

Hopelijk biedt deze serie in Bestuursforum alvast veel goede handvatten om vaker met goed nieuws in de media te komen. Maar zijn meer tips en trucs gewenst? Meld je dan aan voor een cursus Nieuws Maken van het Steenkampinstituut, www.cda.nl/si.

Aflevering 1: Voorbereidingen

Voor sommige politici is het misschien even schrikken als er onverwacht een journalist belt. Wat moet je precies antwoorden, welk antwoord is goed en welke reactie kan compleet uit de context gehaald worden? En hoe ga je om met de andere kant? Stel, je hebt een geweldig CDA-voorstel door de gemeenteraad gekregen. Het zou dan prettig zijn als de krant daar aandacht aan besteedt. Zo kan jij je achterban laten weten waar jij je voor hebt ingezet. Maar hoe krijg je dat voor elkaar?

door Johanna Besteman

*Fractievoorzitter in Rijswijk
en trainer Nieuws maken
voor het Steenkampinstituut*

De grote truc als het gaat om media en mediacontacten is: bereid *alles* zorgvuldig voor. Bedenk vooraf wat én wie je wilt bereiken met jouw persactie en hoe jij je doelgroep dan het beste kunt bereiken. Denk na over de media die voor jouw verhaal relevant zijn. Bereik je meer met een verhaal in een landelijk dagblad of is een item bij de lokale omroep effectiever? Formuleer vervolgens de inhoudelijke boodschap die je wilt overbrengen zo helder mogelijk. Een gedegen nota of beleidsvoorstel is in de huidige vorm misschien niet direct geschikt om zo door te sturen naar de pers, maar misschien kan de nota met een duidelijk toelichtend persbericht wel prima naar de pers verzonden worden.

Goed verhaal = halve werk

Een mooi artikel in de krant of op tv begint vaak met een nieuwswaardig verhaal. Maar wat is dat is dat nu precies: nieuws? Of beter: hoe *maak* je nieuws. De ingrediënten daarvoor liggen voor het oprapen. Vanuit de politiek ben je al vaak dagelijks bezig met relevante thema's die mensen raken. Nu alleen nog even het juiste recept zien te vinden. Een nieuwswaardig verhaal is altijd actueel en dichtbij. Een persbericht over een gebeurtenis die al weken geleden heeft plaatsgevonden zal niet zo snel meer door journalisten worden opgepikt. In de krant van vandaag wordt morgen immers de vis verpakt. Staat het onderwerp op de agenda van de gemeenteraad, dan biedt dit alvast een haakje om het nieuws aan 'op te hangen'. Ook als het gaat om een thema dat in de buurt speelt, heb je al snel nieuws te pakken. Denk bijvoorbeeld aan het uitbreiden van een rondweg ten koste van een natuurgebied: actueel en dichtbij. Om het verhaal kracht bij te zetten kan het handig zijn om andere 'bronnen' aan te dragen. Stel het nieuwsitem gaat over de uitbreiding van de hockeyclub in de stad en jouw fractie heeft dezelfde opvatting als de hockeyclub. Zij ondersteunen met hun standpunt dan jouw verhaal. Dat kan prettig zijn.

Gewone mensen

Vervolgens is het handig om de journalisten te kennen. Breng

Vijf tips: wat kun je van tevoren allemaal doen?

1. Beschik over alle actuele contactgegevens en deadlines van de lokale media.
2. Leg een fotoarchief aan. Noteer wanneer de foto gemaakt is, door wie en wie erop staan.
3. Vraag van tevoren een aantal meelezers.
4. Neem contact op met redacteurs en journalisten: vraag hen aan wat voor nieuws zij behoefte hebben.
5. Controleer je eigen contactgegevens: ben je telefonisch niet bereikbaar? Zet dan je nummer niet onder je persbericht.

ze in kaart en zoek contact met ze. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de journalist van het huis-aan-huisblad, de lokale omroep, het (regionale) dagblad, wijkkranten en bladen van sportclubs. Vergeet ook de online-nieuwssites en de social media niet. Realiseer je daarbij dat journalisten net gewone mensen zijn. Je kunt ze dus best uitnodigen voor een kop koffie of eens aanspreken na een vergadering. Het is goed om erachter te komen in wat voor nieuws zij geïnteresseerd zijn. Brengen zij hun verhalen feitelijk en zakelijk of hebben ze juist meer aandacht voor de menselijke kant in het verhaal. Jij levert dan vervolgens zo veel mogelijk informatie op maat aan. Vergeet hierbij ook het fotomateriaal niet. Zorg dat je altijd een aantal rechtenvrije foto's achter de hand hebt.

