



# Mag ik u quoten?

Mediatips voor raadsleden en wethouders

# INHOUD

<b>Woord vooraf</b>	<b>1</b>
<b>1. De politicus en de journalist</b>	<b>3</b>
<b>2. Het interview</b>	<b>9</b>
<b>3. Interviews voor radio en televisie</b>	<b>15</b>
<b>4. Uw eigen boodschap overbrengen</b>	<b>19</b>
<b>5. Hoe maakt u nieuws?</b>	<b>25</b>
<b>6. Ken het medialandschap</b>	<b>31</b>
<b>7. 'Social media'</b>	<b>35</b>
<b>Mediatips voor raadsleden en wethouders</b>	<b>38</b>

Deze uitgave is tot stand gekomen in opdracht van het Actieprogramma Lokaal Bestuur, een gezamenlijk project van de Vereniging van Nederlandse gemeenten (VNG) en het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK).

# WOORD VOORAF

U bent gekozen als raadslid of benoemd tot wethouder. Vier jaar lang vertegenwoordigt u de inwoners van uw gemeente, vertelt u uw politieke verhaal en volgt de pers u op de voet.

Via de media bereikt u de kiezer, daarom is het belangrijk om een goede relatie op te bouwen met de journalisten in uw gemeente. Dit handige boekje geeft u praktische tips voor al uw media-optredens in de komende vier jaar. Het boekje is geschreven door **Maarten Bouwhuis**, deskundig op het gebied van media en lokale politiek.

Het Actieprogramma Lokaal Bestuur wil u als raadslid of wethouder met dit boekje een hulpmiddel bieden om meer regie te krijgen op uw omgang met de media. Met de tips in *Mag ik u quoten?* kunt u de verschillende soorten media zo goed mogelijk inzetten om uw doelen als raadslid of wethouder te bereiken.

Actieprogramma Lokaal Bestuur, april 2010



# 1. DE POLITICUS EN DE JOURNALIST

**Politici hebben vaak een haat-liefdeverhouding met journalisten. U bent zelden goed bevriend maar u heeft elkaar wel nodig. Leer de journalist daarom beter begrijpen en creëer een goede werkrelatie.**

## **Onlosmakelijk verbonden**

Politici en journalisten hebben elkaar nodig.

Journalisten zoeken elke dag of elke week actuele nieuwsverhalen om de media te vullen. Politici willen hun verhaal kwijt, successen vieren en standpunten uitleggen. Als politicus heeft u dus belang bij een goede werkrelatie met journalisten. Voor een goede samenwerking is het belangrijk om te weten onder welke omstandigheden journalisten werken.

## **Kritische houding hoort erbij**

Politici en journalisten versterken elkaars bestaan.

Maar er is ook een keerzijde. Als een politicus de fout ingaat, zal de journalist dat breed uitmeten. Het is dan ook niet zo vreemd dat politici journalisten dikwijls wantrouwen. Maar u moet zich realiseren, dat een journalist zonder een kritische houding geen journalist kan zijn. Journalisten volgen het politieke proces en berichten erover als het misgaat. Zij zijn dus ook waakhond van de democratie. Probeer als raadslid of wethouder dus over een gevoel van wantrouwen heen te stappen.

## Journalisten hebben weinig tijd

Journalisten staan vaak onder grote tijdsdruk. Ze moeten letterlijk elke dag met iets nieuws komen. Het nieuws van gisteren is oud, wat is het nieuws van vandaag? Dit maakt hun werk vluchtig en het betekent dat journalisten meestal meteen of in ieder geval dezelfde dag nog met u willen spreken. Wees daarom altijd snel beschikbaar.



### INTERVIEW

**Anna-Lena Hedin-Penninx**

Raadslid PvdA, gemeente Oude IJsselstreek

“De omgang met de pers is ingewikkeld. Sommige politici vinden het heel belangrijk om op de voorpagina te komen, terwijl deze aandacht niet altijd in het belang is van het probleem waar het om gaat. De media werken hier ook regelmatig aan mee, de grootste schreeuwers krijgen de meeste aandacht en feiten worden wat verdraaid om een verhaal spannender te maken. Als politicus moet je dicht bij jezelf en je idealen blijven. Wel of niet in de krant komen, moet niet je eerste doel zijn. Ik gebruik de media wel om meer aandacht te vragen voor een onderwerp. Dan zetten zowel de raad als het college het onderwerp vaak toch net wat hoger op de agenda.”

