

CONTACTEN MET DE PERS EN CRISISCOMMUNICATIE

J. Kulper

Het kappen van bomen, verhongerende reeën, wandelpaden die tijdens uitsleepwerkzaamheden worden vernield of een calamiteit met asbestresten. Allemaal onderwerpen die voer zijn voor journalisten. Voordat je het in de gaten hebt, is er een actiegroep die de pers inschakelt en staat er een journalist of een cameraploeg op de stoep.

We leven nu eenmaal in een wereld, waarin actualiteit identiek is geworden aan sensatie. SBS6, 5 In 't Land, de regionale televisie, de lokale correspondent van De Telegraaf, ze zijn dagelijks uit op nieuwtjes. Een verstoorde broedvogel, een trimmer die door een buizerd wordt aangevallen, alles wordt nieuws. Grote natuurbeherende organisaties als Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten en de Landschappen weten daar inmiddels alles van. Hoewel particuliere natuurbeheerders meer in de luwte opereren, lopen ook zij het risico om op een kritische manier met de pers in aanraking te komen. Onderwerpen als jacht, natuurtoezicht en houtoogst liggen bij het publiek gevoelig. En wat te doen als er onverhoopt restanten asbest in je terrein worden gevonden?

Speel altijd open kaart

Probeer nooit slecht nieuws of nieuws dat je niet welgevallig is uit de pers te houden. Dat werkt altijd averechts. Het allerbeste is, om te voorkomen dat er slecht nieuws ontstaat. Slaag je daar niet in, speel dan altijd open kaart. Leg door het geven van relevante informatie uit, hoe het zo kon gebeuren als het is gebeurd. Daarmee bereik je meer dan met het wegmoffelen van onaangename feiten. Die komen overigens uiteindelijk altijd boven tafel, met alle gevolgen voor je betrouwbaarheid van dien.

Zelf actief contact met de pers zoeken levert nog altijd de beste resultaten op. Dus worden er beheersmaatregelen gepland, of moet er een weg worden afgesloten, neem dan ruim vooraf con-

tact op met de pers. Leg ook uit waarom, hoe en wanneer.

Probeer bij het benaderen van de media, door de ogen van een vreemde naar je eigen nieuws te kijken. Vraag je af wie daarvoor en waarom belangstelling zou hebben. Kortom, wat betekent je actie voor de lezer, luisteraar of kijker?

Een aantal spelregels

Bij het opstellen van een persbericht, maar ook vóór je gaat bellen met een journalist, is het handig als je met enkele regels rekening houdt.

De eerste algemene regel is: realiseer je voor wie je het bericht maakt, of wie je er via radio of televisie mee bereikt.

Vorm je een beeld van het publiek tot wie je je richt. Houdt er rekening mee, dat dit publiek weinig of niets afweet van het onderwerp waarover je het hebt. Je mag dus niets als bekend veronderstellen. Ook niet de dingen die je zeer voor de hand lijken te liggen.

De tweede regel bij het schrijven van een persbericht of het geven van een radio-interview is: wees zakelijk.

Maak er geen verhaal van over de wijze waarop in de loop der tijden de gedachte is gegroeid en hoe het plan is ontstaan en wat er allemaal wel is gebeurd, eer de zaak in kannen en kruiken was!

De derde regel die je jezelf moet voorhouden is: begin met de voornaamste feiten. Wijd daaraan de eerste alinea en geef aanvullende informatie in de volgende alinea's.

De vijf W's als leidraad

Beantwoord in de eerste alinea de volgende vijf vragen: over **wat** gaat het; **wie** is erbij betrokken; **waar** gebeurt het; **wanneer** gebeurt het; **waarom** gebeurt het.

Deze **5 W's** vormen de allereerste beginselen van de journalistiek. Het is zeker niet de bedoeling, om je met dit artikel tot journalist of pr-expert op te leiden. Maar het is nuttig dat je bij het benaderen van journalisten weet, waaraan zij in de eerste plaats behoefte hebben. De **5W's** zijn ook een handig geheugensteuntje, zodat je geen essentiële feiten weglaat in de informatie die je aanbiedt. Schrijf die punten op een klein kaartje zodat je af en toe kunt controleren of je alles aan bod hebt laten komen.

