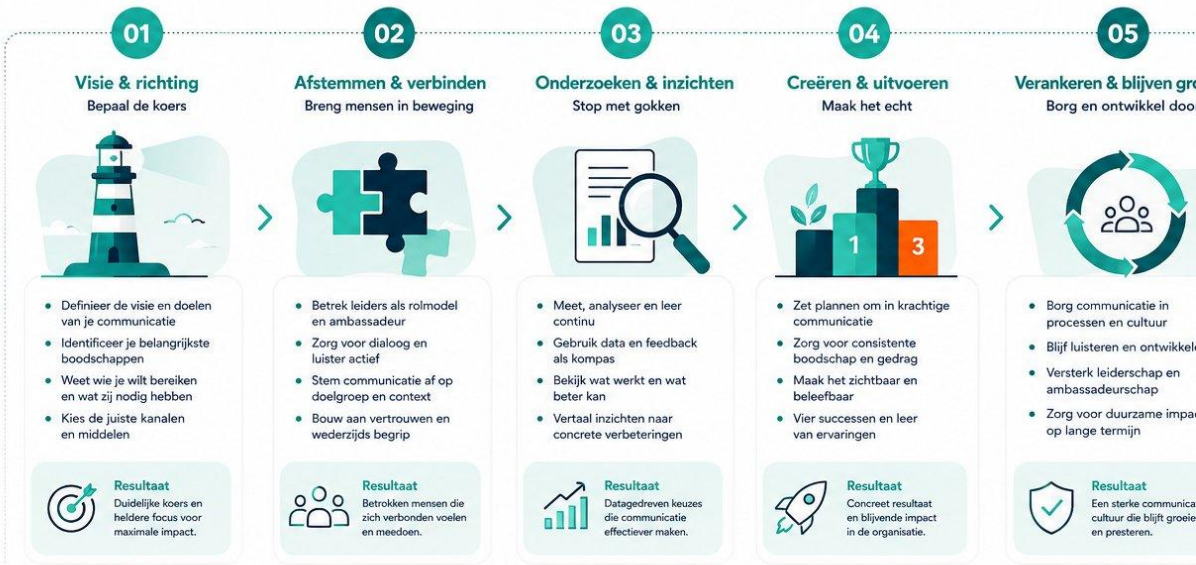
**Introductie**

Interne communicatie is meer dan informatie delen. Het is de motor achter betrokkenheid, cultuur en prestaties.

**Waarom een strategie?**

- ☑️ Zorgt voor richting en samenhang
- ☑️ Betrekt leiders en medewerkers
- ☑️ Versterkt cultuur en vertrouwen
- ☑️ Vergroot impact en resultaten

“Goede communicatie gebeurt niet toevallig. Het is geen trucje, het is een strategie.”



**SUCCESFACTOREN VOOR ALLE STAPPEN**

- Leiderschap**  
Betrokken leiders maken het verschil.
- Helderheid**  
Duidelijke en eerlijke communicatie.
- Betrokkenheid**  
Maak het relevant en persoonlijk.
- Consistentie**  
Herhaal en houd vol.
- Impact**  
Meet, vier en verbeter continue.

**Volgende stappen: Van strategie naar actie**

- ☑️ Stel een communicatieplan op
- ☑️ Betrek je team en stakeholders
- ☑️ Start klein, schaal op wat werkt
- ☑️ Evalueer en stuur bij
- ☑️ Blijf investeren in mensen én middelen

“Communicatie is de lijm die strategie verbindt met cultuur en mensen in beweging brengt naar een gezamenlijke toekomst.”

**DC Communicatie-Lab**  
Verbinding begint bij begrip.

www.dccommunicatie-lab.nl  
info@dccommunicatie-lab.nl  
+31 6 1234 5678

*Goede communicatie gebeurt niet toevallig. Het is geen trucje, het is een strategie.*

Onderaan het model staan de succesfactoren die alle vijf fasen doorkruisen: leiderschap, helderheid, betrokkenheid, consistentie en impact. Dit zijn geen nice-to-haves. Het zijn de voorwaarden waaronder strategie werkt.

HOOFDSTUK 5 · Zichtbaar maken wat je wil overbrengen

## Goede infographics — duidelijk, on brand, gericht op impact

---

Een strategie die niet wordt begrepen, werkt niet. Een boodschap die niet wordt onthouden, bestaat niet. Een cultuur die niet zichtbaar is, groeit niet.

Dat is de reden waarom visualisatie zo'n centrale rol speelt in het werk van DC Communicatie-Lab. Niet als versiering, maar als communicatiestrategie. Mensen verwerken visuele informatie sneller, onthouden haar langer en verbinden er meer betekenis aan dan aan tekst alleen.