## **Journalisten hebben informatie nodig**

Omdat journalisten snel moeten werken, hebben zij geen tijd om zich goed in te lezen. Natuurlijk zijn er ook journalisten die vaste onderwerpen in hun portefeuille hebben of die al tientallen jaren in een dorp of stad werken. Maar in de praktijk hebben de meeste journalisten weinig tijd. Wilt u uw onderwerp met uw standpunt graag gepubliceerd hebben? Informeer de journalist dan zo goed mogelijk, zowel mondeling als door beknopte informatie na te sturen in een e-mail.

## **Interview de journalist**

Maak er een gewoonte van om voorafgaand aan een interview de journalist te interviewen. U vraagt de journalist van welk medium hij/zij is, wat hij/zij gaat vragen, waarom hij/zij deze vragen stelt en wat voor soort verhaal (nieuws, achtergrond, opinie) hij/zij voor ogen heeft.

Wees niet te streng in uw vragen, maar vraag het oprecht. De inhoud van uw eigen antwoord verandert niet doordat u eerst de journalist bevraagt. Maar door het medium te kennen, stemt u uw antwoord wel beter af op de lezer, kijker of luisteraar. Daarnaast weet u beter welke aanvullende informatie u kunt geven. Het is gebruikelijk om bij een lang interview af te spreken met de journalist dat u de tekst, voordat deze gepubliceerd wordt, mag inzien. Zo kunt u feitelijke onjuistheden voorkomen. Voor kleine nieuwsinterviews geldt dit meestal niet.

### **Bouw een journalistennetwerk op**

Persvoorlichters bouwen hun hele carrière aan een goed en betrouwbaar journalistennetwerk. Maar politici kunnen dit ook zelf doen. Journalisten moeten zich vrij voelen om u te bellen om een verhaal te checken. Neem de tijd voor journalisten, wees gastvrij en wissel visitekaartjes uit. Steeds meer journalisten werken freelance en zijn verbonden aan meerdere media. Dit staat een goede relatie niet in de weg, maar u moet zich realiseren dat een goede relatie met een journalist niet altijd betekent dat u een goede relatie met een bepaald medium heeft.

### **Een goede werkrelatie betaalt zich uit**

Zowel het insteken van nieuws als het beperken van schade is makkelijker via een bevriende journalist. Een goede relatie met een journalist is de rode loper voor een goed interview. Bevriende journalisten kunt u ook makkelijker en met vertrouwen exclusieve informatie (scoops) of foto's geven.







## 2. HET INTERVIEW

**Interviews zijn belangrijk voor journalisten. Met interviews kunnen zij eigen nieuwsverhalen maken waarin zij u quoten. Geef journalisten daarom die goede quote.**

### **Korte nieuwsinterviews**

Als wethouder of raadslid heeft u vooral te maken met korte nieuwsinterviews voor geschreven media, radio en televisie. Na afloop van een raadsvergadering of debat vraagt de pers u naar uw reactie. Of u wordt op een ander moment door een journalist gebeld. Vaak heeft de journalist de kern van het nieuwsbericht al bepaald. Bijvoorbeeld: ‘Het theater blijft 5 jaar langer open’ of ‘Gemeenteraad kiest voor nieuwbouw in plaats van groen’. U wordt als raadslid of wethouder gevraagd naar dit nieuwsfeit. Bepaal dan uw standpunt en formuleer dit zo krachtig mogelijk.

### **Journalisten willen u ‘knippen’**

Voor alle nieuwsinterviews geldt, dat journalisten graag willen knippen in uw teksten. De term knippen komt uit de wereld van radio- en televisie (RTV). De gesprekken die radio- en televisiejournalisten opnemen, zenden ze zelden integraal uit. De journalist gebruikt soms maar twintig seconden uit een gesprek van vijf minuten. Geef de journalist beknopte quotes met een begin en een eind. Zorg dat antwoorden over één onderwerp gaan en vermijd onnodige informatie.

### **Mag ik u quotes?**

Uw politieke boodschap komt het beste over als u de journalist bruikbare quotes geeft. Een quote in een geschreven nieuwsbericht is meestal niet veel langer dan tien tot twintig woorden. Maak uw antwoorden dus niet te lang en geef de journalist na uw antwoord tijd om het op te schrijven. Radio- en televisie-interviews zijn meestal kort en de journalist heeft maar één of twee korte quotes nodig van vijftien tot twintig seconden. Maak ook hier uw antwoorden niet te lang en wees na een antwoord bewust even stil. Hiermee zet u actief een punt aan het eind van een antwoord. De stilte die u laat vallen, gebruikt de journalist om te knippen.

