

Gewapende vrede

De invloed van gemeenten op de inhoud van lokale/regionale gedrukte media



Juni 2012

Scriptie HBO Journalistiek

Naam: Gert Klok

Studentnummer: 020492

Begeleider: Peter Blokhuis

gertenjannekeklok@hotmail.com

06-41217386

Inhoudsopgave

Voorwoord	6
1 Probleemstelling	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Doelstelling	7
1.3 Onderzoeksvraag	8
1.4 Afbakenen onderzoeksvraag	9
1.5 Uitleg verdere hoofdstukindeling	9
2 Overheidscommunicatie en de rol van de media	11
2.1 Opkomst overheidscommunicatie	11
2.2 Waarom communicatie	13
2.2.1 Verplichting	14
2.2.2 Noodzaak van communicatie	18
2.2.3 Ontwikkeling in communicatie	20
2.3 Persvoorlichting	21
2.3.1 Hoeveel zijn er eigenlijk?	21
2.3.2 Kerntaken persvoorlichter	25
2.3.3 Communicatiemiddelen persvoorlichter	26
2.3.4 Slag om het publieke vertrouwen	29
2.3.5 Informatief of persuasief?	31
2.4 Toekomstbeeld	33
2.4.1 Opkomst internet	33
2.4.2 Afname aantal bladen en (lokale) journalisten	33
2.4.3 Vertaalwerk is nodig	35
2.5 Conclusies	35
3 Aanbesteding gemeentelijke publicaties	37
3.1 Inleiding	37
3.2 Openbare aanbesteding	38
3.3 Eisen gemeentepagina/stadskrant	40
3.3.1 Niet-inhoudelijke eisen	41
3.3.2 Inhoudelijke eisen	42
3.3.2a Leiden	42

3.3.2b	Haarlemmermeer	43
3.3.2c	Katwijk.....	44
3.3.2d	Kaag en Braassem.....	45
3.4	Invloed op redactionele inhoud.....	45
3.4.1	Aleid Wolfsen versus Ons Utrecht.....	46
3.4.2	Columnist raakt column kwijt	46
3.4.3	Wethouder klapt uit de school	47
3.5	Invloed op medialandschap	47
3.5.1	Telegraaf Media Groep in Rotterdam	48
3.5.2	Verdwijnen lokale kranten in Duin- en Bollenstreek.....	49
3.6	Conclusies.....	50
4	Verhoudingen persvoorlichting-journalistiek.....	52
4.1	Inleiding.....	52
4.2	Medialandschap vier gemeenten.....	52
4.2.1	Leiden.....	52
4.2.2	Haarlemmermeer	53
4.2.3	Katwijk.....	53
4.2.4	Kaag en Braassem.....	54
4.3	Omgang gemeenten met lokale/regionale gedrukte media.....	55
4.3.1	Communicatiestrategie.....	55
4.3.2	Relatie met media	56
4.3.3	Invloed op persberichten	57
4.3.4	Kritisch of klakkeloos?	57
4.3.5	Primeurs	58
4.3.6	Het hele verhaal?	59
4.4	Hoe denken de journalisten erover?.....	60
4.4.1	Ander perspectief.....	60
4.4.2	Omgang met persberichten.....	60
4.4.3	Invloed gemeente als adverteerder.....	61
4.4.4	Eigen verhaal bij primeurs.....	62
4.5	Conclusies.....	62
5	Katwijkse media: klakkeloos of kritisch?	65
5.1	Inleiding.....	65
5.2	Afbakenen onderzoek.....	65
5.3	Resultaten	66

5.3.1	Letterlijk overgenomen	66
5.3.2	Weinig invloed redactie	67
5.3.3	Veel invloed redactie	67
5.3.4	Eigen berichtgeving	67
5.3.5	Geen berichtgeving	67
5.3.6	Onderscheid in onderwerpkeuze?	68
5.4	Conclusies.....	70
6	Conclusies.....	72
6.1	Inleiding.....	72
6.2	Ontwikkeling communicatie en media	72
6.3	Strijd.....	72
6.4	Slotconclusies	73
Bronnenlijst		75
Bijlage I		79
Bijlage II		82

Voorwoord

Al een aantal jaar maak ik deel uit van een redelijk grote redactie van regionale huis-aan-huisbladen en een lokale nieuwswebsite. Van dichtbij maak ik dus mee wat in deze scriptie ter sprake komt: de invloed die gemeenten kunnen hebben op de inhoud van de lokale en regionale media.

Tijdens een gesprek met mijn hoofdredacteur over mogelijke onderwerpen voor een scriptie, kwam na veel knippen, plakken en schaven dit onderwerp naar voren. Het spreekt mij aan omdat ik bijna dagelijks te maken heb met gemeentelijke persberichten en in het recente verleden ook met gemeentepagina's. Daarnaast is het onderwerp mijns inziens ook relevant voor zowel gemeentelijke persvoorlichters als collega-journalisten die vooral op lokaal of regionaal niveau werken.

In deze scriptie schets ik een theoretisch kader over de ontwikkeling van gemeentelijke communicatie, welke strijd er momenteel gevoerd wordt en hoe de toekomst eruitziet voor de lokale/regionale gedrukte media. Daarnaast komt de aanbesteding van de gemeentelijke advertenties aan bod, zijn interviews te lezen met persvoorlichters en redacteurs en doe ik onderzoek naar het gebruik van gemeentelijke persberichten in de lokale/regionale (huis-aan-huis)bladen die in Katwijk verschijnen.

Ik zou hierbij graag iedereen willen danken die zijn of haar kostbare tijd wilde vrijmaken om mij van deskundige informatie te voorzien. In het bijzonder noem ik daarbij de betrokken persvoorlichters van Leiden (Hennie Castelein), Haarlemmermeer (Jacinta de Moor en Bert van den Ham), Katwijk (Willy-Janne Heemskerk) en Kaag en Braassem (Pien van Buul). Ook dank ik de redacteurs van het Leids Nieuwsblad (Pim Scheffer) en De Katwijksche Post (Paul van de Putte en Sandra Kornet-van Duijvenboden), die hun ervaring(en) met mij wilden delen. Mijn afstudeerbegeleider Peter Blokhuis dank ik voor zijn snelle en professionele aanwijzingen en tips. En last but not least mijn vrouw Janneke, die me heel wat avonden (en soms nachten) moest missen.

Gert Klok, juni 2012

1 Probleemstelling

1.1 Aanleiding

Iedereen die wel eens een lokale of regionale huis-aan-huiskrant openslaat, komt ze een keer tegen: de gemeenteberichten. Vergunningen die zijn aangevraagd of verleend, informatie over afwijkende verkeerssituaties tijdens feestdagen, uitnodigingen voor informatieavonden en zo kan ik nog wel even doorgaan. Alles wat de betreffende gemeente belangrijk vindt voor de inwoners om te weten, is te vinden in de gemeentelijke publicaties.

Deze berichtgeving is wettelijk verplicht en ondergebracht in de Bekendmakingswet en de Wet Openbaarheid van Bestuur. In 2009 is daar de Wet Elektronische Bekendmaking bij gekomen, die gemeenten de mogelijkheid geeft de gemeenteberichten ook op internet te publiceren en daarmee rechtsgeldig te laten zijn. Wat gemeenten ontslaat van de verplichting de gemeenteberichten in een lokaal of regionaal gedrukt medium te publiceren, zoals voor 1 juli 2009 geregeld was.

Een ander belangrijk aspect van gemeentelijke communicatie richting de burgers waarbij lokale/regionale gedrukte media worden gebruikt, zijn de persberichten. Waren die nog niet zo heel lang geleden mondjesmaat, tegenwoordig krijgen veel redacteurs van gemeenten een persbericht over ieder belangrijk collegebesluit. In mijn werk als redacteur van twee regionale huis-aan-huisbladen (en voormalig redacteur van een lokale huis-aan-huiskrant) heb ik direct te maken met dergelijke publicaties. Uit eigen ervaring weet ik hoe gemakkelijk een redacteur het zichzelf kan maken door blind de kopij vanuit een gemeente door te plaatsen in de krant. Hoe subtiel de communicatieadviseurs alleen positieve elementen van een besluit in een persbericht belichten. Hoe lastig de gemeentelijke advertentie in ‘jouw’ krant kan zijn. Welke grote invloed gemeentelijke publicaties kunnen hebben op het lokale medialandschap.

1.2 Doelstelling

Ik wil in deze afstudeerscriptie een beeld schetsen hoe die gemeenteberichten nu eigenlijk in welke krant komen, of daar vanuit de lokale overheid bepaalde eisen aan zijn verbonden en welke aardverschuivingen de gemeenteberichten teweeg kunnen brengen in het lokale medialandschap. Verder ga ik in op de verschillende manieren waarop gemeentelijke communicatieafdelingen met hun persberichten de lokale en regionale pers benaderen, op de vraag of het voorkomt dat bepaalde media een voorkeursbehandeling genieten (bijvoorbeeld de krant die de gemeenteberichten publiceert) en of lokale en regionale gedrukte media de gemeentelijke persberichten zonder enige vorm van kritiek

plaatst, of dat men kritisch is op dergelijke berichten. Gemeenten hebben namelijk steeds vaker de neiging een soort goed-nieuws-show te maken van een persbericht, terwijl aan veel besluiten ook nadelen kleven.

1.3 Onderzoeksvraag

De hoofdvraag waar ik deze scriptie antwoord op hoop te geven, luidt als volgt:

Wat is de invloed van de lokale overheid met haar wettelijk verplichte publicaties en eigen berichtgeving op het lokale/regionale medialandschap en de inhoud van lokale/regionale gedrukte media?

Om tot goed onderbouwde conclusies te komen, dienen de volgende zes deelvragen te worden beantwoord:

1. Hoe heeft de communicatie van gemeenten richting de (lokale) media zich ontwikkeld?
2. Welke eisen worden door gemeenten gesteld aan lokale/regionale gedrukte media in de aanbestedingsprocedure rond de wettelijk verplichte publicaties?
3. Hoe kunnen gemeenten met hun verplichte publicaties het medialandschap beïnvloeden?
4. Gaan gemeenten anders om met het huis-aan-huisblad dat gemeentelijk publicaties publiceert dan met concurrerende lokale/regionale gedrukte media?
5. Komt het voor dat gemeenten via de gemeenteberichten invloed proberen uit te oefenen op de redactionele inhoud van de krant die de berichten publiceert?
6. Hoe gaan lokale/regionale gedrukte media om met gemeentelijke persberichten? Is daarbij verschil in inhoud waar te nemen tussen gedrukte media die de gemeenteberichten publiceren en concurrerende gedrukte media?

Om het onderzoek enigszins ‘behapbaar’ te houden, heb ik ervoor gekozen om vier gemeenten nader te onderzoeken aan de hand van bovenstaande vragen. De gemeenten zijn Leiden, Haarlemmermeer, Katwijk en Kaag en Braassem.

Niet zomaar

De keuze voor deze vier gemeenten heeft specifieke redenen. De gemeente Leiden heb ik gekozen om een stadssituatie in het onderzoek in te kunnen brengen. De gemeente Haarlemmermeer behoort tot de 25 grootste gemeenten van Nederland en is qua inwonersaantal groter dan Leiden, maar dit komt vooral doordat deze gemeente een enorme oppervlakte heeft in vergelijking met veel andere gemeenten. De gemeente Katwijk is mijn ‘eigen’ gemeente, maar dat is niet de reden dat ik Katwijk in

het onderzoek betrek. Hier doet zich namelijk de bijzondere situatie voor dat de gemeentelijke publicaties worden geplaatst in een van de weinige lokale abonnementskranten van Nederland. De keuze voor de gemeente Kaag en Braassem heeft als belangrijkste reden dat er slechts 1 lokale krant wordt verspreid. De gemeente heeft dus geen keus voor wat betreft de plaatsing van de gemeentelijke publicaties als men kiest voor een huis-aan-huisblad.

1.4 Afbakenen onderzoeksvraag

Aangezien ik afstudeer in de specialisatie ‘geschreven pers’, beperk ik me in het onderzoek tot kranten. Tijdschriften zijn niet relevant, voor lokale/regionale rtv-organisaties zijn de regels dusdanig anders dat ze, naast het gebrek aan relevantie, een volledige extra dimensie aan het onderzoek zouden toevoegen waardoor het onderzoek te ‘breed’ zou worden.

Dagbladen sluit ik niet uit als het gaat om de berichtgeving, voor plaatsing van gemeentelijke publicaties komen ze niet in aanmerking door de eis dat de publicaties voor iedereen toegankelijk moeten zijn. En aan dagbladen zit nu eenmaal een prijskaartje. Hierdoor blijven als belangrijkste doelwit van dit onderzoek de lokale en regionale huis-aan-huisbladen over.

1.5 Uitleg verdere hoofdstukindeling

In **hoofdstuk 2** staat de geschiedenis van communicatie tussen gemeenten en de lokale media centraal. Vragen als ‘hoe is het ooit begonnen?’ en ‘wanneer verschenen de eerste gemeentelijke communicatieadviseurs op het toneel?’ worden beantwoord om een theoretisch kader te schetsen. Verder komen de verschillende wetten aan bod die gemeenten verplichten tot het publiceren van gemeenteberichten, te weten de Wet Openbaarheid van Bestuur, de Bekendmakingswet en de nieuwe Wet Elektronische Bekendmaking. Laatstgenoemde speelt in op de ontwikkelingen van het internet en zal te zijner tijd de Bekendmakingswet vervangen. Ook aan bod komt de soms moeizame verhouding tussen journalist en persvoorlichter. Tot slot ga ik in hoofdstuk 2 in op de toekomst van de communicatie tussen gemeenten en lokale media. Hoe spelen gemeenten en krantenuitgevers in op het veranderende medialandschap?