115

Een paar tips voor radio- of televisie-interviews

- Als je beschikt over de gewenste informatie, geef die dan.
- Houdt er rekening mee, dat breed-sprakigheid de kans op het later monteren tot een korter interview vergroot, met alle kans op ongelukkige coupures.
- Praat in korte, duidelijke zinnen en in begrijpelijke taal voor leken.
- Gebruik geen vreemde woorden of moeilijke begrippen.
- Herhaal niet de vraag van de journalist (slecht middel om na te denken)
- Je hebt het volste recht om een antwoord op een bepaalde vraag te weigeren. Een gemotiveerde weigering versterkt je betoog.
- Eerlijkheid en openhartigheid komen ook bij de luisteraar goed over. Staan voor wat je zegt, wordt herkend door de luisteraar.
- Luister scherp naar de vraag, haak er meteen op in en probeer hem niet te ontwijken. Aarzelingen en draaien worden direct herkend. De luisteraar proeft de onzekerheid.
- Vraag altijd hoe lang het interview maximaal kan duren. Je weet dan welke informatie je in welke tijd nog kwijt kunt.
- Als het een telefonische vraag is, vraag dan altijd of het rechtstreeks wordt uitgezonden.

- Probeer altijd vooraf een inleidend gesprekje met de interviewer te hebben. Dat geeft rust en helpt de interviewer de juiste vragen te stellen.

Tot slot: nieuws is een continue stroom. De feiten verdringen elkaar dikwijls snel. Het is daarom van groot belang om snel te reageren op verzoeken om informatie. De eerste klap is een daalder waard. En als het bericht in de krant je eens tegenvalt, omdat je het naar jouw idee veel beter had gezegd, onthoud dan het volgende: morgen pakt de visboer de bokking er in!

J. Kuiper is werkzaam bij Staatsbosbeheer.

116

HET BOS, HET VUIL EN DE BAK

J. Blok

'Nederland schoon!'. Via onder meer radioboodschappen en billboards worden we, als gebruikers van de openbare ruimte, door bekende Nederlanders aangespoord ons kleine afval in prullenbakken te deponeren in plaats van zomaar op straat, in het bos, langs het fietspad of waar dan ook. Voor wat het buitengebied betreft lijkt het een variant van de aloude slagzin 'Laat niet als dank...'

De aandacht voor de problematiek van zwerfvuil lijkt zich vooral te richten op het stedelijk gebied. De problematiek speelt echter ook in bos en natuurgebieden. Zo geeft bijvoorbeeld Staatsbosbeheer jaarlijks ca. € 560.000 uit aan het afvoeren van afval uit zijn terreinen. Een flink deel hiervan bestaat uit de kosten van het ledigen van afvalbakken. Als deze kostenpost wordt afgezet tegen het totaal van ca. 100 miljoen bezoeken, die jaarlijks worden afgelegd aan de terreinen van Staatsbosbeheer, dan lijkt het bedrag per bezoek mee te vallen. Toch is de absolute omvang van het bedrag voor Staatsbosbeheer aanleiding om kritisch om te gaan met beheer op dit punt. Daarom participeert Staatsbosbeheer in een project, dat wordt getrokken door het Kenniscentrum CROW (kenniscen-

trum voor verkeer, vervoer en infrastructuur) en Nederland Schoon. In het project wordt gestreefd naar een landelijke normstelling als het gaat om het plaatsen, de inrichting, vormgeving en het onderhoud van prullenbakken in de openbare ruimte. Dat kan voor terreinbeheerders dus nog interessante informatie opleveren!

Wel of geen afvalbakken?

Naast deelname aan het bovengenoemde project ontwikkelt Staatsbosbeheer zelfstandig activiteiten. Zo wordt in de boswachterij Dorst een proef uitgevoerd met een grote ondergrondse afvalverzamelcontainer, die verschillende kleine afvalbakken vervangt. Het beoogde voordeel is een aanzienlijke



De nadelige effecten van het klein afval dat toch nog in het terrein achterblijft, wegen vaak niet op tegen de kosten om dit afval te verzamelen en af te voeren. Foto: Hans Dekker.