### **Antwoord geven op vragen – of niet?**

Een interview is eigenlijk geen gesprek met een journalist maar een presentatie van uw politieke standpunten. De journalist is de schakel tussen u en de burger. Een interview bestaat uit vragen van de journalist en antwoorden van de politicus. Maar sluit elk antwoord aan op de gestelde vraag? De journalist hoopt van wel, maar weet dat dit niet altijd zo is. Sommige vragen wilt u als politicus liever niet beantwoorden en, belangrijker nog, u wilt uw eigen verhaal kwijt. Dat vertelt u dus ook, in duidelijke antwoorden. De journalist gebruikt uw antwoorden als quotes en daarmee vertelt u uw verhaal aan uw achterban.

## Verwerk de vraag in uw antwoord

Zorg ervoor dat de vraag van de journalist zit opgesloten in uw antwoord. Want uw antwoord moet zelfstandig te lezen of te beluisteren zijn, dus zonder de vraag van de journalist.

### VOORBEELD

#### **Vraag: Wat vindt u van de nieuwe vuilverbrander in de gemeente?**

**Antwoord A:** “Die moet er komen. Hij is zeer schoon ten opzichte van de oude en draagt dus bij aan het behalen van de CO<sub>2</sub> doelstellingen die we gesteld hebben.”

**Antwoord B:** “De nieuwe vuilverbrander is veel schoner dan de oude en dus moet hij er komen. Daarnaast kunnen de CO<sub>2</sub> doelstellingen, die wij ons als gemeente hebben gesteld, worden behaald door de vuilverbrander te vervangen.”

In antwoord B herhaalt de geïnterviewde het begrip ‘nieuwe vuilverbrander’ en spreekt hij niet over ‘wij’ maar over ‘de gemeente’. Door op deze manier te antwoorden, kan de journalist de quote zonder extra uitleg gebruiken.

#### **Omgaan met negatieve vragen**

Goed nieuws is geen nieuws, dat leest u ook in hoofdstuk 5. Journalisten vragen altijd naar beleid dat niet werkt of zaken die afwijken van wat gewoon is.

Als politicus zult u een scherpe vraag snel interpreteren als een negatieve vraag. Dit is begrijpelijk, maar ga in het interview niet mee in dit negativisme. U wilt de burger een positief verhaal vertellen over uw werk en het gevoerde beleid van de gemeente. Als raadslid van de oppositie denkt u wellicht negatief over het beleid, maar positief over uw eigen oplossingen. Probeer scherpe en negatieve vragen te zien als een kans om uw positieve antwoord te geven.

Hoe groter het contrast tussen vraag en antwoord, hoe spannender het gesprek. Spannende gesprekken zijn leuker om naar te luisteren én nieuwswaardiger. U heeft dus baat bij een journalist die het u lastig maakt, want met zijn scherpe vraag kan uw antwoord schitteren.



## INTERVIEW

### Beatrijs Lubbers

Raadsgriffier, gemeente Gouda

“Uitspraken in de krant hebben impact op de eigen achterban maar ook op de samenwerking met andere politieke partijen. Raadsleden moeten zich hiervan bewust zijn. Als raadslid ben je ambassadeur van de stad. Politieke uitspraken doe je dus ook als ambassadeur van de hele stad. De griffie is beschikbaar om de raadsleden over media-optredens te adviseren en te coachen, maar slechts als betrokken buitenstaander. Mijn advies: praat met de afdeling communicatie en volg mediatrainingen als dit nodig is. Laat je niet te snel verleiden op iedere vraag van de pers antwoord te geven; houd zelf de regie.”





### 3. INTERVIEWS VOOR RADIO EN TELEVISIE

**Bij interviews voor radio en televisie worden uw antwoorden letterlijk geregistreerd. Hakkelende zinnen bijvoorbeeld hebben direct invloed op uw overtuigingskracht.**

#### Verzorg uw stem

Als politicus is uw stem een belangrijk instrument. U praat al uw hele leven, maar u heeft er waarschijnlijk nooit over nagedacht hoe u dat eigenlijk doet. Gebruikt u uw stem wel goed? Bent u wel eens hees? Heeft u last van hoofdpijn na lang praten? Op de radio heeft de klank van uw stem grote invloed op uw overtuigingskracht. Het is bijvoorbeeld niet prettig om te luisteren naar hoorbare ademhalingen en monotoon uitgesproken zinnen. Probeer daarom rustig te spreken en intonatie in uw stem te leggen.

#### Let op uw presentatie

RTV-interviews leggen uw presentatiekwaliteit bloot. Let dus op de basisregels van presenteren:

- Spreek niet te snel;
- Articuleer duidelijk en spreek met voldoende intonatie;
- Sta op twee benen zonder te wiebelen of zit rechtop met uw borst naar voren;
- Gebruik uw handen rustig om uw tekst te ondersteunen. Houd uw handen dus niet in de zakken of op de rug;
- Breng structuur aan in uw standpunten en argumenten. Bijvoorbeeld: ten eerste, ten tweede, et cetera;
- Kijk naar de interviewer en niet in de camera.