Hoofdstuk 3 staat in het teken van de gemeentelijke publicaties. Hoe gaat zo iets eigenlijk in zijn werk? Welke eisen stellen gemeenten aan uitgeverijen of redacties die in aanmerking komen om de gemeenteberichten te publiceren (en daar natuurlijk goed voor betaald krijgen)? En welke invloed heeft de gemeentelijke advertentie op de inhoud van de publicerende krant?

Dat gemeentelijke publicaties een schok in het lokale medialandschap teweeg kunnen brengen, bewees de Telegraaf Media Groep bijvoorbeeld in Rotterdam en de Duin- en Bollenstreek. Deze twee zaken vormen het slot van dit hoofdstuk.

De omgang van gemeenten met lokale/regionale gedrukte media staat centraal in **hoofdstuk 4**. Hierbij geef ik een overzicht van de aanwezige lokale/regionale gedrukte media in deze gemeente. Verder probeer ik aan de hand van interviews met verschillende gemeentelijke communicatieadviseurs een beeld te schetsen over de omgang tussen gemeentelijke persvoorlichting en de lokale/regionale gedrukte media.

In **hoofdstuk 5** maak ik een vergelijking tussen enkele van de in hoofdstuk 4 genoemde lokale/regionale gedrukte media over het al dan niet klakkeloos overnemen van persberichten. Ik onderzoek de inhoud van enkele kranten gedurende een korte periode. Daarbij vraag ik me af in hoeverre deze kranten/redacteuren een kritische houding innemen ten opzichte van de betreffende gemeente. Ook ga ik in op de vraag welke rol het al dan niet publiceren van de gemeentelijke advertenties hierbij speelt. Om alle uitgaven daarbij te betrekken zou de tijd van twee scripties vergen, daarom maak ik - zoals gezegd - aan de hand van hoofdstuk 4 een keuze uit enkele uitgaven.

Hoofdstuk 6 ten slotte is het hoofdstuk waar hoofd- en deelvragen aan de hand van een aantal conclusies worden beantwoord.

2 Overheidscommunicatie en de rol van de media

Dit hoofdstuk staat in het teken van verleden, heden en toekomst van gemeentelijke communicatie. Aan bod komen onder andere het hoe en waarom, maar ook de noodzaak van gemeentelijke communicatie en pr en de rol die de journalistiek daarin speelt.

2.1 Opkomst overheidscommunicatie

Alexander de Grote wordt gezien als de eerste bestuurder die de publieke opinie in zijn voordeel beïnvloedt en zo pr bedrijft. Door zichzelf af te beelden op munten, profileert hij zich als de baas van het rijk. Iedereen die een munt ziet, wordt daaraan herinnerd.

De eerste vorm van gemeentelijk bestuur in Nederland ontwikkelt zich in 1795, als ons land voor het grootste deel valt onder de Bataafse Republiek. Naar Frans voorbeeld worden steden en dorpen voor het eerst als gelijken behandeld en ontstaan de eerste ‘gemeentebesturen’. Van administratieve eenheden met slechts enkele uitvoerende taken, ontwikkelen gemeentebesturen zich daarna tot wat ze nu zijn: achter het rijk en de provincies de derde bestuurslaag binnen het Koninkrijk der Nederlanden.

Communicatie in en van organisaties is van alle tijden, aldus Van Ruler en Elving in ‘Carrière in Communicatie’ (Amsterdam, 2007). Volgens de auteurs is organiseren voornamelijk communiceren. De eerste overheidscommunicatie richting burgers (kranten bestonden toen nog niet) wordt gedaan door stadsomroepers, aldus Wikipedia. Zij delen inwoners van de gemeente mee wat het gemeentebestuur heeft besloten, maar verzorgen ook de reclameboodschappen vanuit de middenstand. Van Ruler en Elving (2007) zijn specifiek: “Het begin van voorlichting stamt uit de tijd van de achttiende-eeuwse Verlichting. In 1869 werd de eerste professionele voorlichter aangesteld, een zogenaamde ‘wandelaar’. Deze ging langs de burens om hen te helpen bij de ontwikkeling van hun bedrijf, de verbetering van de productie en de hygiëne. Hij deed dat door het geven van voorlichting.”

De Verlichting brengt volgens Van Ruler en Elving (2007) het inzicht mee dat kennis niet langer moet worden gezien voor iets van een kleine groep ingewijden, maar als iets dat moet worden verbreid. “Het middel daartoe was voorlichting in de betekenis van hulp bij menings- of besluitvorming. Dankzij deze voorlichting kon iemand zich over allerlei zaken een mening vormen doordat hij de achtergronden, de voors en tegens leert kennen. Tegenwoordig noem je dat de informatieve voorlichting, of de strategie van informering.”

Voorlichting kent echter sinds het begin ook schaduwzijden, erkennen de auteurs. Het wordt ook gebruikt om onder het mom van kennisverbreding sociale controle uit te oefenen. Zo ontstaat een vorm van voorlichting die gericht is op de verbreiding van sociaal geaccepteerd gedrag. Tegenwoordig beter bekend als persuasieve voorlichting, waarin het Engelse persuade (overtuigen) zit, of de ‘strategie van de overreding’. Postbus 51-filmpjes zijn goede voorbeelden van persuasieve voorlichting. Die bevatten boodschappen als ‘Vrij veilig of vrij niet’ en ‘Een beter milieu begint bij jezelf’.

Voorlichters worstelen nog altijd met beide vormen van voorlichting. De hamvraag: vertellen we het hele verhaal of alleen datgene wat goed uitkomt? Meer over dit dilemma bij 2.3.5.

Eerste persvoorlichter

Voor zover bekend is Amsterdam in 1936 de eerste gemeente met een ambtenaar die speciaal gericht is op communicatie met de media: een persvoorlichter. Pas na de Tweede Wereldoorlog komt de overheidscommunicatie echt op gang, wanneer de meeste gemeenten beschikken over een perschef. Dat juist in deze periode de ontwikkeling van gemeentelijke communicatie en pr begint, is niet verwonderlijk. Het is in diezelfde tijd dat de verzuilde Nederlandse maatschappij de eerste scheuren begint te vertonen. Tot die tijd heeft iedere zuil zijn ‘eigen’ politieke partij, krant en omroep. Vanaf de jaren '60 worden de media echter steeds onafhankelijker en kritischer. Om het beleid goed te kunnen ‘verkopen’, is dus een verandering in het denken van de overheid nodig.

Onder invloed van de kennis over public relations die overwaait vanuit de Verenigde Staten, ontwikkelt de pr-machine bij Nederlandse bedrijven en overheidsinstellingen in rap tempo een eigen gezicht. In de jaren '60 is de Amerikaanse invloed bijna helemaal verdwenen met Nederlandstalige literatuur, vaktijdschriften en cursussen over pr en communicatie.

De sterke groei aan communicatiefunctionarissen bij de overheid betekent echter niet dat de kwaliteit van het werk automatisch meegroeit, zo betogen Groenendijk, Hazekamp en Mastenbroek in ‘Public Relations: beleid, organisatie en uitvoering’ (Alphen a/d Rijn, 1997). Hoewel het vak inmiddels op de universiteit wordt gedoceerd en steeds meer mensen in het vakgebied werkzaam zijn, blijkt public relations volgens hen in de praktijk tot eind jaren '70 van de vorige eeuw vaak nog onvoldoende gebaseerd op een wetenschappelijke onderbouwing.

Pas in de jaren '90 ontwikkelt de overheidscommunicatie zich definitief tot wat het nu is: een belangrijke rader in de besluitvorming van ministers, gedeputeerden en wethouders. Een afdeling binnen het ambtelijke apparaat die in het contact met de burger en de media een bijzonder belangrijke

plaats inneemt (zie ook 2.3.2). Want communicatieadviseurs hebben misschien weinig te vertellen over de inhoudelijke besluitvorming, maar des te meer over het in de goede communicatievorm gieten ervan.

2.2 Waarom communicatie

In deze scriptie wordt vooral de relatie tussen gemeentelijke communicatie en de media voor het voetlicht gebracht. Het vervolg van dit hoofdstuk bestaat uit enkele aandachtspunten waarin de belangrijkste vragen worden beantwoord over het hoe en waarom en het belang van gemeentelijke communicatie. Ook de steeds sterker wordende pr-taken van de persvoorlichters komen aan bod. Hierbij wordt vooral ingezoomd op lokaal niveau.

Maar eerst dienen enkele belangrijke termen die in deze scriptie naar voren komen verduidelijking, te weten public relations, publieksvoorlichting, overheidsvoorlichting en persvoorlichting. Ze vallen allemaal onder het brede spectrum dat communicatie heet, maar hebben verschillende doelen.

Overheidsvoorlichting gaat primair over de relatie overheid-burger. Daarbij worden drie relatievormen onderscheiden, bijvoorbeeld door Rijnja in 'Public Relations bij de gemeente' (Alphen a/d Rijn, 1997) en Wallage in 'In dienst van de democratie' (Den Haag, 2001). 'De' burger bestaat niet, aldus Wallage, daarom is differentiatie nodig. De burger wordt gezien als staatsburger, als klant en als onderdaan. Door die verschillende relaties zijn ook verschillende vormen van communicatie nodig. Als staatsburger heeft ieder individu door bijvoorbeeld stemrecht invloed op het beleid, waardoor overheden draagvlak dienen te creëren voor besluiten (zie ook 2.2.2). Wallage beschrijft dit als een 'kiezersmarkt'. "Het idee is dat het bij verkiezingen gaat om een markt van vragers en aanbieders. Politieke partijen doen kiezers een bepaald aanbod en door middel van hun stem maken de kiezers al dan niet van het aanbod van een partij gebruik." (p. 23) Daarbij is de overheid via de Wet Openbaarheid van Bestuur (WOB) verplicht bijna alle informatie openbaar te maken omdat de kiezer het (uitgevoerde) beleid moet kunnen controleren (zie 2.2.1).

Als klant staat de dienstverlening richting de burger centraal, zoals het uitgeven van een paspoort bij de balie van het gemeentehuis. Maar anders dan bij een bedrijf, dat eerst en vooral de persoonlijke wensen van de klant belangrijk vindt, gaat het bij de relatie overheid-burger ook om het afwegen van het algemene belang (Rijnja, 1997). Opnieuw is het toverwoord voor goede communicatie 'draagvlak creëren'.

Waar de burger als staatsburger als het ware 'boven' de overheid staat, is dat in de rol van onderdaan precies andersom. Want burgers moeten zich wel aan de regels houden en zich onderwerpen aan het beleid. De overheid communiceert dit vooral door de onderdanen als groep aan te spreken, bijvoorbeeld via reclamespotjes.

Bij **publieksvoorlichting** gaat het vooral om het bevorderen van wederzijds begrip tussen in dit geval overheid en burger. De passieve vorm is de balie in het gemeentehuis, waar mensen hun vragen kunnen stellen. Actief zorgt de gemeente naast bijvoorbeeld folders voor de in deze scriptie centrale positie innemende gemeentepagina. **Public relations** of pr heeft elementen van zowel publieksvoorlichting als de hierna beschreven persvoorlichting in zich. Bij pr draait het om het opbouwen van een goed imago door het zoeken van bijvoorbeeld de media, of juist door iets buiten de media te houden.

Een andere actieve vorm van publieksvoorlichting is **persvoorlichting**, de communicatie tussen overheid en media en is een belangrijk onderdeel van de publieksvoorlichting. Bij kleinere gemeenten is persvoorlichting één van de taken van de communicatieadviseur, terwijl grotere gemeenten veelal communicatieadviseurs tot hun beschikking hebben die zich voor het overgrote deel van hun werk bezighouden met de media. Persvoorlichters stellen persberichten op, staan de media te woord en zijn contactpersoon voor het gemeentebestuur. Meer hierover bij 2.3.

2.2.1 Verplichting

De vraag waarom gemeenten het eigenlijk belangrijk vinden dat er een goede communicatie is richting media en burgers, is enerzijds eenvoudig. Men wordt daartoe verplicht door de wet. Om precies te zijn door de Wet Openbaarheid van Bestuur (WOB) uit 1980 en daaruit voortvloeiend de Bekendmakingswet en de recente Wet Elektronische Bekendmaking. Het hoe en wat van deze wetten wordt in deze scriptie verder niet uitgebreid behandeld; dat zou veel te uitgebreid worden. Alleen de delen die direct invloed hebben op het onderwerp komen ter sprake.

WOB (1980)

De bekendste van de drie bovengenoemde wetten is ongetwijfeld de Wet Openbaarheid van Bestuur (WOB). Volgens die wet is het “met het oog op een goede en democratische bestuursvoering wenselijk gebleken de regelen met betrekking tot de openheid en openbaarheid van bestuur aan te passen en deze zoveel mogelijk in de wet op te nemen”. In de WOB staat dat in principe alles openbaar is, behalve wanneer deze informatie bijvoorbeeld een gevaar zou kunnen opleveren voor het land of wanneer de opgevraagde stukken privacygevoelige informatie bevat die een persoon of bedrijf zou kunnen schaden.

Media en burgers worden vanaf de jaren '60 zoals gezegd steeds kritischer. Men neemt geen genoegen meer met de eenzijdige ‘voorlichting’ vanuit de overheid. Dat gegeven dringt door tot in de hoogste

bestuurslaag van het land. Minister-president De Jong begint eind jaren '60 met persconferenties na afloop van de vergadering van de ministerraad. In 1970 verschijnt het rapport 'Openbaarheid Openheid' van de commissie-Biesheuvel. Onder leiding van toen nog Tweede Kamerlid Barend Biesheuvel (later minister-president) onderzoekt de commissie de overheidscommunicatie en komt met het voorstel een recht op openbaarheid voor iedere burger te creëren (Biesheuvel, 1970).

