

Beleid mediacontacten & woordvoering

Publiciteit in vak- of massamedia heeft veel invloed op de beeldvorming van de organisatie en de medisch specialisten. Woordvoering speelt een belangrijke rol. Het mediabeleid van de NVvH streeft naar een gewenst herkenbaar profiel, adequate free publicity en weergave van juiste feiten. Het is gebaseerd op het zowel gevraagd als ongevraagd, efficiënt verstrekken van informatie aan journalisten over alle relevante onderwerpen binnen het werkveld van de NVvH.

De afspraken in dit document zorgen voor een eenduidige en gecoördineerde wijze van omgang met vertegenwoordigers van de media (lees journalisten, lees pers). Hieronder wordt verstaan redacteuren van dag-, week- en maand- en vakbladen, internet nieuwssites, radio- en televisieprogramma's. Hoe goed deze afspraken ook zijn, hoe nauwgezet ze ook worden nageleefd, ze bieden helaas geen garantie. Wel kunnen ze de kans op gewenste (positieve) publiciteit vergroten en de kans op schadelijke publiciteit verkleinen. Het is daarom van belang dat alle betrokkenen van de NVvH zich aan deze afspraken houden.

Uitgangspunten Mediabeleid NVvH

1. Alle perscontacten verlopen via de directeur die optreedt als persvoorlichter. directeur stemt altijd af met de voorzitter NVvH.
2. Voor inhoudelijke reacties leunt de directeur (bestuurs)leden, subverenigingen en ter zake kundige medewerkers.
3. Wanneer een journalist vraagt om een interview of een reactie/quote van bestuurder, dan zijn de bestuursleden de woordvoerders.
4. De NVvH verstuurt persberichten over nieuwswaardige onderwerpen.
5. De kernboodschap wordt in ieder interview uitgedragen.
6. Anticiperen op vragen
7. Tijdens ieder perscontact wordt gevraagd om de publicatie in te zien en op feitelijke onjuistheden te kunnen corrigeren.
8. Bij verkeerde weergave of nalatigheid van de journalist wordt bezien of actie wenselijk is.
9. De NVvH hanteert een pro-actieve persbenadering. De NVvH begeeft zich qua mediacontacten in principe op twee terreinen, namelijk kwaliteit van chirurgische zorg en belangenbehartiging van de chirurg (als beroepsgroep).
10. De NVvH onderschrijft artikel 7 in de Nederlandse grondwet over persvrijheid.

Ad. 1 Verloop perscontacten



Wanneer een journalist contact opneemt met een lid, bestuurslid (van NVvH of subvereniging) of medewerker van de NVvH, wordt dit altijd doorspeeld naar de directeur, ook al wordt naar een specifiek (bestuurs)lid of medewerker gevraagd. De directeur is het centrale punt. De directeur stemt altijd af met de voorzitter over perscontacten.

Deze werkwijze vormt een soort buffer. Een bestuurder, lid of beleidadviseur kan immers moeilijk een antwoord schuldig blijven of iets navragen. Dat is voor de directeur vanuit zijn rol als persvoorlichter heel legitiem waardoor tijd kan worden gewonnen en eventueel gezamenlijk een standpunt kan worden geformuleerd. Als bestuurders, leden of medewerkers toch persoonlijk contact hebben gehad met de pers (bijvoorbeeld in de wandelgangen van een congres), melden ze dit bij de

directeur. Deze werkwijze betekent niet dat de directeur zelf alle persvragen afhandelt. De inhoudelijke input komt van (bestuurs)leden en medewerkers. De bestuursleden zijn m.n. de woordvoerders (zie punt 4 en 5).

Ad. 2 Inhoud met (sub)bestuur afstemmen

Inhoudelijk chirurgische kwesties en beroepsbelangen van de chirurg handelt de NVvH in principe zelf af. De reactie wordt daar waar relevant afgestemd met het bestuur van de betreffende subvereniging. Persberichten en/of inhoudelijke reacties worden vanuit de NVvH verstuurd en op de site geplaatst. Subverenigingen gebruiken voor hun eigen website of nieuwsbrief dezelfde inhoudelijke reactie.