## **Kom naar de studio**

Probeer zoveel mogelijk interviews in de studio te geven in plaats van per telefoon. Omwille van de tijd bent u snel geneigd om radio-interviews telefonisch te geven. Maar de geluidskwaliteit is daarbij vaak slecht en dat doet af aan uw overtuigingskracht. Bovendien: als u naar de studio komt, zal de journalist vaak meer tijd vrijmaken voor het gesprek met u.

Televisie-interviews worden maar zelden telefonisch afgenomen. De cameraploeg komt meestal naar u toe. Denk mee met de cameraman over mooie plekken voor de opname. Journalisten willen niet alleen een nieuwswaardig verhaal maar ook een mooi plaatje voor op de televisie. Ga dus niet in een rommelig kantoor staan, maar gebruik het stadhuis met omliggend groen als decor. Of beter nog: laat u interviewen op de locatie waar het om gaat. Hiermee onderstreept u uw betrokkenheid bij het onderwerp.

## **Een beeld zegt meer dan duizend woorden**

De impact van televisie op de meningsvorming van burgers is enorm. Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Uw houding, kleding en gezichtsuitdrukking bepalen uw geloofwaardigheid. Iedereen herinnert zich de verslagen houding van Ad Melkert bij het lijsttrekkersdebat na de gemeenteraadsverkiezingen van 2002. Zorg ervoor dat u er verzorgd uitziet en u zich goed presenteert. Maar blijf uzelf.

Als u nooit een stropdas draagt, moet u dat op televisie zeker niet doen. De camera vergroot alles en laat dus zeker zien dat u zich ongemakkelijk voelt met een stropdas om.

### Laat u niet overvallen

Zowel radio- als televisiejournalisten willen nog wel eens de overvaltruc gebruiken. Bijvoorbeeld direct na een raadsvergadering in de vergaderzaal. Dan benaderen ze u met draaiende camera en stellen direct de eerste vraag. Ga hier niet in mee. Vraag vriendelijk waar het gesprek over gaat en voor welk medium het is. Dan kunt u rustig zeggen dat u graag meewerkt, maar dat u dan samen even een goede plek (in de zaal) zoekt voor het gesprek. Dit geeft u ook tijd om in gedachten uw boodschap te formuleren en uw kleding te verzorgen.

### Lach

Geen enkele televisiekijker of radioluisteraar houdt van chagrijnige mensen. Presenteer uzelf dus met een glimlach. Geen bulderlach, maar wel een positieve gezichtsuitdrukking. Als de inhoud van het gesprek zwaar en lastig is, dan kunt u gewoon neutraal kijken. Maar probeer te voorkomen dat u naast de zware inhoud ook nog eens heel zwaar kijkt. Dit doet af aan de kwaliteit van het interview. Wees u ervan bewust dat ook bij radiogesprekken uw glimlach te horen is.



## 4. UW EIGEN BOODSCHAP OVERBRENGEN

Het hart van elk mediaoptreden is de boodschap van de politicus. Ook bij de vluchtige lezer of ongeconcentreerde radioluisteraar moet één ding blijven hangen: de kern van uw verhaal.

### De kernboodschap

Een kernboodschap is te vatten in een zin van 10 tot 25 woorden. Hierin staat uw standpunt over een onderwerp en eventueel één ondersteunend argument. In de kernboodschap verwoordt u het belangrijkste antwoord dat u wilt geven op de vragen van de journalist.

### VOORBEELD

GroenLinks staat geen megastallen meer toe in de gemeente.

De stallen zijn een gevaar voor de volksgezondheid.

**Of:** Zolang ik namens de VVD in het college zit, gaat de OZB geen cent omhoog.

Uw kernboodschap kan per mediaoptreden anders zijn, maar al uw kernboodschappen bij elkaar liggen natuurlijk in een duidelijke politieke lijn. U bereidt de kernboodschap voor terwijl u de vragen nog niet kent. Wel kent u het onderwerp van het interview en op basis van uw dossierkennis weet u dat er bepaalde vragen te verwachten zijn.

## Schrijf de kernboodschap op

Het is aan te raden deze kernboodschap op te schrijven. Dat helpt u om in de spanning van het interview uw belangrijkste boodschap niet uit het oog te verliezen. Als raadslid of wethouder heeft u veel meer kennis over een onderwerp dan u kunt vertellen in een nieuws-interview. Probeer te voorkomen dat de antwoorden inhoudelijk te breed worden. Dit doet af aan uw overtuigingskracht.



