

Help... een journalist!



Eind maart vond in Leusden een voor Dibevo unieke workshop plaats over omgang met de media. De moraal van het verhaal: publiciteit kan mooie dingen doen voor je bedrijf, maar ook als een journalist je benadert over minder rooskleurige zaken, is het belangrijk hem (of haar) op een goede manier te woord te staan.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: HENK VAN HOUWELINGEN EN SHUTTERSTOCK

Zoals vele zaken in het leven kun je ook 'nieuws' onderverdelen in twee categorieën: goed en slecht. Goed nieuws kan gaan over leuke bedrijfsdingen zie jij zelf de wereld in wilt slingeren, terwijl je bij slecht nieuws over je onderneming wellicht liever met je hoofd veilig in het zand blijft zitten. Laten we beginnen met het goede nieuws:

Goed nieuws

Als je een leuk of wetenswaardig bericht hebt over je bedrijf dat je wereldkundig wilt maken, is een persbericht een van de middelen om een redacteur van bijvoorbeeld een krant op een eenvoudige manier van kopij te voorzien. Rondomierendag is er vaak meer dan genoeg te vertellen, maar er zijn vaker leuke, nieuwswaardige feitjes die bijvoorbeeld regionale kranten graag publiceren. Wat denk je van een toptien van kattenrassen of hondensrassen die het vaakst bij jou over de vloer komen? Of in deze tijd van het jaar een bericht over vlooienbestrijding waarin je en passant je bedrijf noemt? Een andere tip: mocht er zich binnen jouw klantenbestand een bekende

Opbouw van een persbericht

- Pakkende kop en liefst met wat humor.
- Nieuws: wat, wie, waarom, waar, wanneer en hoe?
- Verificatie: feiten, citaten van belanghebbenden.
- Details: achtergrondinformatie.
- Toekomst: 'wat gaat er verder gebeuren?'
- Niet te lang: maximaal één pagina, liefst korter.

Niederlander bevinden, vraag diegene dan eens of hij zin heeft om in promotionele zin wat voor je bedrijf te doen. BN-ers zijn niet voor niets bekend, vaak vinden ze het leuk om hun gezicht te laten zien en als je het vraagt: nee heb je, ja kun je krijgen. Naast een persbericht kun je natuurlijk ook een bijzondere foto maken met een heel kort onderschriftje. Beeld

zegt soms meer dan tekst.

Gribnau: "Nieuwsmomenten kun je veelal plannen. Het is vrij simpel om een jaarkalender te maken en daarop aan te geven in welke tijd van het jaar je bepaalde onderwerpen of evenementen in een persbericht wilt verwerken."

Slecht nieuws

Stel: er was brand in jouw winkel, jij staat in je nachtjapon buiten en een journalist vraagt je of er dieren gedood zijn. Wat zeg je dan? Of er was een naar bijtincident in je pension en jij krijgt de vraag hoe dat heeft kunnen gebeuren? Het zal niet dagelijks zijn dat je als ondernemer in onze branche met dergelijke crisissituaties geconfronteerd wordt, maar toch is het verstandig om er vooraf over na te denken hoe je dan te werk gaat. Gribnau: "Het is belangrijk een journalist niet als je vriend te zien, maar ook niet als je vijand. Vertel wat er gebeurd is, wat je weet maar geef liever niet je persoonlijke mening. Bedenk vooraf wat je wel en niet kwijt wilt en maak met je personeel afspraken over wie, wanneer, wát mag zeggen. Vraag of je het artikel vooraf even mag lezen om te checken op feitelijke onjuistheden, dan weet je ook zeker dat er geen woorden verdraaid worden of onzin wordt verkocht." ←

David Gribnau

De workshop werd gegeven door David Gribnau, een pr-adviseur die zich heeft gespecialiseerd in mediarelaties. Gribnau is goed ingevoerd in de wereld van journalisten en weet precies welk type nieuws kans maakt op publicatie. Dit alles met het motto dat niet alleen het bedrijf, maar ook de journalist geholpen is met een goed verhaal.



Do's-and-don'ts

- Geef feiten – geen persoonlijke meningen
- Spreek namens het bedrijf – spreek nooit voor of over anderen
- Vertel de waarheid – lieg nooit
- Wees positief – wees niet defensief, val de journalist niet aan
- Wees bereid toe te lichten – zeg nooit 'geen commentaar'
- Vertel wat en waarom – zeg niet slechts 'ja' en 'nee'
- Blijf zakelijk – praat nooit 'off the record'
- Gedraag je vriendelijk – maar onthoud: de journalist is niet je vriend
- Tot slot: het interview is niet afgelopen totdat je op weg naar huis bent