Voor vragen over andere onderwerpen dan chirurgische wordt verwezen naar belendende organisaties. Dit is bijvoorbeeld de KNMG als het gaat over ethische kwesties, artsenopleidingen, tuchtrecht, etc.

Heeft een persvraag betrekking hebbend op meerdere specialismen, kan de directeur de OMS vragen de regie van de perswoordvoering te voeren. De OMS ondersteunt wetenschappelijke verenigingen onder meer bij het voorbereiden van (gezamenlijke) reacties op rapporten van de IGZ, NIVEL, etc. De OMS kan ondersteunen bij het schrijven van persberichten waarbij de NVvH de inhoudelijk chirurgische inhoud en visie inbrengt. N.B. Vaak zijn er afspraken over de voorinformatie rond een bepaald rapport. Snelle actie en goede afstemming met alle betrokkenen zijn altijd vereist.

Ad. 3 Wordvoering door bestuurders

Journalisten vragen regelmatig om een interview met een bestuurder of om een korte reactie op radio of televisie. In ieder mediaplan zal daarom aandacht zijn voor woordvoering. Hierbij hanteert het NVvH bureau het basisprincipe: de bestuurders zijn de personificatie van de NVvH.

Zij dienen dus opgelijnd te worden. Worden we overvallen met een dergelijke vraag, dan geldt de algemene regel dat de voorzitter de woordvoering doet.

De voorzitter wordt hierbij eventueel terzijde gestaan door een ander betrokken bestuurslid, bijvoorbeeld bij de voorbereiding of als secondant in het interview.

Afhankelijk van het onderwerp kan iemand van het bureau bij een interview of de opname aanwezig zijn.

Twee tot vier keer per jaar krijgen de woordvoerders een mediatraining. Zowel voor Kwaliteit, als voor Beroepsbelangen zijn er bij voorkeur twee vaste woordvoerders.

Ad. 4 Persberichten

Het persbericht is de meest gehanteerde middel om nieuws bekend te maken.

Journalisten worden echter min of meer bedolven onder persberichten; ze raken er immuun voor. Met andere woorden, door te hooi en te gras een persbericht te sturen kan de waarde van een organisatie devalueren. Het is dus goed om af te wegen of een persbericht een geëigend middel is. De route voor publicaties vormt niet alleen voor het samenstellen van een persbericht een goed houvast. Ook helpt de route, eventueel in combinatie met het mediaplan, bij het maken van de afweging of er een algemeen persbericht moet komen. Wellicht is een meer specifiekere benadering gewenst.

Als besloten is dat er inderdaad een persbericht verstuurd wordt, dan zullen reacties of standpunten namens de NVvH toegeschreven worden aan een persoon, bij voorkeur een bestuurslid. In het persbericht zal bijvoorbeeld komen '....., zo stelt Rob Tollenaar, hoogleraar oncologie en voorzitter van de NVvH'. Op deze manier zijn we geen afstandelijke, abstracte organisatie maar heeft de NVvH ook via dit communicatiemiddel een gezicht.

Afhankelijk van het nieuwsitem kan naast een persbericht gekozen worden voor een persconferentie, een persbriefing of een persinterview. Deze vormen komen echter nauwelijks voor en verdienen zorgvuldige aandacht in het mediaplan.

Indien niet wordt gekozen voor een persbericht is een inhoudelijke reactie (op de website van NVvH en subverenigen) n.a.v. een persbericht van een ander ook mogelijk. Direct na verzending van het persbericht en/of inhoudelijke reactie ontvangt het AB per mail een afschrift.

Ad. 5 Kernboodschap

In elke uiting van de NVvH, mediaoptreden, spreekbeurt etc. moet de 'kwaliteitskaart' worden gespeeld. Niets is belangrijker voor de patient dan goede kwaliteit krijgen. Het is ook de natuurlijke rol van de chirurg om zijn patienten dit te geven. Hier laten chirurgen zich op voorstaan.

De kernboodschap van de NVvH bestaat uit 2 delen. Deel 1 wordt altijd uitgedragen, ongeacht het onderwerp. Afhankelijk van het onderwerp kan deel 2 daarmee worden verbonden als een logisch gevolg op deel 1.