### INTERVIEW

**Jelle Hekman**

Wethouder PvdA, gemeente Amersfoort (2006-2010)

“Als wethouder heb ik elk interview altijd goed voorbereid. Het belangrijkste is het formuleren van je eigen kernboodschap. Dit zijn maximaal vijf regels. Ongeacht de vraagstelling van de journalist, breng je de kernboodschap in het interview of de persconferentie naar voren. Probeer de kernboodschap ook te herhalen. Elke journalist pikt hiermee jouw belangrijkste boodschap op. Mijn tweede tip is: maak gebruik van beeldspraak. Als wethouder financiën sprak ik over: ‘Niet zeven, maar twaalf magere jaren liggen voor ons’. Dit beeld werd gebruikt in alle kranten.”

### De eerste vraag

Probeer uw kernboodschap direct in uw eerste antwoord te geven. Soms wijkt de vraag teveel af van uw kernboodschap om dit te kunnen doen. Wacht dan rustig op de tweede vraag, maar kom dan wel met uw kernboodschap. Nieuwsinterviews zijn hiërarchisch. De belangrijkste vragen en antwoorden komen dus aan het begin van het interview. Spreek daarom zo snel mogelijk uw kernboodschap uit. In de volgende vragen onderbouwt u de kernboodschap met argumenten en voorbeelden. Eventueel herhaalt u de kernboodschap (in iets andere woorden) zodat deze zeker beklijft.

### Standpunten en argumenten

Maak in uw kernboodschap (en eigenlijk in elk antwoord) onderscheid tussen standpunten en argumenten. Een standpunt vertolkt uw mening, een argument zegt waarom u deze mening heeft.

## VOORBEELD

“Ik vind dat de gemeente moet fuseren met de buurgemeente (standpunt), omdat de kosten van het ambtelijk apparaat hierdoor 10% lager zullen zijn (argument).”

Meestal zijn er meer argumenten die uw standpunt ondersteunen. Probeer in dit geval niet alle argumenten in de kernboodschap te stoppen. Kies één belangrijk argument dat u aan het standpunt toevoegt in de kernboodschap. De andere argumenten kunt u presenteren in de rest van het interview.

### **Gebruik voorbeelden**

Voorbeelden zijn begrijpelijk voor burgers en kunnen uw kernboodschap verduidelijken. Let er wel op dat u een goed voorbeeld geeft, want de kans is groot dat de journalist het zal natrekken. Benoem tijdens het hele interview dat het gaat om een voorbeeld, want de journalist kan ervoor kiezen om het voorbeeld te knippen. Dan kan dit inzet worden van een politieke strijd en aveerchts voor u uitpakken.

## **VOORBEELD**

**Sommige voorbeelden zijn te gevoelig om te gebruiken.**

**Quote uit een interview met wethouder Jansen:**

*“Ik denk dat het verstandig is om te onderzoeken waar een extra kerncentrale in Nederland gebouwd kan worden. Hierbij denk ik aan dunbevolkte gebieden zoals bijvoorbeeld Oost-Groningen.”*

**Nieuwskop:**

**Jansen overweegt kerncentrale in Oost-Groningen**

**Of: Oldambt bedreigd door kerncentrale**







## 5. HOE MAAKT U NIEUWS?

**U wilt in de krant komen of op de radio, maar dit lukt niet. U stuurt persberichten maar die worden nauwelijks overgenomen door de media. Hoe komt dit toch?**

### Begrijpen wat nieuws is

Journalisten laten zich leiden door nieuws. Alleen politieke onderwerpen die nieuwswaardig zijn, komen in de krant. Om nieuws te maken, is het dus zaak om de criteria van de journalist te begrijpen.

Nieuws is:

1. een opmerkelijke gebeurtenis in de tijd (actualiteit)
2. een conflict
3. een onthulling
4. iets afwijkends
5. expertise & opinie.

Toch zijn de keuzes van de journalist zelfs met de nieuwscriteria in de hand nog niet helemaal te doorgronden.

### Goed nieuws is geen nieuws

Journalisten kijken naar datgene wat afwijkt. Het feit dat het college van B en W blijft zitten, is minder opmerkelijk dan dat het college van B en W wordt weggestuurd. Er zijn natuurlijk uitzonderingen, maar in de regel geldt: goed nieuws is geen nieuws.