Timing is everything

Tot slot, plan je acties goed. Houd zoveel mogelijk rekening met deadlines van journalisten. Het heeft weinig zin om je bericht naar het huis-aan-huisblad te versturen op de dag dat de bezorging al gaande is. Nieuws is actueel. Zorg dus voor een bepaalde snelheid in je actie. Daarvoor is het handig om bijvoorbeeld alvast een *format* voor een persbericht klaar te hebben. Dat scheelt weer nadenkwerk als je zelf voor een deadline staat. ●

Aflevering 2: De techniek van het schrijven

Een persbericht heeft een vast format. Het is voor journalisten en redacteuren prettig als u dat format aanhoudt en uw persbericht netjes aanlevert. In deze aflevering reiken we u praktische tips aan om tot een duidelijke tekst te komen.

door **Marcel Migo**

*Eindredacteur van Bestuursforum en
trainer Nieuws maken voor het
Steenkampinstituut*

Een goed persbericht maakt nieuwsgierig. Het gaat daarbij niet primair om de lezer/kijker/luisteraar van een medium, maar om de journalist of redacteur die het persbericht ontvangt. Koppen, tussenkopjes, lead: alles moet erop gericht zijn om de lezer van het persbericht te boeien. Hij/zij krijgt er dagelijks heel wat. Het is dus belangrijk in positieve zin op te vallen. Stuur alleen een persbericht als het voor de ontvanger ook werkelijk relevant is.

Kop

De kop van uw persbericht is meteen cruciaal. Een goede kop trekt de aandacht en is kort. Probeer het aantal woorden tot ongeveer acht te beperken. Als de kop wel een goede aandacht-trekker is, maar 'context mist', onvoldoende duidelijk is dan is het verstandig gebruik te maken van een verduidelijkende bovenkop of onderkop. Als uw persbericht uit een aantal alinea's bestaat is het verstandig gebruik te maken van een of meer tussenkopjes. Tussenkopjes bestaan uit hooguit enkele woorden. Ze dienen als aandachttrekkers. Natuurlijk moeten ze een verbinding vormen met de inhoud die erop volgt, maar het zijn geen samenvattingen.

Tips

1. Noteer in de onderwerpregel van uw e-mailbericht: Persbericht, gevolgd door de kop van het persbericht
2. Zet het bericht meteen in de mail én voeg deze als bijlage toe. De ontvanger ziet dan meteen wat erin staat en hoeft weinig moeite te doen de tekst ofwel meteen te lezen of te downloaden.
3. Stuur (indien u erover beschikt) een goede foto mee. Geef daarbij duidelijk aan dat de foto vrij gebruikt kan worden, of geef aan dat de naam van de fotograaf erbij vermeld moet worden.
4. Is een bijlage echt nodig? Geef dan onder aan het persbericht expliciet aan dat er een bijlage is bijgevoegd.

Opbouw

Een persbericht is als het goed is kort, nooit langer dan een A4'tje. De kern van het persbericht is zelfs nog korter. In feite staan de allerbelangrijkste zaken maar in een paar regels vermeld: in de introtekst, of lead. In de lead geeft u antwoord op de volgende vragen: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe. Houd er rekening mee dat journalisten, als ze moeten schrappen, beginnen bij de onderste alinea. Het is bij een persbericht dus niet handig af te sluiten met een pakkende afsluitende alinea om het verhaal mooi 'rond' te krijgen of te eindigen met een aandachttrekker.

Wees direct

Een persbericht bevat zo min mogelijk, liefst geen vaktaal. Ook mensen die niet bekend zijn met het onderwerp moeten het persbericht gemakkelijk kunnen begrijpen. Zoiets kun je van tevoren organiseren: vraag in je eigen omgeving mensen die niets van het onderwerp weten of ze het persbericht willen lezen en eerlijk aangeven of ze het begrijpen. Houd de zinnen kort. En kies voor de directe vorm. Probeer het werkwoord 'worden', in de lijdende vorm, te vermijden.