Gerard Schuijt, voormalig hoofddocent aan de Universiteit van Amsterdam en gepensioneerd bijzonder hoogleraar mediarecht aan de Universiteit Leiden vertelt hierover in het *Nederlands Juristenblad* in 'Van Open Barend Biesheuvel tot Worldwide Wallage' (februari 2002, p. 75-78): "Dat werd de Wet Openbaarheid van Bestuur, met een tweeledige opzet: iedere burger heeft onder bepaalde voorwaarden recht op informatie van de overheid over een door hem te noemen beleidsaangelegenheid (niet 'document', want het werd een informatiestelsel, géén documentenstelsel) én de overheid moet ook ongevraagd ('uit eigen beweging', art. 8 WOB) informatie verstrekken. Dus niet alleen persvoorlichting maar ook publieksvoorlichting; niet alleen het doen uitgaan van persberichten maar ook de productie van voorlichtingsbrochures voor het publiek."

Waar de commissie-Van Heuven Goedhart (1946) in haar rapport zo'n 25 jaar eerder vooral de driehoeksverhouding overheid-volksvertegenwoordiging-pers in het oog heeft en de burger primair beschouwt als een potentieel slachtoffer van overheidshandelen, richt de commissie-Biesheuvel zich vooral op de burger die mede vorm geeft aan het proces van democratie, aldus Hajema in 'De glazenwassers van het bestuur' (Assen, 2001). De voorlichting aan de staatsburgers staat volgens hem centraal in het rapport van de commissie-Biesheuvel. "Tot dan toe was geheimhouding in staatszaken de regel en openbaarheid uitzondering. Biesheuvel wilde die verhouding omdraaien."

Weerbarstige praktijk

In principe kan iedereen een WOB-verzoek indienen bij het bestuursorgaan van een willekeurige overheidsinstantie. Hiervoor hoeft men dus niet per se journalist te zijn, al zijn het veelal journalisten die dergelijke verzoeken om informatie indienen. Aan een aanvraag zijn meestal kosten verbonden, bijvoorbeeld voor het kopiëren van stukken. De betreffende overheidsinstantie heeft uiterlijk vier weken (WOB, art. 6) de tijd om tot een beslissing te komen over het verzoek. Mocht men meer tijd nodig hebben, dan heeft de instantie de ruimte op de termijn met nog eens vier weken op te rekken. Dit dient overigens wel schriftelijk onderbouwd te worden richting de aanvrager.

Tot zover de theorie, want de praktijk blijkt een stuk weerbarstiger. Simpelweg door te googelen zijn al enkele praktijkvoorbeelden te achterhalen. Zo haalt Jeroen Reitsema, student aan de Haagse Hogeschool, in oktober 2011 het RTL-nieuws als hij WOB-verzoeken indient bij enkele gemeenten,

die worden geweigerd. Of het verhaal van een student die aan het begin van zijn scriptieperiode (drie maanden) een WOB-verzoek indient. Doordat bij de overheid zo lang wordt getreuzeld, heeft de student de opgevraagde informatie na drie maanden (!) nog altijd niet ontvangen (De Lange, 2010).

WOB-specialist bij uitstek Roger Vleugels signaleert al in 2005 in *NRC Handelsblad* een negatieve trend voor wat betreft de Wet Openbaarheid van Bestuur. “Feit is dat we steeds minder mogen weten.” Vleugels benoemt in zijn artikel drie hoofdproblemen. “Inspectierapporten zijn steeds moeilijker te krijgen. In de sectoren politie en justitie is de geheimhouding toegenomen. En bij uitvoering van het openbaarheidsbeleid is sprake van obstructie en opportunisme.”

Minister Donner van Binnenlandse Zaken zegt op de Dag van de Persvrijheid 2011 (3 mei) in zijn toespraak niet precies te weten hoe vaak een WOB-verzoek wordt ingediend, maar dit soms wel buitenproportioneel vaak gebeurt. Als voorbeeld haalt hij een gemeente aan waar zeventig WOB-verzoeken in een jaar tijd werden ingediend, waarvan veertig door dezelfde persoon. “WOB-verzoeken zijn nu soms een ‘schot hagel’, in de hoop dat één korreltje raak is”, aldus de minister. Daarom moeten overheidsinstanties wat hem betreft de mogelijkheid krijgen om verzoeken af te wijzen. Donner voegt de daad bij het woord en schrijft een brief aan de Tweede Kamer over de kwestie.

Op die brief volgt - uiteraard - reactie van de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ), die zich zorgen maakt over deze ontwikkeling. Er wordt volgens de NVJ (Elzerman & Bruning, 2011) steeds vaker geld gevraagd voor het opvragen van informatie en soms worden verzoeken getraineed of genegeerd, zoals ook WOB-specialist Roger Vleugels al eerder signaleerde. Het probleem ligt volgens de belangenvereniging voor journalisten vooral bij de overheid. “In de ogen van de NVJ is er een direct verband tussen de overlast van een WOB-verzoek en de kwaliteit van de archiefvoering.” De enorme hoeveelheid WOB-verzoeken die de overheid jaarlijks zegt te krijgen en de werklast die dat de ambtenarij bezorgt, mag volgens de NVJ geen reden zijn dan maar geen gehoor te geven aan een WOB-verzoek. “Openbaarheid, zowel actief als passief, is immers wettelijk uitgangspunt. Dit brengt met zich mee dat de uitvoering hiervan ook gewoon geld en menskracht kost.”

Diezelfde Vleugels geeft minister Donner er in zijn artikel ‘Minister Donner, schaam je’ op De Nieuwe Reporter (Vleugels, 2011) stevig van langs over de bewuste brief. “En marge lukt het hem om met zegge en schrijve één voorbeeld te komen. Er blijken, surprise surprise, wel eens mensen te zijn die hun vetes met bestuurorganen uitvechten door WOB-verzoeken in te dienen. Ach, ach. Eén voorbeeld op 31 jaar Wobben.”

Op gemeentelijk niveau wordt overigens niet vaak een WOB-verzoek ingediend. Volgens een

onderzoek van de Vereniging Nederlandse Gemeenten uit 2010 krijgt ongeveer de helft van de gemeenten jaarlijks tussen de 1 en 10 WOB-verzoeken (VNG Ledenpeiling, 2010). Dus in de helft van Nederland komt een WOB-verzoek op lokaal niveau niet eens jaarlijks voor. De meeste verzoeken komen overigens terecht bij wethouders, zo blijkt uit het VNG-onderzoek.

Bekendmakingswet (1988)

Een andere wet die gemeenten verplicht tot openheid van zaken, is de Bekendmakingswet. De wet zelf is waarschijnlijk niet zo bekend, maar bijna iedere Nederlander heeft een belangrijk onderdeel van de uitvoering van die wet al wel een keer onder ogen gehad. Dat zijn namelijk de gemeentelijke publicaties die wekelijks te vinden zijn in het lokale of regionale huis-aan-huisblad. De Bekendmakingswet handelt vooral over de centrale overheid en de verplichting tot publiceren in de Staatscourant. In de Algemene wet bestuursrecht wordt de verplichting als volgt omschreven: “De bekendmaking van besluiten van een niet tot de centrale overheid behorend bestuursorgaan die niet tot één of meer belanghebbenden zijn gericht, geschiedt door kennisgeving van het besluit of van de zakelijke inhoud ervan in een van overheidswege uitgegeven blad of een dag-, nieuws- of huis-aan-huisblad, dan wel op een andere geschikte wijze.” (Algemene wet bestuursrecht, art. 3.42 lid 2)

In de gemeentelijke publicaties, in de volksmond beter bekend als de gemeenteadvertenties of stadskrant, worden verschillende mededelingen gedaan. Zo is een gemeente verplicht besluiten te publiceren die het openbare leven aangaan, zoals evenementenvergunningen voor een extra lange koopavond, maar ook besluiten waartegen bezwaarschriften kunnen worden ingediend. Verder is in de advertentie vaak te lezen welke stukken ter inzage op het gemeentehuis liggen, wordt vermeld wie waarvoor een vergunning krijgt en worden belangrijke data vermeld van bijvoorbeeld raads- en commissievergaderingen. Een stadskrant voegt daar vaak nog enkele artikelen met foto's aan toe die afkomstig zijn van de afdeling communicatie. Gemeenten zijn volgens de Algemene wet bestuursrecht dus niet verplicht om voor hun bekendmakingen de huis-aan-huiskrant te bereiken. Men mag dit ook in eigen beheer doen, maar kiest er veelal voor gebruik te maken van het vaak hoge leesbereik van het huis-aan-huisblad.

Wet elektronische bekendmaking (2008)

Tot 1 januari 2011 waren gemeenten verplicht de gemeentelijke publicaties op papier te publiceren. In de Staatscourant, maar ook bij mensen op de deurmat, zoals gezegd gebruiken gemeenten hiervoor veelal het huis-aan-huisblad. Met de Wet elektronische bekendmaking komt aan die verplichting een eind. Deze wet ontslaat gemeenten namelijk van de verplichting hiervan, al wordt dat niet expliciet in de wet vermeld.

De definitieve invoering van de Wet elektronische bekendmaking liet echter nog op zich wachten en is uiteindelijk sinds 1 januari 2012 ingegaan. De nieuwe wet zou wel eens grote verschuivingen met zich mee kunnen brengen in het lokale medialandschap. Door de opkomst van het internet verschuift het nieuws voor een deel al naar websites en het niet ondenkbaar dat ook gemeenten bij het einde van het contract met de uitgever van het huis-aan-huisblad kiezen voor communicatie via de gemeentelijke website. De gemeentelijke advertenties leveren nu nog een aardig bedrag aan advertentie-inkomsten op, maar zijn tegelijkertijd het enige bestaansrecht van veel lokale huis-aan-huisbladen. Valt de gemeente met haar advertenties weg, dan valt de lokale krant weg. Bij 2.4 meer over de mogelijke gevolgen hiervan.

2.2.2 Noodzaak van communicatie

Naast de verplichting van openbaarheid van bestuur bestaat voor de overheid echter ook de noodzaak van goede gemeentelijke communicatie. Burgers vormen immers samen met de gekozen gemeenteraad en het college van Burgemeester en Wethouders de eenheid 'gemeente'. Het gemeentebestuur en de ambtenarij zijn dienstbaar aan de burgers, die van alles van hen verwachten: betrouwbare informatie, maar bijvoorbeeld ook een goede service aan de balie bij het afhalen verlengen van paspoort, rijbewijs of ander belangrijk document. Ook dat is een vorm van gemeentelijke communicatie. Geen enkele gemeente is blij als de publieksbalie slecht bekend staat bij de burgers, al is het alleen maar vanwege de lange wachttijden.

Daarbij is goede communicatie door de ontwikkelingen in de huidige tijd enorm belangrijk geworden. Burgers zijn mondiger dan ooit en ook de sociale media hebben steeds meer invloed op zowel burgers als politici. Er zijn nog maar weinig wethouders en raadsleden die niet twitteren (zie ook 2.2.3). Draagvlak is daarbij het toverwoord. Met duidelijke communicatie kun je een groter draagvlak creëren voor bepaalde lastige besluiten. Rijnja ziet in 'Public Relations bij de gemeente' (Alphen a/d Rijn, 1997) vier pijlers die nodig zijn voor dat draagvlak.

De eerste is **politieke betrokkenheid**. De georganiseerde betrokkenheid bij een politieke partij is er volgens hem nauwelijks. "Minder dan vier procent van de kiesgerechtigden is lid van een politieke partij; tien procent van die groep is actief binnen de partij", zo stelt Rijnja. Prof. Dr. Tops (1995) zegt in zijn oratie bij zijn aanvaarding van het ambt als hoogleraar bestuurskunde dat de politieke partij (en daarmee de gemeenteraad) niet meer bij uitstek de plaats is om de lokale besluitvorming te beïnvloeden: "Burgers vinden het wel nuttig dat bepaalde zaken door het bestuur verdeeld worden, maar het idee van vertegenwoordiging wordt herroepen zodra eigen belangen in het geding zijn."

Daarmee is het volgens Tops ook de vraag geworden of er wel echt sprake is van een kloof tussen burger en politiek. “Veeleer lijken burgers andere vormen van interactie te prefereren.”

Het komt erop neer dat mensen tegenwoordig meer waarde hechten aan het imago van een politicus dan bijvoorbeeld aan het waarheidsgehalte van zijn/haar teksten. Anno 2012 zijn het juist de politici met populistische teksten en oneliners die scoren bij het publiek. Zij zeggen precies wat de burger graag wil horen.

Een tweede pijler onder het draagvlak is **sociale houdingen** en die hangt weer nauw samen met de politieke betrokkenheid. Rijnja trekt de lokale politieke ontwikkelingen hierbij in een breder perspectief. “Er is minder binding met instituties en maatschappelijke verbanden. (...) Waar voorheen via dergelijke intermediaire kaders gecommuniceerd kon worden, moeten besturen nu andere oriëntaties vinden.” Mensen verenigen zich volgens hen tegenwoordig makkelijker rond concrete issues dan rond beginselen.

Een voorbeeld uit de praktijk om deze ‘pijler’ duidelijk te maken. In 2009 wil de gemeente Teylingen een deel van de Broek- en Simontjespolder op haar grondgebied gebruiken om er een jachthaven aan te laten leggen. De intentieverklaring met de ontwikkelaar wordt ondertekend en onder andere de ANWB geeft een positief advies, waarna de tegenstanders wakker worden. Het beoogde gebied ligt namelijk pal naast een buitenwijk van Leiden. Veel inwoners van die wijk gebruiken het stukje natuurgebied als wandel- en hondenuitlaatplaats. Een comité wordt in het leven geroepen om de aanleg van de haven tegen te houden. Het comité zamelt duizenden handtekeningen in. Het Leidse gemeentebestuur gaat zich ermee bemoeien, want uiteindelijk moet de provincie beslissen over het al dan niet doorgaan van de aanleg van de haven. Ongetwijfeld mede beïnvloed door de vele tegenstanders van het plan, gaat de aanleg van de haven niet door.

Was het een politieke partij die actie voerde? Of een natuurorganisatie? Nee, het was een mix van politici, natuurliefhebbers en bezorgde buurtbewoners die elkaar vonden in het verzet tegen een concreet issue, namelijk de haven. Die er mede daardoor niet kwam.