### **Nieuws is subjectief**

Een gebeurtenis, bijvoorbeeld een overval op een geldauto, kan voor de lokale krant voorpaginanieuws zijn. De regionale krant schrijft er een klein berichtje over op pagina 3 en de landelijke kranten schrijven alleen over de overval als deze in een grotere landelijke trend past. De interpretatie van de gebeurtenis is dus per definitie subjectief. Ook de identiteit van een krant of omroep heeft veel invloed op de nieuwskeuzes. *Het Financieële Dagblad* bericht logischerwijs meer over de beurs dan dagblad *Trouw*.

### **Waan van de dag**

In verkiezingstijd zijn uitspraken van partijleiders en lijsttrekkers nieuwswaardiger dan buiten de verkiezingstijd. Nieuws wordt ook bepaald door de waan van dag. Na een vrijdelde bomaanslag op een vliegtuig is elk incident op Schiphol, hoe klein ook, groot nieuws. Ander nieuws, misschien wel dat van u, komt hierdoor in de verdrukking. Na een aantal weken ebt een mediahype weer weg.

### **Nieuws staat dicht bij mensen**

Nieuws is nieuws als het mensen persoonlijk raakt of emoties losmaakt. Of het nu gaat over files, bezuinigingen, een hongersnood of geweld. Nieuws gaat ook vaak over mensen, de zogenoemde 'human interest' verhalen:

interviews en portretten. De journalist zoekt daarbij de mens op achter het nieuws en schrijft een verhaal waarin de lezer zich kan herkennen.

### **Hoe maakt u zelf nieuws?**

Met het sturen van een persbericht kunt u zelf nieuws maken. Bijvoorbeeld: ‘De PvdA ziet af van de aanleg van de rondweg’. Maar de kans dat uw persbericht wordt overgenomen door de media is niet groot. Help de journalisten dus een handje. Het persbericht moet aansluiten op de actualiteit, over één onderwerp gaan en het liefst dicht bij mensen staan. Let dus bij het opstellen van een persbericht op de eerdergenoemde nieuwscriteria. Als de rondweg uit het voorbeeld onderwerp is van een actuele politieke discussie, dan is de zienswijze van de PvdA als collegepartij zeer relevant. En dus is het nieuws.

Pas op dat u niet strooit met persberichten, maar probeer gericht te schieten met specifiek nieuws van uw fractie. Nieuws heeft u dus niet wekelijks, maar eerder maandelijks. Weet wanneer de deadlines zijn van de geschreven media zodat u het bericht op het goede moment kunt versturen.



## INTERVIEW

**Louis Bakker**

Raadslid GroenLinks, gemeente Tytsjerksteradiel

“Als politieke partij willen wij niet alleen kritisch, maar ook positief in het nieuws komen. Hiervoor organiseren we activiteiten, bijvoorbeeld een fietstocht of fair trade modeshow. Hiermee bereiken we een nieuwe doelgroep en de pers schrijft er positief over. Het is wel belangrijk dat de activiteit en het verhaal authentiek zijn. We hebben goede relaties met journalisten van regionale kranten. Als we nieuws hebben, bellen we even. Andersom worden wij gebeld voor reacties op het nieuws. Het contact met de pers moet je wel doseren, te vaak bellen is niet goed voor de relatie. Onderhoud van persrelaties is elkaar van dienst zijn.”







## 6. KEN HET MEDIALANDSCHAP

**Welke burger leest, kijkt of luistert naar welk medium?  
Zorg dat u het medialandschap in uw gemeente kent.**

### Huis-aan-huisbladen

In veel gemeenten zijn huis-aan-huisbladen het belangrijkste journalistieke medium. Ze hebben een grote oplage, bereiken veel burgers en worden goed gelezen. In Rotterdam neemt de concurrentie tussen de bladen zelfs toe. Lokale politieke gebeurtenissen zijn voor huis-aan-huisbladen het belangrijkste nieuws. Maar deze bladen hebben weinig budget en maken niet per definitie kritische journalistiek. U kunt hier eenvoudig uw letterlijke boodschap insteken door een goed geschreven nieuwsbericht op te sturen met een bijpassende, rechtenvrije foto.

### Regionale kranten

De impact van een boodschap in de regionale krant is veel groter dan in de huis-aan-huisbladen. Dit komt door de sterke status van de krant. De regionale journalistiek heeft het zwaar in Nederland. Veel lokale redacties van regionale kranten zijn omgevallen. Als uw regionale krant nog schrijft over de lokale politiek, is het een sterk medium voor u. De regionale kranten zullen zelden letterlijk uw persbericht overnemen, maar u mag van hen verwachten dat zij u kritisch bevragen en een kader bieden bij het nieuws.

## Radio en TV

Nederland heeft zo'n 350 lokale RTV-stations.