Contactgegevens

Het is gebruikelijk onder aan het persbericht uw contactgegevens te plaatsen. Het is daarbij van groot belang dat u ook werkelijk bereikbaar bent via de opgegeven gegevens (telefoon en e-mail). Het is beter een telefoonnummer extra te vermelden dan dat u niet bereikt kunt worden. De kans bestaat dat u dan alsnog uw kansen op plaatsing van het bericht verspeelt, omdat de journalist geen aanvullende vragen kan stellen.

Nieuws maken

Hopelijk biedt deze serie in Bestuursforum alvast goede handvatten om vaker met goed nieuws in de media te komen. Maar zijn meer tips en trucs gewenst? Meld u dan aan voor een cursus Nieuws maken. •

Aflevering 3: Een goede relatie met de pers

door Marjolijn
van der Stel

*Trainer Nieuws
maken voor het
Steenkampinstituut*

Stelt u zich eens voor: het is zaterdagochtend en u moet op uw werk een extra klus doen. Eigenlijk zou u veel liever met uw zoon mee gaan naar het voetballen. Of met uw dochter naar ballet. Of u wilt eindelijk weer eens een keertje uitslapen. Maar ja, u moet werken. Eenmaal op uw werk aangekomen – het was wel lekker rustig op de weg – is er niets geregeld. U moet alles uitzoeken. Bovendien is de koffieautomaat stuk.

Stelt u zich daarnaast eens voor dat u journalist bent. En de extra klus is een algemene ledenvergadering van een willekeurige CDA-afdeling. Voor actieve CDA-leden vaak een leuke invulling van de zaterdagmorgen. Voor een journalist vaak gewoon werk (op een moment dat hij dus wellicht liever iets anders zou doen). De journalist is te gast bij u, bij het CDA. Zorg er dus voor dat hij (of zij) niet alles hoeft uit te zoeken. En dat er een kopje koffie klaar staat.

U heeft dus een goed persbericht geschreven, de journalist vond uw activiteit interessant genoeg om erop af te komen. Tijdens de bijeenkomst is het voor een journalist fijn als de randvoorwaarden op orde zijn. Dat verkleint de kans op een zurig stukje. Maar u kunt meer doen om een goede relatie met de pers te onderhouden.

Bereikbaar

Journalisten werken vaak met strakke deadlines. Ze willen daarom mensen graag snel kunnen spreken. De klokt tikt door en de krant voor morgen moet af. Zorg er daarom voor dat er altijd binnen uw afdeling iemand bereikbaar is voor de media. Ook als u niet mee wilt werken aan een artikel is het voor een journalist prettig om dat snel te weten. Hij weet dan dat hij op zoek moet naar een andere invalshoek voor zijn artikel. Onder aan een persbericht zet u daarom altijd de contactgegevens van de contactpersoon binnen uw fractie of afdeling. En – dit klinkt als een open deur – zorg er vervolgens ook voor dat deze persoon goed bereikbaar is.

Behulpzaam

Een van de kostbaarste bezittingen van een journalist is zijn adresboek. Journalisten weten namelijk niet alles, ze weten wel bij wie ze welke informatie kunnen krijgen. Als een journalist u belt, help hem dan aan de gevraagde informatie. Als de informatie klopt (zie betrouwbaar) zal een journalist u een volgende

keer wat sneller benaderen. Winst dus voor uw relatie met deze journalist!

Betrouwbaar

Als u informatie verstrekt aan een journalist, zorg er dan voor dat deze informatie klopt. Het kan voorkomen dat u niet meteen het juiste antwoord op een vraag paraat heeft. Dat is helemaal niet erg. Zeg dat u het even uitzoekt en bel de journalist terug zodra u de goede informatie heeft. Geef in elk geval nooit met opzet foutieve informatie. Dit werkt niet in uw voordeel. Het kan zelfs leiden tot verkeerde beeldvorming in de media en dat wilt u voorkomen.

Betrokken

U bent betrokken bij het CDA in uw gemeente of provincie. Daar hoort – in elk geval als u lid bent van de fractie of het bestuur – bij dat u ook betrokken contacten heeft met de media. Dat hoeft helemaal niet ingewikkeld te zijn. Ga bijvoorbeeld eens een keer in een rustige periode een kopje koffie drinken met een journalist die werkt voor een lokale of regionale krant. U leert elkaar dan beter kennen. Op latere momenten kan zo'n contact enorm helpen. Een journalist zal eerder iemand bellen die hij kent dan een grote onbekende.