De derde pijler heeft te maken met de **prestaties van de gemeente**. Hoe stelt men zich op naar de burgers, wordt er wel naar hen geluisterd? Dit handelt vooral over de visie op de burger als cliënt van de gemeente. Een voorbeeld: hoe minder verhalen over gigantische wachttijden bij de loketten, hoe beter. Maar ook de dienstverlening op het gebied van collectieve voorzieningen zoals de zorg voor veiligheid of de vuilophaaldienst zijn hierbij van belang. Veel gemeenten laten eens in een bepaalde periode de klantvriendelijkheid onderzoeken en aan de hand van het onderzoek worden verbeterpunten geformuleerd en aangepakt. Het heeft, net als het volgende punt, alles met het imago van de gemeente te maken.

De vierde pijler heeft betrekking op de gemeentelijke prestaties op bestuurlijk gebied en wordt **bestuurlijke cultuur en gedragingen** genoemd. Hoe komen de lokale politici over op de burgers, zowel individueel als in hun collectieve gedaanten van college van Burgemeester en Wethouders, gemeenteraad en politieke fracties?

Vertrouwen en integriteit zijn volgens Rijnja (1997) sleutelbegrippen. Als een wethouder blunder op blunder begaat op bestuurlijk vlak kun nog zo'n steengoede persvoorlichter zijn, dergelijke bestuurders zijn desastreus voor het imago, de geloofwaardigheid van een gemeente. Te denken dat iedere burger al het lokale nieuws dagelijks of wekelijks tot zich neemt, is een illusie. Die druk komt dus niet vaak direct vanuit de lokale leefgemeenschap, maar mag zeker verwacht worden van een goede oppositiepartij.

De vier pijlers zijn vooral van belang voor de afdeling communicatie om te weten op welke vlakken eventueel invloed uitgeoefend zou kunnen worden. Volgens de auteur dienen voorlichters zich vooral op de twee laatstgenoemde pijlers te concentreren. Niet in de laatste plaats omdat er op het vlak van bestuurlijke gedragingen volgens Rijnja nog het nodige te verbeteren valt.

2.2.3 Ontwikkeling in communicatie

Samen vormen de vier pijlers ook de verklaring waarom communicatie in onze tijd zo ontzettend belangrijk is geworden: de wereld is aan het veranderen en daarbij speelt communicatie een grote rol. De pijlers geven daarbij (onbedoeld) goed de ontwikkeling weer waarin onze samenleving zich nu bevindt. Vlak na de Tweede Wereldoorlog leefde iedereen in de eigen zuil. Bijna iedereen las een krant (wel de 'goeie' natuurlijk), luisterde naar de radio (wel naar de 'eigen' radio-omroep uiteraard) en droeg de televisie nog poepluiers. De besluitvorming werd aan de politiek overgelaten, waarbij veel mensen lid waren van (één van) de partij(en) van hun zuil.

Met de ontzuiling vanaf het eind van de jaren '60 werden al belangrijke stappen gezet richting de mondige burgers die Nederlanders nu gemiddeld zijn. Sinds internet vanaf de jaren '90 de wereld veroverde, zijn de ontwikkelingen amper bij te houden. Vooral de jongere generatie is steeds minder geïnteresseerd in de traditionele media krant, radio, televisie en zelfs internet. Met de laatste wordt vooral het consumeren van nieuws via het web en apps bedoeld. Internet blijft nodig voor de nieuwe media. In rap tempo zijn Facebook, Twitter, Hyves en andere sociale media de levenswereld van jongeren binnengedrongen en dat weten ook de overheid en de politiek.

Sociale media

Vooral de politiek gebruikt de sociale media steeds meer. Via Twitter en Facebook worden standpunten gedeeld, volgers en vrienden aangesproken om toch maar zoveel mogelijk 'zwevende kiezers' hun kant op te lokken. De Britse BBC-journalist Nic Newman onderzoekt voor het Reuters Instituut for Journalism het gebruik van sociale media rond de verkiezingen in Groot-Brittannië. Zijn constatering in '#UKelection2010, mainstream media and the role of the internet: how social and digital media affected the business of politics and journalism' (Newman, 2010): "In hun gebruik van sociale media gebruikte de groep 18-24-jarigen een breed scala aan technieken; ze ontdekten en deelden content, debatteerden en discussieerden erover met vrienden en maakten politieke statements door op Facebook lid te worden van een groep of de pagina van een politieke partij te bezoeken. (...) Dit stond in scherp contrast met de oudere groep (25+), die veel minder geïnteresseerd was in de vele mogelijkheden van de sociale media en vooral focusten op het aanklikken en doorsturen van links."

Het onderzoek kan overigens niet op de goedkeuring van iedereen rekenen, zo schrijft Christel van de Burgt op 23 februari 2011 in haar blog op De Nieuwe Reporter. Het belangrijkste kritiekpunt is dat het onderzoek nogal 'dun' is. Bovendien komen andere onderzoekers tot heel andere conclusies rond het gebruik en nut van sociale media voor politici. De Amerikaanse studenten Kushin en Yamamoto trekken na een onderzoek onder meer dan 400 studenten bijvoorbeeld de conclusie dat traditioneel online mediagebruik sterker samenhangt met politieke betrokkenheid dan het gebruik van sociale media. Oftewel: iemand die niet geïnteresseerd is in politiek, zal dat ook niet zijn omdat er op de sociale media veel over gesproken wordt.

Wat in het geval van de sociale media voor de politiek geldt, gaat in zekere mate ook op voor de overheidscommunicatie. Ook veel gemeenten maken bijvoorbeeld gebruik van Twitter en in mindere mate Facebook. De onderzochte gemeenten Katwijk, Leiden, Haarlemmermeer en Kaag en Braassem zijn vooral op Twitter te vinden, gemeenten lijken nog te zoeken naar manieren voor een goed gebruik van Facebook, toch het snelst groeiende jongetje van de klas.

2.3 Persvoorlichting

2.3.1 Hoeveel zijn er eigenlijk?

"De opmars van voorlichters, pr-functionarissen en communicatieadviseurs is veel groter dan tot nu toe werd aangenomen." Zo begint een artikel van Mirjam Keunen getiteld 'Tien voorlichters voor elke reporter' op www.nrc.nl (4 juni 2010). Uit onderzoek van de Universiteit van Amsterdam (UvA) blijkt dat tegenover ieder journalist (15.000 in totaal) ongeveer tien voorlichters, pr-medewerkers en andere communicatiespecialisten (150.000) staan. In 2004 was dat (zo blijkt uit onderzoek van de

UvA) nog één journalist tegenover vier voorlichters. Volgens mediaonderzoeker en docent journalistiek aan de UvA Mirjam Prenger komt die toename deels “doordat onderzoekers zorgvuldiger en doelgerichter” zijn gaan tellen, laat ze optekenen in het artikel. “Niet alleen het aantal communicatiespecialisten is enorm toegenomen, maar ook hun professionaliteit.”

Journalisten, zo blijkt uit interviews met communicatiedirecteuren, hebben weinig oog voor de mediastrategieën van bedrijven en overheden waar zij onderdeel van worden of zelfs bewust aan meewerken, zo valt te lezen in het onderzoek. Een van de andere onderzoekers, Leendert van der Valk, laat tegenover Binnenlands Bestuur (4 juni 2010) weten: “Communicatie is gewoon een vak. Wij als onderzoekers willen niet beweren dat de verhouding tussen de journalistiek en voorlichting helemaal is scheefgegroeid, maar journalisten moeten zich daar wel bewust van zijn.”

Een kritische kanttekening bij het onderzoek wordt geplaatst door Michel van Baal, persvoorlichter bij de TU Delft. Hij verbaast zich in zijn blog ‘Een klein dorpje journalisten houdt dapper stand’ (4 mei 2011) vooral over “dat hardnekkige ‘Asterix en Obelix’-beeld dat het oproept: omgeven door legioenen van voorlichters houdt een klein dorpje journalisten dapper stand.” De verhouding 150.000 op 15.000 kan volgens hem niet kloppen. “Nu tekent de studie, naar ik begrijp, zelf al aan dat die 150.000 mensen niet allemaal voltijds persvoorlichter zijn, maar dan nog: waar is dat leger eigenlijk? Of hebben we het hier over een spookleger?”

Aan de hand van een simpel rekensommetje komt Van Baal tot een verhouding van drie journalisten tegenover ieder persvoorlichter. “Voor de goede orde, ik geloof wel dat er 150.000 man in Nederland zijn die een marketing/communicatiefunctie hebben, maar het groepje dat regelmatig contact heeft met journalisten moet veel kleiner zijn. De realiteit is dat het overgrote deel van ons ‘leger’ zelden of nooit een journalist tegenkomt.”

Overkill op lokaal gebied?

Uit eigen ervaring weet ik dat voor communicatieapparaten bij de overheid geldt: hoe groter hoe trager. Het communicatieteam in Kaag en Braassem (ruim 25.000 inwoners) telt drie voorlichters. Team communicatie van de gemeente Katwijk (60.000 inwoners) bestaat uit elf mensen, al spreekt in het voordeel van Katwijk dat de media-activiteit daar veel hoger is en lang niet alle adviseurs en medewerkers fulltime in dienst zijn.

Ondanks de vaak stevige bezetting presteren communicatieafdelingen het regelmatig om niemand aanwezig te hebben op de afdeling als een journalist opbelt om een onderwerp nader toegelicht te krijgen. Of niet terug te bellen als er vragen zijn gesteld.

Een ander fenomeen dat vooral bij grotere gemeenten in trek is, gaat over het specialiseren van voorlichters op bepaalde dossiers, of een voorlichter linken aan een bestuurder, zoals in Leiden en in Haarlemmermeer gebeurt. Men is echter lang niet overal even goed op de hoogte van de besluitvorming van het toegewezen dossier of de toegewezen wethouder. Om over het gememoreerde gebrek aan aanwezigheid maar niet te beginnen met al die deeltijdbanen. Natuurlijk is dit niet de plaats hierover een (waarde)oordeel te vellen, maar het is bijzonder vervelend om een leuk onderwerp noodgedwongen over het weekend heen te moeten tillen omdat de betreffende adviseur op vrijdag vrij is en niemand anders wat vragen kan beantwoorden.

Aan de andere kant is juist bij de lokale overheid de bereidheid vaak wel groot om met afdoende antwoorden te komen bij vragen van journalisten. Gemeenten beseffen het belang van eerlijke communicatie wel degelijk, zo is mijn ervaring als redacteur. Snelheid is dan niet altijd het grootste wapen, volledigheid in beantwoording wel. Al blijft het beter om alle voor de hand liggende vragen alvast in het persbericht zelf te beantwoorden.

Ook landelijk probleem?

Net als op lokaal vlak, zijn er ook voldoende spanningen op ‘nationaal’ niveau tussen journalisten en persvoorlichters. GPD-redactiechef Frits Bloemendaal schrijft er zelfs een boek over, getiteld ‘De Communicatieoorlog’ (Ambo, 2008). Aanleiding voor het boek is de GPD-affaire. Twee voorlichters van het ministerie van Sociale Zaken raadpleegden honderden malen het interne netwerk van persdienst GPD, waarbij zij eerder hadden gewerkt. In oktober 2008 worden zij hiervoor door de rechtbank in Den Haag veroordeeld.

In het boek gaat Bloemendaal in op het veranderde voorlichtingsbeleid van de overheid. Hij spreekt van een oorlogsmachine die zich bezighoudt met beeld- en woordregie, corporate communication, public branding, proactieve communicatie, rapid response, damage control, framing en nieuwsmanagement. Om al deze termen apart uit te leggen zouden flink wat extra pagina’s nodig zijn, maar het komt erop neer dat men er volgens Bloemendaal tegenwoordig alles aan doet om de nieuwsstroom positief te beïnvloeden. Zie Bijlage I voor een interview met Bloemendaal over zijn boek.

Bloemendaal ging bij De Journalist eerder al in op de beschuldiging van socioloog Dick Pels dat de media zich laten leiden door marktaandeel en kijkcijfers en dat balans van de machtsstrijd is doorgeslagen naar de media. Wel is volgens Bloemendaal “de pers in het gat gesprongen dat door functieverlies van de politiek is ontstaan”. Volgens Bloemendaal grijpen politiek en voorlichting de

vermeende bedreiging van het politieke bestuur door agressieve media aan om een tegenoffensief in te zetten, met controle van de informatiestroom als sleutelwoord.

Peter Vasterman, universitair docent bij de leerstoelgroep Journalistiek van de afdeling Mediastudies, Faculteit Geesteswetenschappen, aan de Universiteit van Amsterdam, uit in een recensie op zijn blog op 22 december 2008 kritiek op het boek van Bloemendaal. “Hoewel het boek een interessant beeld schetst van de ontwikkeling van de overheidsvoorlichting, slaagt de auteur er niet in om de zware oorlogsmetaforen ook inderdaad geloofwaardig te maken. Daar is de bewijsvoering te zwak en te anekdotisch voor”, stelt de docent aan de UvA. Een gedegen analyse van het functioneren van de pers ontbreekt in het boek, en dat is jammer want het ‘antwoord’ van de overheid kan niet los worden gezien van de veranderingen in de journalistiek, aldus Vasterman. “Waarom zou er bij de overheid behoefte kunnen ontstaan aan het bijsturen van de berichtgeving? Zou dat niet te maken kunnen hebben met eenzijdige beeldvorming als gevolg van snel opduikende mediahypes?”, noemt hij als voorbeeld.

In november 2008 wordt Jeroen Sprenger projectdirecteur overheidscommunicatie nieuwe stijl bij het ministerie van Algemene Zaken. In die functie moet hij een betere onderlinge afstemming van voorlichtingsapparaten van de rijksoverheid bewerkstelligen, vertelt socioloog en voormalig journalist Kees Buijs in zijn blog ‘De ongemakkelijke relatie van journalisten, politici en voorlichters’ (maart 2009). Volgens Sprenger (inmiddels gepensioneerd) moest de journalistiek maar eens af “van haar diepgewortelde wantrouwen tegen de politiek en de overheid”, vertelt hij in 2008 tegen de Volkskrant. “Tegenover verwijten die voorlichters worden gemaakt, staan vervelende ervaringen met de media. Dat vergeten journalisten wel eens.”