Maar een goede infographic maken is meer dan mooie plaatjes tekenen. Het vraagt om vijf kwaliteiten die samen bepalen of een visual zijn werk doet: duidelijk en beknopt (eenvoud is kracht), visueel aantrekkelijk (want aandacht is schaars), on brand (want herkenbaarheid bouwt vertrouwen), gericht op de juiste doelgroep via het juiste kanaal, en gericht op impact wat wil je dat mensen doen na het zien van deze visual?

Het model op de volgende pagina is tegelijkertijd een richtlijn en een voorbeeld van wat het beschrijft: een infographic die complexe informatie begrijpelijk maakt en blijft.



# Goede infographics maken voor interne communicatie

Duidelijk. Aantrekkelijk. On brand. Gericht op impact.

Een goede infographic maakt **complexe informatie** begrijpelijk en **blijft hangen**.

<b>01</b> <b>DUIDELIJK EN BEKNOPT</b>						
	<b>Duidelijke titel</b> Vertel direct waar het over gaat.	<b>Niet te veel tekst</b> Houd het kort en krachtig.	<b>Werk met zones en secties</b> Brenng structuur in de informatie.	<b>Blijf bij de kern</b> Focus op de belangrijkste boodschap.	<b>Zorg voor correcte data</b> Controleer cijfers en feiten altijd.	
<b>02</b> <b>TREK DE AANDACHT</b>						
	<b>Visueel aantrekkelijk en interessant</b> Gebruik beelden die nieuwsgierig maken.	<b>Gebruik visuele storytelling</b> Vertel een verhaal in beeld.	<b>Benadruk belangrijke getallen of stats</b> Laat data spreken via visuals.	<b>Gebruik kleuren en lettergroottes</b> voor hiërarchie en duidelijkheid.	<b>Houd het fris en modern</b> Zorg voor een cleane, professionele look.	
<b>03</b> <b>ON BRAND</b>						
	<b>Gebruik jullie huisstijlkleuren, lettertypes en stijlelementen.</b>	<b>Voelt persoonlijk en verbonden met de organisatie.</b>	<b>Gebruik een herkenbare tone of voice en boodschapstijl.</b>	<b>Consistente uitstraling</b> Zorg voor herkenbaarheid in alle uitingen.	<b>Versterk je merk</b> Intern wti extern via betrouwbare visuals.	
<b>04</b> <b>GERICHT</b>						
	<b>Ken je doelgreep</b> Maak het relevant voor wie het bedoeld is.	<b>Kies het juiste kanaal</b> Zorg dat het zichtbaar is waar het telt.	<b>Sluit aan bij hun stijl en beleavingswereld</b> Zo maak je meer impact.	<b>Deel op de juiste momenten</b> Timing vergroot de boodschapskracht.	<b>Denk resultaat</b> Wat wil je dat mensen doen met de informatie?	
<b>05</b> <b>MAAK IMPACT</b>						
	<b>Houd het simpel, maar krachtig</b> Less is more.	<b>Zorg dat het blijft hangen</b> Gebruik vormgeving die mensen onthouden.	<b>Stimuleer actie</b> Maak duidelijk wat de volgende stap is.	<b>Evalueer en verbeter</b> Leer van feedback en resultaten.	<b>Vier successen</b> Laat zien wat we samen bereiken.	
<p>“ Een sterke infographic maakt informatie niet alleen <b>zichtbaar</b>, maar ook <b>begrijpelijk, boeiend en bruikbaar</b>.</p>			<p><b>DC Communicatie-Lab</b> Verbinding begint bij begrip.</p>		<p>www.dccommunicatie-lab.nl info@dccommunicatie-lab.nl +31 6 1234 5678</p>	

## Communicatie die zichtbaar is, werkt

Een sterke infographic maakt informatie niet alleen zichtbaar, maar ook begrijpelijk, boeiend en bruikbaar. Dat is het verschil tussen communicatie die wordt gezien en communicatie die wordt begrepen.

Dit principe geldt overigens voor alle communicatie niet alleen voor infographics. De vraag is altijd: bereik ik de ontvanger op een manier die aansluit bij hoe hij of zij informatie verwerkt? Die vraag stellen, en eerlijk beantwoorden, is het begin van effectieve communicatie.

## Van communicatie naar cultuur — een praktische gids

---

We zijn nu bij de kern aangekomen. Alle voorgaande hoofdstukken het fundament, de bouwstenen, de kanalen, de strategie, de visualisatie zijn middelen. De bestemming is cultuur.

Cultuur is het meest gebruikte en tegelijk het meest misverstane begrip in organisatieland. Het wordt ingezet als verklaring voor alles wat niet werkt ('we hebben een cultuurprobleem') en als ambitie voor alles wat beter moet ('we willen een andere cultuur'). Maar cultuur is niet iets wat je hebt of niet hebt. Cultuur is iets wat je dagelijks maakt.