De kwaliteitsverschillen zijn enorm. Regionale radio- en televisiezenders worden, zeker buiten de Randstad, goed bekeken en beluisterd. Sla een uitnodiging van de regionale RTV dus niet af. Een beeld zegt meer dan duizend woorden, daarom biedt een trip naar de studio een uitgelezen kans om uw verhaal te vertellen aan de inwoners van uw gemeente.

## Nieuwssites

Elke gemeente heeft lokale nieuwssites. Vaak zijn het hobbyisten die deze sites onderhouden, maar de invloed van de sites wordt wel steeds groter. Zorg dat u de nieuwssites bijhoudt en stuur uw persberichten ook naar deze vrijwillige redacteuren toe.

De website van de gemeente is voor veel politici belangrijk en wordt gebruikt voor gemeentelijk nieuws. Helaas zijn er niet zo veel inwoners die actief de gemeentelijke website volgen. Dat geldt ook voor de site van uw partij of fractie. Voor uw politieke nieuwsbericht zijn deze websites geen belangrijke media. Journalisten gebruiken websites van gemeenten en partijen vooral als naslagwerk. Voor hen is het handig als alle persberichten van het afgelopen jaar er wel opstaan, evenals de contactgegevens van u en uw collega's.



## INTERVIEW

### Han de Jager

Wethouder CDA, gemeente Boskoop (2002-2010)

“In Boskoop is de pers actief betrokken bij inspraakavonden. Er zijn veel grote ingrijpende projecten in de gemeente. Burgers hebben hierin veel inspraak, maar niet met valse verwachtingen. Als wethouder schets ik de dilemma's waarmee ik te maken heb en ben ik zo duidelijk mogelijk over kaders. Hierdoor oordelen burgers genuanceerd en denken zij mee in de beleidskeuzes. Als gevolg hiervan schrijft de pers niet met vette koppen, maar met nuance en krijgt de inhoud meer ruimte. Om de 6 weken heeft het college van B en W een persgesprek. De journalisten mogen dan alles vragen. Dit voorkomt artikelen in de krant die zonder de juiste informatie geschreven zijn.”



## 7. 'SOCIAL MEDIA'

**Twitter, Hyves en Facebook. Het zijn de belangrijkste voorbeelden van social media. Media waarbij raadsleden en wethouders niet alleen zenden, maar ook ontvangen. Dat biedt grote mogelijkheden. Via social media communiceert u als raadslid of wethouder zonder tussenkomst van de journalist met de burger.**

### Uw online netwerk vergroten

Uw profiel op Hyves, Facebook of Twitter is meer dan een website met uw foto en uw hobby's. Uw profiel staat in contact met andere profielen, andere mensen die u als 'vriend' hebben toegevoegd.

Social media bieden u de kans om uw netwerk te vergroten en binnen dit netwerk uw boodschap te vertellen. Hoe groter uw netwerk, hoe groter uw bereik. Omdat uw vrienden kunnen reageren, is het medium ook een discussieplatform. Via social media is uw contact met de inwoner en kiezer dus veel directer. Maar let op, u kunt niet alleen en uitsluitend in aanloop naar de verkiezingen Hyven. Succesvol zijn op internet vereist een lange adem en een zeker plezier in het medium.

### Direct contact

Via social media staat u in direct contact met inwoners. Twitter is hierin nog directer dan bijvoorbeeld Hyves. Het principe van Twitter is dat mensen die elkaar volgen elke dag lezen wat iemand doet of denkt.

Webpoliticus van het jaar 2010, raadslid Jeroen Fritz (PvdA) uit Haarlem is zeer actief op Twitter. “Je moet het leuk vinden en er energie in steken”, zegt hij. “Niets is zo dodelijk als een weblog die al drie maanden niet is bijgehouden.” Maar Twitter heeft ook beperkingen: Veel burgers en maatschappelijke partijen gebruiken tenslotte geen Twitter. “Je moet niet de illusie hebben dat je via Twitter van alles op de hoogte kunt blijven.”

Ook Femke Halsema (fractievoorzitter GroenLinks 2010) is een goed voorbeeld van een actieve twitteraar. Zij heeft meer dan 40.000 volgers (april 2010) waarmee ze ook in gesprek is. Social media zijn een sterk middel om direct contact te leggen met burgers, maar het vereist wel dat een politicus actief is en actief blijft.

### **Journalisten twitteren ook**

Niet alleen politici maken gebruik van social media zoals Twitter. Journalisten doen dat ook. Sterker nog, Twitter is populair onder journalisten. Als raadslid of wethouder kunt u nieuws maken als u weet dat de lokale journalist u volgt op Twitter. U plaatst een nieuwswaardig bericht en als de journalist het oppikt, belt hij u. Dan kunt u via een interview uw nieuws verder insteken. Via Twitter stuurt u dan dus eigenlijk een minipersbericht.