Sprenger vindt wel dat de overheid wat meer vaart kon zetten achter het al dan niet inwilligen van verzoeken van journalisten. En daarin ook best wat ruimhartiger mag zijn. Sprenger: “De draad van wederzijds vertrouwen tussen politicus en journalist mag weer worden opgepakt, bijvoorbeeld door het politieke interview niet langer te autoriseren.”

Autorisatie

Juist dat autoriseren van interviews is een van de hete hangijzers die gemakkelijk een wig kan drijven tussen politiek, voorlichting en journalist. Een van de bekendste interviewers van het land, Frenk van der Linden, vertelt op 6 maart 2009 in het VARA-televisieprogramma *De Leugen Regeert* dat hij helemaal geen problemen heeft met het autoriseren van interviews. “Ik ben een mens van vlees en bloed en ik maak fouten. Die kun je prima laten corrigeren, maar het is heel belangrijk dat je vooraf goede afspraken maakt.”

Een andere gast in de discussie, Max van Weezel, is van mening dat journalisten die voor weekbladen schrijven het minder moeilijk hebben met autorisatie dan bijvoorbeeld journalisten die voor het AD of de Volkskrant werken. “Dan zegt zo’n voorlichter: ‘Dus jij wilt die primeur? Dat is prima, maar stuur dan alvast je vragen op en kom dan even langs voor een kop koffie en dan hebben we het erover.’ Ik heb het meegemaakt dat ik tijdens een interview een vraag stelde aan de minster, die daar op in wilde gaan, maar in de rede werd gevallen door de voorlichter die zei: ‘Dit hadden we niet afgesproken.’ En bij de feitelijke autorisatie worden soms hele lappen tekst toegevoegd die in het gesprek nooit naar voren zijn gekomen. Verder heb ik het meegemaakt dat het stuk naar nog een stuk of vijftien voorlichters door werd gestuurd, die met elkaar in overleg gingen. Als je bij een weekblad of voor een wekelijkse bijlage schrijft, dan kun je nee zeggen. Als dagbladjournalist moet je dagelijks produceren en heb je het maar te slikken, anders gaat de primeur gewoon aan je neus voorbij en stapt men naar de concurrentie.”

2.3.2 Kerntaken persvoorlichter

Natuurlijk zijn er de interne communicatietaken van een persvoorlichter, zoals het beheren van nieuwsbrieven voor personeel en het beheren van het gemeentelijke intranet. De taken die voor deze scriptie van belang zijn, hebben echter meer betrekking op omgang met de media. Persvoorlichting is namelijk maar één van de taken van de afdeling communicatie als geheel.

Communicatieafdelingen hebben een arsenaal aan communicatiemogelijkheden (verderop meer hierover) om te communiceren met de burger. In de handboeken over voorlichting zijn complete takenlijsten te vinden, van het klaarzetten van een diashow voor een presentatie tot het organiseren van een persconferentie. In ‘Carrière in Communicatie’ (Amsterdam, 2007) somt Van Ruler aan de hand van een onderzoek een top 5 op van belangrijkste taken van communicatiemedewerkers, die ze omschrijft als “kerntaken”.

1. Tekstproductie

Het voorbereiden en schrijven van teksten staat met stip op nummer 1. “Wie de dagelijkse stroom van bedrijfsmedia in de vorm van relatiemagazines, presentatiebrochures, long copy-advertenties, nieuwssites en fact sheets ziet, begrijpt dat dit een kern van het vakgebied is. (...) Het past ook bij de geschiedenis van het vakgebied. De wortels van het vak liggen in de creatieve en journalistieke tekstproductie”, aldus Van Ruler.

2. Beheer website

Hierbij gaat het volgens Van Ruler om het beheer en de content van de website voor intranet, extranet of internet. “Ook dat is in vrijwel iedere organisatie een taak van de afdeling communicatie.”

3. Advies communicatiemiddelen

‘Wanneer welke communicatiemiddelen inzetten’ is een vraag waar veel communicatiemedewerkers zich regelmatig over buigen. Dit geldt volgens Van Ruler overigens niet voor andere aspecten van het vak. “Die werden veel minder vaak genoemd.”

4. Coördinatie van communicatieprojecten

Een goede vierde is volgens het onderzoek het coördineren van communicatieprojecten. Driekwart van de afdelingen is hier vaak mee bezig, een kwart soms, niemand nooit.

5. Kwaliteitsbewaking

De kwaliteitsbewaking van de communicatieactiviteiten is volgens Van Ruler “een terechte zorg voor vrijwel alle afdelingen”.

Aardig detail van het onderzoek is dat ook een top 5 is gemaakt van taken waaraan communicatiemedewerkers doorgaans niet of nauwelijks tijd besteden.

1. Onderzoek om communicatieplannen te ontwikkelen of te evalueren.
2. Analyse van de publieke opinie.
3. Evaluatie van de commentaren van derden.
4. Uitvoering van lobbyactiviteiten.
5. Onderhouden van publieks- of klantcontacten.

Van Ruler maakt zich zorgen dat juist de analytische kant van het vak ontbreekt bij de kerntaken. Het moet tot nadenken stemmen dat een vakgebied dat zodanig in de communicatie in en om een organisatie wil interveniëren dat ze er iets (goeds) mee bereiken, zo weinig doet aan onderzoek om te achterhalen hoe ze dat het beste kunnen bereiken en of dat ook werkelijk is bereikt, betoogt Van Ruler.

2.3.3 Communicatiemiddelen persvoorlichter

Adviseurs beschikken over veel mogelijkheden om in de uitvoering van hun taken de burger te bereiken. Veel van deze communicatiemiddelen hebben direct of indirect raakvlakken met de media, zoals de genoemde sociale media.

Belangrijke communicatiemiddelen van gemeenten zijn (naast de besluitenlijsten van het college van Burgemeester en Wethouders, de openbare raads- en commissievergaderingen en de daarbij behorende stukken), de gemeentelijke website, de persberichten, de gemeenteberichten, de bewonersbijeenkomsten en de bewonersbrieven. Verder zijn daar onder andere nog de mogelijkheden van de lokale omroep, de kabelkrant en de sociale media, waarbij in de huidige tijd vooral Twitter en Facebook geliefde platforms zijn.

In korte tijd is de **gemeentelijke website** opgeklommen tot het belangrijkste communicatiemiddel van de Nederlandse gemeenten. De ruimte is onbeperkt, waardoor bijna alle onderstaande communicatiemiddelen zijn gebundeld op veel gemeentelijke websites. Bovendien is het een ideaal middel om burgers zaken vanuit huis te laten regelen. En aangezien bijna alle Nederlanders tegenwoordig beschikken over een internetverbinding, is de verwachting reëel dat deze vorm van communicatie alleen maar belangrijker wordt. De internetontwikkeling is een belangrijke reden voor de komst van de nieuwe Wet elektronische bekendmaking. Helaas voor uitgevers van lokale huis-aan-huisbladen bestaat de kans dat hierdoor in veel gemeenten binnen afzienbare tijd ook de gemeentepagina of stadskrant uit de gedrukte media verdwijnt.

De **persberichten** zijn voor de lokale/regionale journalist redelijk belangrijk. Vooral journalisten die werkzaam zijn in een gemeente met een actieve voorlichtingsafdeling kunnen er veel baat bij hebben doordat dergelijke berichten kunnen werken als een soort minialarm. De bewuste journalist wordt wakker geschud en stelt aan de hand van het persbericht een aantal kritische vragen of schakelt een (politiek) correspondent in.

In veel gevallen (zo blijkt uit hoofdstuk 5) worden dergelijke persberichten wel gebruikt, maar niet in de journalistiek positieve zin van het woord. Om welke reden dan ook (tijdsdruk, gebrek aan kennis) worden de persberichten vaak letterlijk naar de krant of website gekopieerd. Op die manier wordt het de betreffende gemeente wel heel gemakkelijk gemaakt als men slechts de positieve kant van een besluit voor het voetlicht wil brengen, terwijl besluiten vaak ook negatieve kanten in zich hebben. Die de gemeente in sommige gevallen liever niet benoemt, uit angst voor weerstand vanuit de gemeenschap. Het is niet in het belang van de gemeente, maar absoluut wel in het belang van zo objectief mogelijke journalistiek dat ieder bericht kritisch wordt gelezen.

Waar communicatie voor gemeenten in het verleden vooral eenrichtingsverkeer was richting de burgers, vinden gemeenten het nu uiterst belangrijk om ook de inwoners bij de besluitvorming te betrekken. Hen zelfs het gevoel te geven in het middelpunt ervan te staan. Hiervoor worden in iedere gemeente met enig regelmaat **bewonersbijeenkomsten** belegd. Men mag op deze avonden inspreken over bepaalde belangrijke besluiten. Dergelijke bijeenkomsten worden in de regel redelijk goed bezocht. Waarbij natuurlijk geldt dat hoe ingrijpender de maatregel, hoe drukker het zal zijn.

Een goede lokale journalist is echter altijd bij dergelijke avonden aanwezig, aangezien verschillende belanghebbenden bijeen zijn. De standpunten van de gemeente zijn over het algemeen wel bekend, maar zeker zo belangrijk is de mening van hen over wie het uiteindelijk gaat. Bewoners die verplicht moeten verhuizen omdat het oog van de gemeente is gevallen op de grond waarop hun huis staat, die moet ook aan het woord komen. En natuurlijk is de mening van een omwonende die klaagt over overlast door jongeren bij het jongerencentrum van belang voor het artikel wat daarover in de krant verschijnt. Los van het feit dat dergelijke meningen voor balans zorgen in een artikel, is het een uitstekende locatie om het netwerk verder uit te breiden.

Een communicatiemiddel 'uit de oude doos' is de **bewonersbrief**. Gemeenten (en ook andere overheden) prefereren tegenwoordig vooral tweerichtingsverkeer in communicatie met burgers, de bewonersbrief is echter nog altijd een veel voorkomende manier om een grote groep mensen uit de gemeente te attenderen op bepaalde zaken. De brief wordt vooral ingezet voor informatieve of instructieve berichten, die burgers persoonlijk aangaan. Als bijvoorbeeld een van de belangrijkste ontsluitingswegen in een dorp wordt opgeknapt, grijpen veel gemeenten naar de bewonersbrief, die daarmee nog altijd erg populair is. Zo kan in een keer aan een grote groep mensen worden uitgelegd hoe lang de werkzaamheden ongeveer gaan duren, wat de bedoeling is en welke alternatieven men heeft bedacht.

De bewonersbrief is over het algemeen niet erg waardevol voor journalisten, al zijn er uitzonderingen. Zo werd door de gemeente Katwijk in woonwijk de Zanderij een bewonersbrief verspreid over het feit dat de belangrijkste ontsluitingsweg van de nieuwbouwwijk voorlopig dicht moest wegens bezwaren die waren gemaakt bij de Raad van State over de openstelling van de bewuste weg. De gemeente had dit verder nog niet naar buiten gecommuniceerd, maar werd vervolgens 'overvallen' door enkele journalisten die waren getipt door wijkbewoners en vragen hadden over het besluit.

Een andere manier voor gemeenten om burgers te bereiken is de **lokale omroep** die, met behulp van stevige subsidies, verplicht is alle gemeenteraads- en commissievergaderingen rechtstreeks uit te zenden. De kijk- en luistercijfers zijn meestal bedroevend, maar vanuit het oogpunt van een lokale journalist is het een handig alternatief om alsnog een vergadering te kunnen volgen. Al blijft lijfelijk aanwezig zijn de beste manier van het volgen van dergelijke vergaderingen, omdat het nu eenmaal erg

lastig is om vanuit huis in de pauze of na afloop van de vergadering een raadslid of wethouder aan te schieten voor wat aanvullende vragen.

Diezelfde lokale omroep zorgt over het algemeen ook voor de nieuwsinvulling van de **kabelkrant**, zeg maar het teletekst van de lokale omroep. Al kunnen in Katwijk verenigingen bijvoorbeeld een eigen pagina beheren. Erg handig om zodoende in een keer veel leden te bereiken.

Het laatste in deze scriptie genoemde middel om burgers te bereiken zijn de al eerder genoemde **gemeenteberichten**, die (nog) een verplichting zijn voor gemeenten, maar ook als voordeel hebben belangrijke data en mededelingen af te drukken in het huis aan huis bezorgde week- of advertentieblad. Meer over het wel en wee van gemeenteberichten is te lezen in hoofdstuk 3. Zoals al betoogd zijn gemeenten verplicht bepaalde informatie tijdig openbaar te maken, zoals vergunningsaanvragen en wijzigingen van bestemmingsplannen. De gemeentepagina vormt een uitstekend middel om in één keer veel mensen te bereiken.

Wat opvalt (en ook beschreven staat) bij de voorgaande opsomming, is dat bij ieder punt wel iets te vinden is dat direct of indirect te maken heeft met (lokale) media. Persvoorlichting is maar een onderdeel van de taken die de afdeling communicatie heeft, maar de media spelen daarbij in veel gevallen een grote rol. Daar wordt de ‘slag om het publieke vertrouwen’ geleverd.

2.3.4 Slag om het publieke vertrouwen

In 2001 verscheen het rapport van de commissie-Wallage, getiteld ‘In dienst van de democratie’ (Den Haag, 2001). Daarin betoogt een commissie van communicatiedeskundigen dat de betrekkingen tussen overheid en burger in hoge mate wordt bepaald in de media. Volgens het rapport vormen de media niet alleen een kanaal waarlangs informatie over overheidsbeleid burgers bereikt, maar zijn zij feitelijk een platform waarop krediet wordt verworven of verloren voor beleid. “De ‘slag om het publieke vertrouwen’ wordt mogelijk meer nog in de media geleverd dan in het parlement. Bovendien wordt de agenda van het overleg tussen parlement en regering steeds vaker beïnvloed door hetgeen zich op het publieke platform in de media afspeelt.” Communicatie verschuift volgens de commissie steeds meer van de zijlijn naar het hart van het beleid.