Ad. 6 Anticiperen op vragen

De stelregel is dat de NVvH zoveel mogelijk anticipeert op persvragen. Dit gebeurt door over relevante issues Q&A's op de stellen in samenwerking met de communicatiedeskundige, bestuursleden (NVvH en subverenigen) en ter zake kundige medewerkers (ook altijd onderdeel van het mediaplan). De Q&A's hebben in principe een intern gerichte functie. Ze zijn bedoeld om consensus te bereiken over standpunten en het naar voren schuiven van de juiste feiten, voorbeelden en anekdotes. In sommige gevallen kunnen Q&A's openbaar gemaakt worden, maar dat kan alleen als voor die versie akkoord is gegeven door het betrokken bestuurslid.

Worden we overvallen met een vraag en is over een bepaald onderwerp geen Q&A of standpunt bekend, dan neemt de directeur contact op met de voorzitter en het betrokken bestuurslid om de handelwijze af te stemmen. De directeur brengt altijd verslag uit van het verloop van een perscontact.

Ad. 7 Inzage voor publicatie

Het is belangrijk om inzage voor publicatie af te spreken. Vaak geven journalisten hieraan gehoor wanneer het alleen gaat om het corrigeren van feitelijke onjuistheden. Regelmatig blijkt het uiteindelijk ook mogelijk om misinterpretatie of ongenueanceerde uitspraken bij te stellen.

Ad. 8 Actie achteraf

Bij het ondernemen van actie achteraf moet altijd zorgvuldig afgewogen worden of het middel het doel heiligt. Het is vaak een flinke tijdsinvestering en kan juist olie op het vuur zijn. Het is hoe dan ook belangrijke om goed de perceptie van het bericht te peilen voordat er stappen worden ondernomen. Wanneer er echter via cruciale nieuwskanalen onjuiste informatie wordt verspreid (bijvoorbeeld via ANP), dan is het altijd relevant om dit zo snel mogelijk gecorrigeerd te krijgen.

Ad. 9 Pro-actieve persbenadering

De NVvH probeert actief relevante onderwerpen of standpunten in de schijnwerpers te zetten. Het bestuur wordt hierbij zoveel mogelijk als 'spreekbuis' ingezet (zie ook punt 5 en 6) om 'het merk chirurg' een menselijk gezicht te geven en standpunten van de NVvH minder abstract te maken. Afhankelijk van het onderwerp kan de directeur in overleg met de communicatiedeskundige een mediaplan opstellen en uitwerken. In ieder mediaplan worden zaken geregeld als woordvoering, Q&A's, timing en middelen. Ook zullen de woordvoerders met bepaalde journalisten of redacties een relatie ontwikkelen. Waar mogelijk wordt dit gehonoreerd door hen een voorkeursbehandeling te geven in de vorm van een primeur, een uitgebreid interview, onder embargo, etc. Hierover worden te allen tijde heldere, schriftelijke afspraken gemaakt.

Ad. 10 Persvrijheid

De NVvH respecteert de eigen verantwoordelijkheid van de journalist, hecht belang aan een goed functionerende onafhankelijke pers en ondersteunt de vrije nieuwsgaring. Dit resulteert in een open grondhouding, ook als het gaat om negatief nieuws.

Overig

Bijlage 1 Kernboodschap

De chirurg is gedreven door kwaliteit en probeert voortdurend verder te verbeteren. Met als doel de patiënt de best mogelijke zorg te bieden. (deel 1)

Verbinden met:

Bij het leveren van de best mogelijke zorg hoort ook zo efficiënt mogelijk werken om de zorg betaalbaar en voor iedereen toegankelijk te houden. (deel 2)

Bijlage 2 tekst informatie voor de pers op de website

Contact met de persvoorlichter tijdens kantooruren

De Nederlandse Vereniging voor Heelkunde (NVvH) verstrekt graag informatie over de organisatie, de kwaliteit van chirurgische zorg en de belangen van de chirurgische beroepsgroep. U kunt daarvoor bij de directeur terecht. Ook kunt u bij haar terecht voor reacties op actuele kwesties die samenhangen met deze onderwerpen. Persberichten en reacties van de NVvH kunt u vinden in de nieuwsberichten op deze website.