Kortom: om een goede relatie met de media op te bouwen is het dus verstandig om de vier b's in uw achterhoofd te houden. En zorg voor koffie. •

Nieuws maken

Hopelijk biedt deze serie in Bestuursforum alvast veel goede handvatten om vaker met goed nieuws in de media te komen. Maar zijn meer tips en trucs gewenst? Meld u dan aan voor een cursus Nieuws Maken.

Nieuws maken

Ertegen vechten heeft geen zin. Het (spel) begrijpen en je meedenkend opstellen wel. Ik heb het over de grilligheid van nieuws en journalisten. Jij als politicus wilt wat van hen, journalisten willen wat van jou. Hoe mooi kan het zijn? Natuurlijk ligt de weg naar publiciteit bezaaid met valkuilen als moddergooien, verkeerd citeren en schandaaljournalistiek. Maar er zijn ook handvatten om het spel goed te spelen, waardoor je kansen op (de door jou gewenste) publiciteit wel degelijk vergroot. Die worden aangedragen in de training Nieuws maken.

Weet wat er speelt

Om te weten wat nieuws is en daar een neus voor te ontwikkelen, moet je weten wat actueel is. Dat doe je door het nieuws te volgen. Kranten, radio, tv en websites. Anders gezegd: weet wat er speelt. Loop niet te ver voor de muziek uit. Weet wat op dat moment belangrijk is - in de ogen van de journalist. Want ook jouw schriftelijke vragen zijn lang niet altijd nieuws. Een voorbeeld uit één van de trainingen:

Harde noten kraken tijdens de begroting over een mogelijk debacle op de lange termijn zal niet worden gehoord, zolang er te veel onduidelijkheden zijn over financiële consequenties binnen het sociaal domein voor volgend jaar. Die onduidelijkheden raken burgers nu. Het eerste is vanuit rentmeesterschap een belangrijk punt, maar past nu niet in het referentiekader van verschillende journalisten. Daarom zal het geen nieuws worden. Tenzij je bijvoorbeeld kunt stellen dat zonder extra bezuinigingen je over twee jaar alle reserves moet inzetten om de verliezen op grondexploitaties op te vangen.

Framen, hoe doe je dat?

Maar hoe breng je dat, zodat de journalist wel ontvankelijk is voor je boodschap? Framen heet dat in jargon. Vergelijk het met je werk: iedere collega moet je je boodschap anders brengen om hem of haar mee te krijgen. Ook een journalist is een individu. Als hij het nut van jouw boodschap inziet (voor zijn lezer), zal hij het meenemen. Dus stuur je boodschap zo dat hij aansluit bij iets wat recent is gebeurd of concreet lijkt op een andere gevaarlijke kruising in de stad of

Nieuws maken

Hopelijk biedt deze serie in Bestuursforum alvast veel goede handvatten om vaker met goed nieuws in de media te komen. Maar zijn meer tips en trucs gewenst? Meld u dan aan voor een cursus Nieuws Maken.

een ander licht werpt op de discussie rond de hoge kosten voor de nieuw te bouwen bibliotheek.

Plan je acties

Het allerbelangrijkste is: weet wat je wilt vertellen en in welke bewoordingen. En plan jouw acties gericht: wanneer zet je het op de politieke agenda? Plaats vooraf een persbericht zodat achteraf de journalist een verslag over jouw agendapunt kan maken. Ga dus vooral niet het persbericht schrijven als de motie al is aangenomen. Dat is te laat. En als de journalist dan (eindelijk) reageert, blijf aan het stuur: zorg dat het initiatief bij jou blijft liggen en help de journalist - als je merkt dat hij niet goed is ingevoerd - door informatie te geven en haal dan het kant-en-klaar plaatsbare persbericht uit je tas.

Dit is niet zomaar gedaan. Dit moet je oefenen en dat doen we op de training. Het kost wat tijd, maar die investering betaalt zich uit. Is het niet vroeg, dan komt het later. Want ook een journalist gaat voor kwaliteit. Als jij hem goed behandelt, komt hij vanzelf bij je terug. •

Weet wat belangrijk is in de ogen van een journalist