Een belangrijke aanbeveling van de commissie is dan ook een proactieve houding in het communiceren met de burger. In eigen woorden: ook al is het beleid nog niet aanvaard (dus een besluit nog niet door een meerderheid in de Tweede Kamer is goedgekeurd), dan nog mogen voorlichters best actief het voorgestelde beleid onder de aandacht brengen via de hen daarvoor ter beschikking staande middelen, zoals de media. De burger krijgt via de critici immers ook meteen een tegengeluid te horen.

Kritiek

Iemand die stevige kritiek heeft op het rapport van de commissie-Wallage, is de bij 2.2.1 al geïntroduceerde Gerard Schuijt, voormalig hoofddocent aan de Universiteit van Amsterdam en gepensioneerd bijzonder hoogleraar mediarecht aan de Universiteit Leiden. Vooral op het punt waar de commissie een proactieve communicatie aanbeveelt bij (nog) niet aanvaard beleid, trekt Schuijt in het *Nederlands Juristenblad* fel van leer tegen de commissie. “De commissie-Wallage schrijft onverbloemd: ‘Waar de burgers, via nieuwsvoorziening én betaalde informatie door de critici van het beleid ruimhartig van contra-informatie worden voorzien, is het niet meer dan redelijk dat ook de regering in dit stadium van de beleidsontwikkeling alle informatiekkanalen kan gebruiken’. Ik begin hier heel erg achterdochtig te worden. Dat een minister zijn voorgenomen beleid niet alleen tegenover het parlement, maar ook in en tegenover de media verdedigt, is niet meer dan normaal, maar als ook zijn voorlichtingsdiensten gaan meedoen met een communicatieoffensief, dan ga ik als eenvoudig burger die voorlichting niet meer vertrouwen.”

Hoewel de commissie verschillende strikte voorwaarden (bijvoorbeeld: informatie dient feitelijk van aard en zakelijk van toonzetting te zijn, herkenbaar als afkomstig van overheid, inhoud beleid centraal en niet politicus) stelt aan deze proactieve houding, heeft Schuijt weinig fiducia in de praktische uitvoering. “Ik ben bang dat de overheidsvoorlichting, als de voorlichtingsprincipia van Van Heuven Goedhart, Biesheuvel en Van der Voet (eerdere commissies die zich bezighielden met onderzoek naar overheidscommunicatie en bijzonder terughoudend waren bij communicatie over niet aanvaard beleid, GK) ‘offensiever’, uitgelegd gaan worden, zoals de commissie-Wallage wenselijk acht, zo niet propagandistisch, dan in elk geval gelijkhebbender en ruziënder van toon, kortom verpolitiekt, wordt.”

Andere functie journalist

Het wantrouwen van Schuijt wordt naar eigen zeggen versterkt door een clash tussen voorlichters en journalisten, zoals commissievoorzitter Wallage beschrijft in *De Journalist* van 7 september 2001, waarbij de voorlichters vooral heel negatief zijn over de journalistiek. De ruzie wordt bijgelegd, maar in het rapport ademt het volgens Schuijt op sommige plaatsen nog naar de ontevredenheid van de voorlichters over de inhoud van de media. “Maar men dient niet te vergeten dat de journalistiek een geheel andere functie heeft. Als een journalist een beleidsnota van een minister – of het met veel ijver en nauwgezetheid door een ambtenaar gemaakte persbericht erover – integraal in de krant zou zetten, zou geen hond dat lezen. De journalist zou dan niet communicatief bezig zijn. De journalist moet zijn bericht dus zo presenteren dat de lezer snel te weten komt wat voor hem van belang kan zijn, zonder mitsen en maren en details.”

Hans Hillen kraakt in ‘Overheidscommunicatie’ (Utrecht/Zutphen, 2003) tegenover Jumelet en Wassenaar ook een kritische noot over het rapport. Hij mist vooral de aandacht voor wederkerigheid in de aanbevelingen van de commissie-Wallage. “Het rapport van Wallage ademt de sfeer van ‘wij (dat is de overheid) zijn voortreffelijk en dat moeten we beter communiceren’. Maar beleid dat niet geaccepteerd wordt, is per definitie niet voortreffelijk.”

2.3.5 Informatief of persuasief?

Daarmee is de essentie van een goed communicatiebeleid van de (lokale) overheid ter sprake gekomen. Communicatie is een breed begrip en gaat generaal gesproken over informatie overbrengen, maar eenrichtingsverkeer is dat al lang niet meer, aldus Jumelet en Wassenaar (2003).

“Eenrichtingsverkeer is niet verdwenen, maar is steeds minder bruikbaar als je mensen wilt informeren, motiveren of tot een andere gedraging aan wilt zetten. (...) Voor veel overheidscommunicatie geldt evenwel dat de ‘distributie’ van boodschappen terrein verliest aan ‘consultatie’. Preken maakt plaats voor vraaggericht sturen.” Volgens de auteurs is duidelijk dat vertrouwde begrippen als ‘zender’ en ‘ontvanger’ hun langste tijd hebben gehad. “Burgers zijn niet meer zozeer ontvangers als wel gebruikers van informatie geworden die zelf uitmaken of en hoe ze met de overheid en met overheidsboodschappen om willen gaan.”

Het rapport van de commissie-Wallage (2001) was er in de eerste plaats op gericht om te komen tot aanbevelingen om de overheidscommunicaties bij de landelijke overheid te verbeteren, maar de aanbevelingen waren (en zijn) ook nuttig voor de lokale en provinciale overheid. Vertaald naar de lokale situatie denkt de commissie dat, juist door zich goed te profileren in de lokale/regionale media, gemeenten veel invloed kunnen uitoefenen op de publieke opinie.

Dat gebeurt volgens Van Ruler (2007) steeds professioneler en op zo’n manier dat het voor de journalistiek zo eenvoudig mogelijk is om de persinformatie over te nemen. Kant-en-klare persberichten, compleet met foto’s worden naar de redacties van dag-, week- en huis-aan-huisbladen gestuurd. De journalist heeft het druk en plaatst het bericht klakkeloos in de krant. Uiteraard komt de organisatie die het bericht stuurde, het best uit de verf in het bericht. Hoor en wederhoor is niet de taak van een persvoorlichter, aldus Van Ruler.

Toch worstelt de communicatiewereld volgens Van Ruler nog altijd met de vraag wanneer voorlichting informatief moet zijn (we vertellen het hele verhaal), en wanneer persuasief (we vertellen alleen wat nu goed uitkomt). Mondige burgers, die veel minder vaste binding aan instituties hebben, ook niet aan één politieke partij, beoordelen het overheidshandelen ad hoc, zo schrijft de commissie-Wallage in haar rapport. “De wijze waarop in de media het beleid wordt weergegeven en van commentaar wordt voorzien, speelt in die oordeelsvorming natuurlijk een

belangrijke rol. De media vragen, in zekere zin als voorhoede van een kritische bevolking of van belangen, indringend om verantwoording. Daarmee is de context voor overheidsvoorlichting en -communicatie aanzienlijk relevanter geworden voor het draagvlak van overheidshandelen. (...) Voorlichting alleen is niet meer voldoende, verantwoording wordt steeds belangrijker om het vertrouwen van de burger te winnen en behouden.”

Rol van de media

Een persvoorlichter wordt nog altijd zeer gewaardeerd als hij of zij iets ‘goed in de krant’ krijgt. Toch is de ontwikkeling dat de communicatieafdeling richting de pers steeds meer een soort pr-machine wordt, niet onverdeeld positief. In ieder geval niet voor de media. Die moeten extra scherp zijn op uitingen van een gemeente. Het komt steeds vaker voor, zo blijkt uit de praktijk, dat voorlichters de positieve kanten van een besluit belichten en de negatieve kanten niet noemen (persuasieve voorlichting). Dat beschrijft ook Frits Bloemendaal uitgebreid in zijn boek ‘De Communicatieoorlog’ (Amsterdam, 2008). Vanuit gemeentelijk oogpunt is dat begrijpelijk, men wil draagvlak creëren voor het plan. Aan de lokale/regionale media als luis in de pels van de democratie de taak een volledig beeld te geven van de situatie.

Daarnaast vormen juist de lokale/regionale media ook een soort platform waar iedereen terecht kan met zijn standpunten. Bij een besluit is het een goed journalistiek gebruik om (indien mogelijk) alle partijen aan het woord te laten. Zo kan de lezer zich een goed beeld vormen en is de journalist de boodschapper. Doordat steeds meer gemeenten er een heuse pr-machine op nahouden en de druk op de redactie erg hoog is, bestaat het gevaar dat eenzijdige berichtgeving ontstaat.

De commissie-Wallage gaat zoals eerder betoogd ook in op de rol van de media bij de slag om het publieke vertrouwen. Wie de feiten naar zijn hand probeert te zetten, wordt volgens de auteurs snel ontmaskerd. Er zal volgens de commissie altijd ruimte zijn voor het ‘masseren’ van de berichtgeving door belanghebbenden. “Alleen al door de selectie van hetgeen actief openbaar wordt gemaakt, vindt een zekere kleuring van het nieuws plaats.” Maar volgens de commissie zijn de corrigerende krachten (de steeds beter opgeleide burger die zich niet meer met een kluitje in het riet laat sturen en de permanent kritische houding van journalisten ten opzichte van de overheid) ook niet kinderachtig. Daarbij heeft de commissie veel vertrouwen in het ‘zelfreinigend vermogen’ van de journalistiek.

Nog even inzoomend op de lokale situatie, is de zelfreiniging op zich niet het probleem. Wel het gebrek aan tijd voor die zelfkritische houding door een steeds hogere werkdruk op de redacties. Dat geldt voor lokale/regionale media misschien nog wel meer dan voor landelijke media. Meer hierover bij 2.4.2.

2.4 Toekomstbeeld

2.4.1 Opkomst internet

Gezien de economische crisis waarin Europa verwickeld is en de bezuinigingen die daardoor bij alle overheidslagen moeten worden doorgevoerd, lijkt het een kwestie van tijd voordat de eerste gemeente het publiceren van de gemeenteadvertentie in het huis-aan-huisblad achterwege laat. Die verwachting wordt alleen maar versterkt door de invoering van de Wet elektronische bekendmaking, waardoor gemeente niet meer verplicht zijn de gemeenteberichten wekelijks op papier huis aan huis te laten bezorgen.

De wet speelt in op de ontwikkeling dat in Nederland bijna iedereen toegang heeft tot het internet. Iedere gemeente beschikt over een website waarop dergelijk berichtgeving ook prima gepubliceerd kan worden, zo is de redenering. Bovendien kennen steeds meer ouderen de weg op internet, dus die vormen ook geen belemmering meer om vast te houden aan de in het huis-aan-huisblad gepubliceerde gemeentenieuws.

Lokale nieuwswebsites

Steeds meer uitgevers proberen het gat van de dalende advertentie-inkomsten terug te dringen door ook op internet actief te worden. Alleen al in de Duin- en Bollenstreek (mijn werkerrein, GK) zijn zeker vier mediabedrijven in 2011 gestart met een nieuwswebsite. De eerste (Dichtbij.nl van Telegraaf Media Groep) kwam tot stand met een leuk steuntje in de rug van het Stimuleringsfonds voor de pers van bijna 400.000 euro. Dichtbij zegt hyperlokaal te zijn, men doet ook uitdrukkelijk aan burgerjournalistiek. Oftewel, de lezer kan zelf 'nieuws' op de site zetten. De dagbladenafdeling van TMG, waaronder HDC Media valt die weer het Leidsch Dagblad uitgeeft, probeert met Vandaag.nl sinds oktober 2011 het dagbladennieuws te combineren met een soortgelijk hyperlokaal idee. Ook hier droeg het Stimuleringsfonds voor de pers een lief duitje bij, ongeveer 250.000 euro.

Tussen al het subsidiegeweld probeert ook Buijze Pers (met Nieuwsvanhier.nl) voet aan de grond te krijgen, naast hun bekende titels Woensdagkrant en Weekendkrant. De vierde speler die actie is in de Duin- en Bollenstreek is VOL Nieuws, al past die niet helemaal in het rijtje aangezien men bij VOL Nieuws alleen op internet actief is. Verder zijn er nog enkele lokale websites, al dan niet van lokale omroepen, die soms heel behoorlijke bezoekersaantallen scoren met hun website.

2.4.2 Afname aantal bladen en (lokale) journalisten

Een belangrijk gevolg van de nieuwe wet, in combinatie met alle bezuinigingen, kan zijn dat in sommige gemeenten binnen afzienbare tijd helemaal geen huis-aan-huisblad meer verschijnt. De lokale advertentiemarkt is nu al op sterven na dood, simpelweg omdat steeds minder lokale ondernemers het hoofd boven water kunnen houden. En hoe onverstandig het ook kan zijn, de advertentie in het lokale huis-aan-huisblad is meestal het eerste dat sneuvelt. Onverstandig omdat naamsbekendheid nu eenmaal belangrijk is voor een lokale ondernemer en de meeste huis-aan-huisbladen zeer goed gelezen media zijn. Aan de andere kant begrijpelijk, aangezien ondernemers liever hun personeel blijven betalen dan dat ze hun geld naar de uitgeverij brengen.

Een direct gevolg van het voorgaande is dat ook het aantal journalisten zal dalen dat werkzaam is bij dergelijke media. Waar veel redacties toch al moeten krimpen door teruglopende inkomsten met hun huis-aan-huisbladen, zullen de genoemde ontwikkelingen geen positieve invloed hebben op het aantal lokale journalisten. Een trend die steeds vaker voorkomt, is de parttime in dienst zijnde eindredacteur die zelf een aantal artikelen schrijft en daarnaast enkele correspondenten aanstuurt.