## INTERVIEW

**Jeroen de Jong**

Fractievoorzitter CDA, gemeente Harderwijk

“Onze fractie beïnvloedt het raadsdebat via de media. In de voorbereiding van het debat proberen we in de fractievergadering de krantenkop al te bepalen. Dan sturen we een persbericht met het fractiestandpunt naar de krant. Als de krant dit overneemt, gaat het raadsdebat van een dag later vooral over ons standpunt. De andere partijen reageren op onze inbreng, en we staan in de krant natuurlijk. Als fractievoorzitter ben ik actief op Twitter. Journalisten twitteren ook en zij volgen mij. Ik schrijf korte tweets als ik ergens ben waar nieuws ontstaat. Door ze nieuwsgierig te maken, gaan journalisten vanzelf bellen.”

# MEDIATIPS voor raadsleden en wethouders

## 1. De kernboodschap

Verwerk uw (politieke) standpunt in een duidelijke kernboodschap en schrijf deze op. Zet deze kernboodschap centraal in uw antwoorden aan de journalist.

## 2. Geef bruikbare quotes

Een goede quote komt sneller in het nieuws dan een lang betoog. Denk hieraan in de voorbereiding van het interview.

## 3. Let op uw presentatie

Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Zorg dus dat u goed verzorgd voor de camera staat. Sta op twee benen en houd de handen uit de zakken, ook voor het radio-interview.

## 4. Kort en krachtig

Nieuwsitems op radio en TV zijn kort. Pas uw antwoorden hierop aan. Spreek kort en krachtig, en in eenvoudige begrijpelijke taal.

## 5. Gebruik voorbeelden

Onderbouw uw politieke standpunt met argumenten en voorbeelden. Journalisten nemen voorbeelden snel over omdat hiermee het interview begrijpelijker en leuker wordt.



## **6. Interview de interviewer**

Laat u niet overvallen door een journalist. Vraag eerst voor welk medium hij werkt, waarom hij dit interview met u wil houden en welke vragen hij gaat stellen.

## **7. Houd rekening met deadlines**

In de media zijn deadlines heilig. Het weekblad van woensdag wordt op dinsdag gedrukt en dus op maandag gemaakt. Stuur uw persbericht dus op tijd.

## **8. Werk aan een goede relatie**

Bevriende journalisten zijn belangrijk in uw politieke carrière. Investeer dus actief in de relatie met journalisten.

## **9. Stuur alleen nieuwswaardige persberichten**

Veel politieke dossiers zijn niet nieuwswaardig. Let hierop bij het versturen van persberichten en beperk uzelf in het aantal persberichten dat u stuurt.

## **10. Gebruik 'social media'**

Via Twitter, Facebook en Hyves staat u in direct contact met de kiezer. Journalisten volgen deze media ook. Gebruik deze media, maar doe het alleen als het bij u past en u het leuk vindt.



# COLOFON

Tekst en copyright: Maarten Bouwhuis

Tekstredactie: Marieke Mittelmeijer

Met dank aan: Louis Bakker, Jeroen Fritz, Anna-Lena

Hedin-Penninx, Alexandra Huizer, Jelle Hekman,

Han de Jager, Jeroen de Jong, Beatrijs Lubbers,

Donatello Piras, Roel van Velzen

Eindredactie: Projectteam Actieprogramma Lokaal Bestuur

Fotografie: George Doyle, Digital Vision,

Jack Hollingsworth

Ontwerp en lay-out: Ontwerpwerk

## **Maarten Bouwhuis**

Debatspecialist, presentator en journalist Maarten Bouwhuis (1978) schreef *Mag ik u quoten?* op basis van zijn ervaring met de lokale politiek. In meer dan vijftig gemeenten begeleidde Maarten raadsleden en wethouders in mediatechnieken en debatvaardigheden.

Als journalist en presentator leidt hij veelvuldig politieke debatten.

Maarten Bouwhuis is als freelancer verbonden aan BNR Nieuwsradio.

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



Ministerie van Binnenlandse Zaken en  
Koninkrijksrelaties

**Actieprogramma Lokaal Bestuur**  
**P/a Vereniging van Nederlandse Gemeenten**  
**Postbus 30435**  
**2500 GK DEN HAAG**  
**T 070 373 8020**  
**E [actieprogramma@vng.nl](mailto:actieprogramma@vng.nl)**

**[WWW.ACTIEPROGRAMMA.NL](http://WWW.ACTIEPROGRAMMA.NL)**