De formule is zo eenvoudig als ze diepgaand is: begrijpen, verbinden, handelen. Medewerkers die begrijpen waar de organisatie naartoe werkt en waarom. Medewerkers die zich verbonden voelen met hun werk, hun collega's en hun leidinggevenden. Medewerkers die dat begrip en die verbondenheid omzetten in gedrag dat past bij de gewenste cultuur.

Het model hieronder laat ook het cruciale onderscheid zien tussen twee manieren van organiseren: controlegericht versus verbindingsgericht. Controlegericht leidt tot naleving mensen doen wat ze moeten doen, maar voelen zich niet betrokken. Verbindingsgericht leidt tot betrokkenheid mensen dragen actief bij aan het succes van de organisatie.

Dit is geen pleidooi voor het afschaffen van structuur of verantwoording. Het is een pleidooi voor het begrijpen dat de meest duurzame organisaties niet worden gedreven door regels, maar door mensen die het ergens voor doen.



# VAN COMMUNICATIE NAAR CULTUUR

Een praktische gids voor duurzame organisatieontwikkeling



Verbinding begint bij begrip

## 1. WAT IS ORGANISATIECULTUUR?

Cultuur ontstaat waar mensen denken, voelen en handelen.



### BEGRIJPEN

Medewerkers begrijpen de richting, de keuzes en het waarom.

### VERBINDEN

Medewerkers voelen zich betrokken en verbonden.

### HANDELEN

Medewerkers laten dagelijks gedrag zien dat past bij de cultuur.



### CULTUURFORMULE

Begrijpen → Verbinden → Handelen

## 2. CULTUURVERANDERING VRAAGT LEIDERSCHAP



### RICHTING GEVEN

Maak duidelijk waar we naartoe werken en waarom.



### VOORBEELDGEDRAG TONEN

Leiders laten zien wat zij belangrijk vinden door hun gedrag.



### VERTROUWEN CREËREN

Open en eerlijke communicatie versterkt betrokkenheid.



### OBSTAKELS WEGNEMEN

Verwijder barrières die groei en verandering tegenhouden.

## 3. TWEE MANIEREN OM ORGANISATIES TE STUREN

### CONTROLEGERICHT



- Veel regels
- Sterke hiërarchie
- Centrale aansturing
- Beperkte inspraak

### RESULTAAT: NALEVING

Mensen doen wat moet, maar voelen zich minder betrokken.

VS.

### VERBINDINGGERICHT



- Vertrouwen
- Dialoog
- Participatie
- Eigenaarschap

### RESULTAAT: BETROKKENHEID

Mensen dragen actief bij aan het succes van de organisatie.

## 4. DE DC-METHODE

1



### LUISTEREN

Begrijp wat er

2



### BEGRIJPEN

Analyseer cultuur,

3



### VERBINDEN

Breng directie,

4



### ACTIVEREN

Betrek medewerkers

5



### VERANKEREN

Maak cultuur

*Communicatie is de lijn die strategie verbindt met cultuur en mensen in beweging brengt naar een gezamenlijke toekomst.*

Het sluitstuk van dit model en van dit hele boekje is de DC-Methode: luisteren, begrijpen, verbinden, activeren, verankeren. Vijf stappen die geen eenmalig traject zijn, maar een permanente manier van werken. Een organisatie die deze cyclus heeft geïnternaliseerd, stopt nooit met leren, nooit met luisteren en nooit met groeien.

# Slotwoord

*Zes modellen. Één kompas.*

---

U hebt nu zes modellen gezien die elk een deel van het verhaal vertellen. Maar het verhaal zelf is er altijd al in uw organisatie, in de gesprekken van medewerkers, in de energie van een team dat samenwerkt en in de stille frustratie van mensen die niet worden gehoord.

De modellen zijn geen recepten. Ze zijn spiegels. Ze helpen u te zien wat er is, te begrijpen wat er nodig is, en te bepalen hoe u de volgende stap zet.

Communicatie en cultuur zijn niet het domein van de communicatieafdeling of het HR-team. Ze zijn het domein van iedereen die samenwerkt, leiding geeft of deel uitmaakt van een organisatie. Dat is iedereen.

*Wij bouwen aan communicatie die verbindt en cultuur die blijft. Verbinding begint bij begrip.*

---

Van fundament naar verankering — de reis van uw organisatie

---

## DC Communicatie-Lab

Wij creëren een praktische en authentieke strategie die verbinding versterkt, communicatie verbetert en cultuur duurzaam laat groeien. Neem contact op :

[www.dc-communicatielab.nl](http://www.dc-communicatielab.nl) | [info@dccommunicatielab.nl](mailto:info@dccommunicatielab.nl)