Geen waakhond meer

De meeste oplossingen die uitgevers bedenken, zijn uit nood geboren en er vooral op gericht om in ieder geval nog wekelijks een krant op de deurmat te laten vallen. Want ideaal is de situatie al lang niet meer. Door de grotere werkdruk hebben lokale journalisten nauwelijks nog tijd zich echt in de materie te verdiepen en de waakhond te zijn die men zo graag wil zijn. Veel redacteurs (soms zelfs die van het regionale dagblad) komen niet verder dan het bewerken van ingekomen persberichten, of deze zelfs klakkeloos ‘door te gooien’ in het redactiesysteem. Een paradijs voor de communicatieadviseur van de gemeente, die zijn/haar tekst letterlijk terugziet in de media. Wenselijk is zo’n situatie allerminst, aangezien gemeentelijke persberichten soms prima geplaatst kunnen worden onder de noemer ‘gemeentelijk propaganda’.

Uitzondering

Een uitzondering op de regel van het terugbrengen van het aantal redacteurs is in het onderzoeksgebied voorlopig Buijze Pers. De Noordwijkse uitgeverij verloor dit jaar drie lokale titels (De Zeekant in Noordwijk, De Lisser in Lisse en De Hillegommer in Hillegom), maar versterkte juist het redactionele team voor de Duin- en Bollenstreek. Dit had natuurlijk alles te maken met de genoemde website Nieuwsvanhier.nl, die de leegte moet opvullen van het wegvallen van alle lokale edities in de Duin- en Bollenstreek van deze uitgeverij. Naast de genoemde titels verdwenen namelijk al eerder het Katwijkse Weekblad (2008) en Nieuwsblad Teylingen (2009).

2.4.3 Vertaalwerk is nodig

Het veranderende lokale/regionale medialandschap door het verdwijnen van lokale kranten heeft ook invloed op de communicatie tussen lokale overheid en burger. Zoals al aangegeven maakt de communicatieafdeling vaak gebruik van de media om met de burger te communiceren en wordt de slag om het publieke vertrouwen volgens de commissie-Wallage juist in de media geleverd, veel meer dan in het parlement. Om het lokaal te houden: in de gemeenteraad. Als kranten verdwijnen, is de burger steeds meer aangewezen op informatie die rechtstreeks bij overheid vandaan komt. Dat lijkt juist heel positief en is natuurlijk ook niet per definitie negatief, maar er is toch een probleem (geïnspireerd door Gerard Schuijt, in eigen woorden opgeschreven, GK). Informatie die rechtstreeks van de overheid komt, is heel erg compleet. En dat betekent in dit geval: heel erg saai, niet doorheen te komen. Wat de meeste mensen dus ook niet lukt, waarmee het doel (de burger bereiken) wordt gemist. De journalist als ‘vertaler’ van het ondoordringbare web van vakjargon en oeverloze lappen tekst van een besluit is juist onmisbaar voor de burger om duidelijk voor ogen te houden waar het in het kort om gaat. Schuijt: “Dan valt er wel wat over de rand en soms wordt er wel eens iets verdraaid. Niettemin heeft de journalist zijn signaalfunctie vervuld en dat is belangrijker.”

Het gaat er volgens de gepensioneerde bijzonder hoogleraar mediarecht om dat de burger door de media op het spoor is gezet. “En meestal geschiedt dat redelijk betrouwbaar. Soms verschaffen de media achtergrondinformatie over het hoe en waarom en soms uiten zij kritiek of vormen zij een platform voor kritiek van anderen.” Als de burger bepaalde informatie echt correct en volledig nodig heeft, kan hij volgens Schuijt nooit op een kranten- of omroepbericht afgaan. “Dan moet hij de beschikking kunnen krijgen over het onderliggende document.”

Met de nieuwe, proactieve manier van overheidscommunicatie probeert de commissie-Wallage de journalistiek dus eigenlijk ‘overbodig’ te maken. Naast de toegang tot de bij besluiten behorende documenten, stelt men ook persberichten op waarin de voorlichter in ieder geval de mogelijkheid heeft om berichten op een bepaalde manier schrijven of besluiten in te kleden. Vooral op lokaal niveau is dat een succesnummer, zo laat hoofdstuk 5 zien. En om met Schuijt te eindigen: “Dan heb ik nog altijd liever dat een boodschap door een onafhankelijke journalist voor mij wordt vertaald, dan door een ambtenaar.”

2.5 Conclusies

Burger als partner

Communicatie tussen overheid en burger schuift in allerlei opzichten op. Het zender-ontvangermodel is niet meer van deze tijd, de overheid ziet de burger als volwaardige ‘partner’. De ‘slag om het vertrouwen’ van de burger wordt daarbij steeds meer in de media gevoerd. Dat de overheid, door in te stemmen met het overgrote deel van het rapport van de commissie-Wallage, de journalistiek buitenspel probeert te zetten, is wat overtrokken. Het klopt (dat maak ik in mijn dagelijks werk mee) dat ook over nog niet vastgesteld beleid persberichten worden verstuurd door bijvoorbeeld de gemeente Katwijk. Dezelfde besluitenlijst die journalisten gebruiken om nieuwtjes uit te filteren, wordt tegenwoordig ook gebruikt door de gemeentelijke persvoorlichters. Het is in Katwijk echter niet zo dat men negatieve zaken bewust verzwijgt. Voor deze steeds meer proactief communicerende overheid (ook over nog niet vastgesteld beleid) zullen de journalisten wel alert moeten zijn en (nog) kritischer worden op persberichten vanuit de overheid. Want onbewust kan de berichtgeving toch in het voordeel van de gemeente zijn.

Meer met minder

In ‘Popup, de botsing tussen oude en nieuwe media’ (Amsterdam, 2007) beschrijven Henk Blanken en Mark Deuze hoe sinds de jaren tachtig de lokale en regionale journalistiek “langzaam maar zeker de nek is omgedraaid”. Maar ondanks de problemen waarin veel lokale media zich bevinden, bestaan ze nog steeds. De nieuwswebsites die uitgeverijen opzetten - om maar mee te gaan in de vaart der volkeren - leveren weinig op, de inkomsten staan vaak niet in verhouding tot de kosten van een site. Gevolg is dat dezelfde hoeveelheid werk door steeds minder journalisten moet worden gedaan, en dan liefst zonder verlies aan kwaliteit. Uitgeverijen zijn door dalende inkomsten genoodzaakt flink te snijden in de redactie, wat de onafhankelijkheid van de media niet ten goede komt. Journalisten krijgen het daarbij steeds zwaarder te verduren, omdat de hoeveelheid werk blijft, maar ze dit werk met steeds minder mensen moeten doen. Steeds meer taken worden uitbesteed aan freelancers.

Geen steun

Zorgwekkend is het eerste woord dat binnenvalt, vooral bij het lezen van het laatste deel van het hoofdstuk. De trend, zowel landelijk als op lokaal/regionaal gebied, is dat er steeds minder geld voor (lokale/regionale) journalistiek beschikbaar is door dalende advertentie-inkomsten. Ook de gemeentelijke overheid werkt niet zo hard meer mee door flink te bezuinigen op de gemeentepagina, een belangrijke bron van inkomsten voor kleinere uitgeverijen. De overheid zegt de rol van de journalistiek als luis in de pels van de democratie te koesteren (toespraak Donner over WOB), maar doet weinig moeite om diezelfde media ook maar enigszins te ondersteunen. Al is het niet primair haar verantwoordelijkheid, door telkens weer te snijden in het budget voor de gemeenteadvertenties, helpt de lokale overheid de lokale journalistiek mede om zeep.

3 Aanbesteding gemeentelijke publicaties

3.1 Inleiding

Zoals al eerder gememoreerd, de meeste mensen hebben ooit wel eens een gemeenteadvertentie onder ogen gehad. Dit is ook meteen de kracht van het huis-aan-huisblad, de krant valt bij bijna iedereen ongevraagd op de deurmat. Dat is voor gemeenten belangrijk, aangezien iedereen de publicaties moet kunnen lezen. Men moet er echt voor kiezen (door een nee-nee-sticker op de brievenbus te plakken) om het blad met daarin de gemeentelijke publicaties niet te ontvangen.

In dit hoofdstuk komt als eerste de openbare aanbesteding van de stadskrant/gemeentepagina aan de orde. Hieruit blijkt dat van de onderzochte gemeenten vooral Katwijk er een aparte manier van ‘aanbesteden’ op nahoudt. Die gemeente organiseert eigenlijk helemaal geen aanbesteding. Gezien het feit dat hierdoor andere partijen nooit de gelegenheid krijgen om ook een aanbod te doen, kan het zo zijn dat de gemeente veel meer betaalt dan nodig is. De beantwoording van vragen - die uiteraard al meerdere keren volgden - vanuit de gemeenteraad, laat hier en daar ook te wensen over, zo blijkt na onderzoek.

Ook wordt ingegaan op de vraag wat er allemaal precies vooraf gaat aan zo’n wekelijkse gemeentelijke publicatie. Zo stellen niet alle onderzochte gemeenten bijvoorbeeld dezelfde eisen aan uitgeverijen die dergelijke belangrijke informatie wekelijks publiceren. De gemeenten Haarlemmermeer en Leiden hebben ook eisen en wensen die de inhoud en integriteit van de krant aangaan.

De gemeenteadvertenties blijken ook grote invloed te kunnen uitoefenen op het lokale/regionale medialandschap. Burgemeester Aleid Wolfsen van Utrecht gebruikte de gemeenteberichten bijvoorbeeld als machtsmiddel om een voor hem belastend artikel uit het huis-aan-huisblad te houden dat die berichten nog altijd wekelijks publiceert. En als gevolg van een aanbesteding waarbij de winnende aanbieder ver onder de gangbare prijs ging om zodoende de gemeenteberichten binnen te halen, luidde die beslissing van drie gemeenten in de Duin- en Bollenstreek het einde in van drie lokale huis-aan-huisbladen. Inderdaad, de bladen die eerst de gemeenteberichten publiceerden.

3.2 Openbare aanbesteding

Gemeentelijke publicaties worden door gemeenten in veel gevallen openbaar aanbesteed. Net als een openbaar werk, zoals het opknappen van de Hoofdstraat in dorp X. De gemeente in kwestie stelt een aantal eisen voor de publicatie zoals kwaliteit van bezorgen en druk kwaliteit (zie verderop in dit

hoofdstuk), waarop partijen inschrijven en een offerte indienen. De uitgever met het laagste bod mag de gemeentelijke publicaties voor de duur van het contract afdrukken in het huis-aan-huisblad dat in de betreffende gemeente verschijnt. In het recente verleden gebeurde het nog wel eens dat de gemeente niet voor het laagste bod (bijvoorbeeld de gemeente Teylingen in 2009), maar dit komt in de huidige tijden van financiële malaise waarschijnlijk nauwelijks nog voor. Ook voor gemeenten lijken de kosten inmiddels per definitie doorslaggevend te zijn.

Of toch niet zo openbaar?

Echter, niet alle gemeenten besteden hun gemeenteberichten uit. Laat één van de gemeenten die dit niet doet, nu juist Katwijk zijn; een gemeente die onderdeel is van deze scriptie. Bij Katwijk is de slogan ‘eigen volk eerst’ op zijn plek. Het is nergens letterlijk op papier terug te vinden, maar concreet betekent het dat de uitgeverij die de Katwijkse gemeentepagina publiceert, bij voorkeur een lokale krant dient te zijn en liefst ook een lokaal bedrijf.

En dan is men er bij de gemeente Katwijk snel uit, aangezien er überhaupt maar één uitgeverij in Katwijk is die zich bezighoudt met huis-aan-huisbladen, te weten Uitgeverij Verhagen. De andere uitgeverijen die in Katwijk met een krant uitkomen, zijn Buijze Pers met de Woensdagkrant en Weekendkrant (gericht op de Duin- en Bollenstreek met wekelijks ongeveer vier pagina’s nieuws over Katwijk) en Holland Combinatie met het Witte Weekblad (de Katwijkse editie is toch echt vooral gericht op Katwijk).

Maar dat de uitgever bij voorkeur uit Katwijk dient te komen, is de gemeente nog niet ‘bont’ genoeg, zo blijkt na onderzoek. Want de krant van Uitgeverij Verhagen waarin de gemeentepagina wordt gepubliceerd, De Katwijksche Post, is ook nog eens een abonnementskrant. De oplage van 9.100 is bij lange na niet genoeg om alle Katwijkers wekelijks van gemeentelijke informatie te voorzien. De gemeente heeft ondertussen wel bedongen dat de pagina ook in De Rijnsburger/De Valkenburger komt (aangezien die twee plaatsen ook vallen onder de gemeente Katwijk) en als er meldingen zijn die de gemeente verplicht aan alle inwoners gemeld moeten worden, ook in de Katwijk Speciaal, de krant die wel huis aan huis door heel Katwijk wordt verspreid.

Toch kiest de gemeente niet voor plaatsing in de Katwijk Speciaal en de Rijnsburger/Valkenburger. Beide kranten samen worden huis aan huis verspreid in de gehele gemeente, waardoor in 1 klap het probleem opgelost zou zijn. Volgens communicatieadviseur Willy-Janne Heemskerk van de gemeente Katwijk is het vooral een keuze voor kwaliteit: “De abonnementskrant De Katwijksche Post is voor de gemeente een meerwaarde, omdat deze krant volgens ons de meeste diepgang biedt. Voorheen werd de gemeentepagina doorgeplaatst in De Katwijksche Post, maar in verband met de kosten is dit helaas niet meer mogelijk.”

Vanuit de gemeenteraad zijn al verschillende keren vragen gesteld over de kwestie, in december 2011 door de lokale partij GemeenteBelangen. De partij vraagt zich af of het toch niet beter is om de gemeentepagina uit te besteden. Uit kostenoverweging en om het feit dat veel Katwijkers nu verstoken blijven van de informatie op de gemeentepagina.