Micky Cohen de Lara, directeur
(030) 28 23 327
m.cohendelara@nvvh.knmg.nl

Bijlage 3: Algemene mediatips

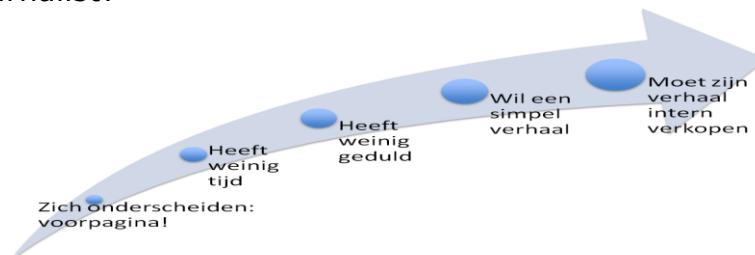
Wat willen de media?



Gezondheid scoort



Wat wil de journalist?



Dat betekent:



Algemene mediatips

Pak regie in het gesprek met de volgende 'bruggetjes'

- Zorg dat de boodschap die u kwijt wilt (zie kernboodschappen), in het interview aan bod komt
- Neem enkele seconden bedenktijd voordat u antwoord heeft op een (moeilijke) vraag van een journalist.
- Laat u niet verleiden tot het geven van teveel informatie.
- Luister goed naar de vragen en laat bij twijfel de vraag herhalen of anders formuleren (hoe bedoelt u?).
- Beantwoord geen vragen die eigenlijk voor een ander bestemd zijn.
- Gebruik een punt. Dan maakt u een punt.
- Lieg nooit. Maar vertel ook niets dat u eigenlijk niet kwijt wilt.
- Durf ook te zeggen: 'dat weet ik niet.' (Mag best, maar niet te vaak).
- Houd de tijd in de gaten. Voor een kort interview moet u kort formuleren.
- Laat men u reageren op andermans uitspraken, wees dan zeker dat u die uitspraken kent.
- Wees niet bang om nu en dan een stilte te laten vallen en probeer niet alles in een zin te zeggen.
- 'Off the record' bestaat niet!
- Laat u niet verleiden om een mening over zaken te geven, die niets te maken heeft met uw vak of bedrijf. Of over zaken die niet tot de competentie van de organisatie horen. Bemoeit u zich niet met de wijze waarop anderen hun vak uitoefenen, behalve wanneer dat direct gevolgen heeft voor uzelf.
- Wanneer een journalist meerdere vragen in één vraag stelt, pak dan die vraag eruit die u het best uitkomt.
- Zeg wat wel is, niet wat niet is.
- Bij een TV-interview kunt u altijd in beeld zijn, ook als een ander een vraag stelt of beantwoordt. Wees de hele tijd alert op uw non-verbaal gedrag!
- Gebruik kernboodschappen en schroom niet deze tijdens het gesprek te herhalen!

Handige technieken

Pak regie in het gesprek met de volgende 'bruggetjes'

- 'Waar gaat het hier om?'
- 'Laat ik u eerst vertellen waar het hier om gaat'
- 'Laat ik de situatie eerst even uitleggen'
- 'Eerst even dit:'
- 'Dat is één aspect'
- 'Volgens mij is de situatie toch anders'
- 'Ik hoor u dit zeggen, maar....'
- 'Mijn voorstel is het volgende:'
- 'Voor mij staat voorop....'
- 'De ervaring leert dat...'

Toon perspectief in het gesprek en ga naar je einddoel:

- 'Wij willen hiermee bereiken dat...'
- 'Om ervoor te zorgen dat...'
- 'Met als doel....'

Laat u van uw menselijke kant zien:

- Toon emotie, gebruik warme woorden, medeleven
- Verplaats u tijdens het gesprek in doelgroep, patiënt, de inwoners van uw regio, collega's
- Vertel gevraagd en ongevraagd over mooie of indrukwekkende momenten in uw artsenloopbaan