De beantwoording bevestigt het geschetste beeld hoe de gemeente Katwijk omgaat met andere dan Katwijkse media. De gemeente wijst mogelijke plaatsing van de gemeenteberichten bij meer regionaal georiënteerde media bij voorbaat af.

Volgens de gemeente is de verhouding prijs/kwaliteit bij de Katwijkse uitgeverij beter dan die bij de meer regionaal gerichte huis-aan-huisbladen en ook aan de bezorging van de concurrenten van de Katwijkse uitgeverij schort volgens de gemeente het één en ander. Een onderbouwing met cijfers ontbreekt echter bij de beantwoording. Navraag bij Heemskerk leert dat de gemeente deze cijfers wel heeft, maar al van een aantal jaar geleden zijn.

Onderzoek

Een ander argument verdient het om nader onderzocht te worden: “Gratis huis-aan-huisbladen met een dekking van alle huishoudens in Katwijk kenmerken zich door een aanzienlijke hoeveelheid reclame en minder binding met de lokale omgeving dan de Rijnsburger/Valkenburger en De Katwijksche Post.”

Het eerste deel van dit argument (aanzienlijke hoeveelheid reclame in andere dan de kranten van Verhagen) is aantoonbaar niet waar. Dat laat een klein onderzoek bij de drie kranten in vergelijking met de concurrentie in de maand februari van 2012 zien.

- De Katwijksche Post (abonnementskrant) bevat het minste aantal advertenties in vergelijking met de andere kranten. Gemiddeld bestaat ruim 60 procent van de krant uit tekstpagina's.

- De combinatiekrant Rijnsburger/Valkenburger bestond in de maand februari gemiddeld voor 42,5 procent uit tekstpagina's, de Katwijk Speciaal deed het iets beter met 44,7 procent.

- Het Witte Weekblad (editie Katwijk, Rijnsburg, Valkenburg) van Holland Combinatie is toch meer een advertentieblad dan een nieuwsblad, zo blijkt uit het onderzoek. Gemiddeld nog geen 30 procent van het aantal pagina's wordt redactioneel ingevuld. Echter, in de meeste gevallen heeft het nieuws in het Witte Weekblad volledig betrekking op de gemeente Katwijk.

- De kranten van Buijze Pers (Woensdagkrant en Weekendkrant) daarentegen bevatten gemiddeld tussen de 40 en 50 procent aan tekstpagina's en doen daarmee niet onder voor de Rijnsburger/Valkenburger en de Katwijk Speciaal.

Waar de gemeente Katwijk overigens gelijk in heeft, is dat vooral de kranten van Buijze Pers veel meer bieden dan alleen Katwijks nieuws, wat gemiddeld uit zo'n twee pagina's per editie bestaat. Puur op basis van aantallen kunnen deze kranten inderdaad niet tippen aan kranten die alleen lokaal nieuws brengen. Maar een korte scan leert dat het meeste belangwekkende nieuws (al is dat subjectief) uit Katwijk te vinden is in de uitgaven van Buijze Pers. In kortere vorm uiteraard, de hoeveelheid ruimte is nu eenmaal minder.

Binding

Ook het tweede deel van het argument (binding met de lokale omgeving) is op zijn minst twijfelachtig. Dat blijkt vooral uit het recente verleden, toen bijvoorbeeld ook Buijze Pers met het Katwijks Weekblad nog een lokale editie had in Katwijk. Een krant met vergelijkbare cijfers als bijvoorbeeld De Katwijksche Post als het ging om redactionele invulling. Maar ook toen was een openbare aanbesteding niet aan de orde en werd de gemeentepagina gegund aan de Katwijkse uitgeverij. Een situatie die door de jaren heen dus niet veranderd is.

Een laatste argument van de gemeente in deze kwestie is dat De Katwijksche Post en De Rijnsburger/De Valkenburger een hoog bereik en dito leesintensiteit hebben. Aangezien de gemeente dit als argument gebruikt om hun keuze voor het plaatsen van de gemeentepagina te verdedigen, kunnen we stellen dat het bereik en de leesintensiteit van andere in Katwijk verschijnende kranten volgens de gemeente dus minder groot is. Maar ook nu ontbreekt de onderbouwing met bijvoorbeeld een recent vergelijkend onderzoek.

3.3 Eisen gemeentepagina/stadskrant

Voor zover gemeenten specifieke eisen en wensen hebben bij de aanbesteding van de gemeenteberichten, komen bepaalde eisen bij iedere gemeente terug. Grofweg zijn die eisen onder te verdelen in twee categorieën: niet-inhoudelijke eisen (zoals druk kwaliteit) en inhoudelijke eisen (zoals percentage redactionele pagina's).

3.3.1 Niet-inhoudelijke eisen

De niet-inhoudelijke eisen komen voor in verschillende soorten en maten en het opsommen van alle eisen die alleen al voorkomen bij de onderzochte gemeenten, zou een behoorlijk lange lijst opleveren. Daarom hieronder enkele van de meest voorkomende, gebruikelijke eisen die gemeenten stellen bij de aanbesteding of de overeenkomst met de uitgeverij.

Locatie

De ene gemeente wil graag voorin in de krant staan, een andere gemeente liever in het hart van een krant. Bij de Stadskrant is het gebruikelijk dat de gemeente de achterpagina's (gedraaid) gebruikt en zo een eigen soort krant binnen de huis-aan-huiskrant realiseert. De eisen verschillen per gemeente en worden over het algemeen vooraf aangegeven. Een uitgever is bij voorbaat kansloos als niet aan de voorwaarde van locatie in de krant kan worden voldaan. Iets wat overigens nauwelijks voorkomt, aangezien dergelijke contracten met gemeenten dusdanig veel geld opleveren dat uitgevers altijd bereid zijn eventuele aanpassingen te doen aan de opbouw van de krant zodat de gemeenteberichten/stadskrant ingepast kunnen worden.

Eisen bezorging

De meeste uitgeverijen beschikken over recente bezorgingscijfers. Dergelijke cijfers spelen een belangrijke rol bij de aanbesteding, aangezien het bereik in de gemeente zo groot mogelijk dient te zijn. Een goede bezorging is dan een eerste vereiste. De meeste gemeenten houden een percentage aan van 90 tot 95 procent.

Drukkwaliteit

Een door slechte druk onleesbare stadskrant/gemeentepagina wordt door gemeenten niet geaccepteerd. Gezien de prijs die gemeenten betalen per pagina, is dat logisch. Dan is het opvallend dat een stad als Leiden niet rept over de drukkwaliteit van de krant. De gemeente Haarlemmermeer stelt dat de drukkwaliteit continu wordt gecontroleerd. Bij tegenvallende kwaliteit krijgt de uitgever twee waarschuwingen, waarna bij niet-verbetering een restitutie van 50 procent van de kosten volgt.

Vaste contactpersonen

Alle onderzochte gemeenten eisen een vaste contactpersoon voor wat betreft de opmaak van de stadskrant/gemeentepagina en willen daarnaast wekelijks stap voor stap meekijken met het proces van aanlevering, opmaak en druk. Pas na definitieve goedkeuring van de contactpersoon van de gemeente

mag de krant gedrukt worden. De gemeente Haarlemmermeer plaatst de gemeenteberichten ook op de gemeentelijke website, de uitgever dient voor de bestanden te zorgen.

Verspreidingsdag

Ook de verspreidingsdag is voor sommige gemeenten een belangrijke voorwaarde, zo blijkt uit de aanbestedingen. De krant dient in ieder geval op een vaste dag verspreid te worden. Of ook uitmaakt op welke dag, wordt bij geen van de onderzochte gemeenten duidelijk en lijkt daarom ook op het tweede plan te staan.

3.3.2 Inhoudelijke eisen

Aangezien een gemeente een of meerdere pagina's koopt in een huis-aan-huisblad, is het logisch dat zij bepaalt wat er op die pagina('s) wordt afgedrukt. Wie betaalt, bepaalt immers. Anders is het bij de overige pagina's van de krant, zo zou gedacht kunnen worden. Voor een groot deel is dat natuurlijk ook zo. Maar niet altijd, en dat is precies een van de redenen voor het schrijven van deze scriptie. Gemeenten kunnen met hun verplichte publicaties namelijk ook invloed hebben op andere facetten van de krant. In de rest van dit hoofdstuk wordt dit duidelijk, te beginnen met de inhoudelijke eisen per gemeente die van invloed kunnen zijn op het redactionele reilen en zeilen, maar ook op de inhoud van de krant.

3.3.2a Leiden

Leiden blijkt erg gehecht aan een goed imago van de krant waarin men publiceert. De gemeente somt bijvoorbeeld een complete waslijst aan zaken op die in ieder geval niet in de krant te zien/lezen mogen zijn. "Het huis-aan-huisblad voldoet aan de algemeen geldende normen van maatschappelijke aanvaardbaarheid, is juridisch niet laakbaar, is respectabel, is niet beledigend, niet discriminerend, niet pornografisch, niet aanzettend tot haat en dergelijke", zo valt te lezen bij eis nummer 5 van de aanbesteding. Verder eist de gemeente dat minimaal 25 procent van de krant bestaat uit redactionele pagina's en dat "de redactionele pagina's van dit huis-aan-huisblad een brede maatschappelijke berichtgeving bevatten, gericht op Leiden, eventueel aangevuld met regionaal nieuws". Onder het kopje 'wensen' kan de uitgever een inhoudelijke beschrijving geven van de invulling van de redactionele pagina's.

De gemeente vraagt bijvoorbeeld de tekst/beeldverhouding in het huis-aan-huisblad te omschrijven en een toelichting op de eis hoe men de redactionele pagina's gaat voorzien van brede maatschappelijke berichtgeving die gericht is op Leiden. Een andere interessante 'wens' van de gemeente Leiden is

inzicht te krijgen in “de wijze waarop de redactionele pagina's interessant en afwisselend worden gemaakt door o.a. het behandelen van cultuur en stadsontwikkeling om het lezen door inwoners van Leiden te bevorderen”. Met andere woorden: weet de redactie wat Leidenaars interessant vinden om te lezen?

Deze eisen zijn behoorlijk serieus, aldus Hennie Castelein, senior communicatieadviseur/woordvoerder bij de gemeente Leiden. “Eisen stel je niet voor niets en uitgevers kennen de criteria en voorwaarden waarmee zij akkoord gaan als ze een biding doen.” De lokale media, en in het bijzonder het Leids Nieuwsblad, wordt daarbij goed in de gaten gehouden. “Iedere zichzelf respecterende communicatieafdeling leest de lokale kranten”, aldus Castelein.

3.3.2b Haarlemmermeer

De inhoudelijke eisen van de gemeente Haarlemmermeer komen redelijk overeen met die van Leiden. Een van de opvallendste eisen, die bij de andere gemeenten niet voorkomt, is dat de uitgeverij die de gemeenteberichten (onder de titel InforMeer) publiceert, ook een of meerdere fotografen dient te leveren die jaarlijks zo'n 150 foto-opdrachten tot een goed einde brengen voor InforMeer.

Jacinta de Moor is bij de gemeente Haarlemmermeer verantwoordelijk voor de invulling van InforMeer, vertelt dat dit al langer gebruikelijk is in Haarlemmermeer. “Het klopt inderdaad dat wij de mogelijkheid hebben om een fotograaf in te huren van het Witte Weekblad (de krant waarin de InforMeer verschijnt, GK), net dit bij andere uitgeverijen het geval was. Maar we maken daar nauwelijks gebruik van. Een collega maakt regelmatig foto's voor InforMeer. Verder is er nog een freelance fotograaf die ik regelmatig inzet. Beide fotografen leveren foto's die prima van kwaliteit zijn en goed passen in onze formule.”

Als een fotograaf van het Witte Weekblad wordt ingezet, betaalt de gemeente de kosten. De Moor: “Daarvoor hebben de inschrijvers vooraf een tarief doorgegeven.” Volgens De Moor mag de redactie diezelfde fotograaf ook inzetten voor dat onderwerp, maar dan voor een artikel/foto op de reguliere redactiepagina. “Maar dat is tegelijk een belangrijke reden waarom ik niet zo vaak gebruik maak van de fotograaf van het Witte Weekblad. Aangezien de InforMeer als een soort bijlage meegedrukt wordt met het Witte Weekblad, zien wij liever niet dezelfde of bijna dezelfde foto twee keer in de krant staan. Dat is niet in het belang van beide partijen.”

Eigen nieuwsgaring

Een andere eis van de gemeente Haarlemmermeer is dat de ‘aangeleverde beelden en artikelen voor opmaak en publicatie in InforMeer niet door het betreffende huis-aan-huisblad gebruikt mogen worden

voor eigen nieuwsgaring en publicatie in eigen media'. Met andere woorden: redacteurs van het huis-aan-huisblad mogen onderwerpen uit InforMeer niet gebruiken voor publicatie op de reguliere redactiepagina's? Of gaat dit puur om de letterlijke artikelen en foto's uit InforMeer?

Jacinta de Moor: "Het is niet de bedoeling dat artikelen uit de InforMeer letterlijk worden overgenomen in het Witte Weekblad. We zien de InforMeer daarbij echt als een eigen medium van de gemeente met actueel nieuws. We doen het graag anders dan de andere media in de gemeente, dus ook anders dan het Witte Weekblad. Op zaterdag 21 april werd bijvoorbeeld een nieuwe bioscoop geopend in Hoofddorp. In de InforMeer heeft in de weken ervoor een serie interviews gestaan in aanloop naar de opening. In de week voor de opening pikten de andere media het nieuws op met aankondigingen en interviews."

Rekening houden met elkaar

Daarmee lijkt het erop dat de inhoud van het Witte Weekblad afgestemd wordt op de InforMeer. Volgens de communicatieadviseur zijn daar echter geen harde afspraken over gemaakt. "Maar ik laat wekelijks weten welke onderwerpen ik heb in de InforMeer, zodat de redactie van het Witte Weekblad hierop kan anticiperen."

Dat heeft volgens De Moor ook te maken met de vroegere sluitingstijd voor InforMeer. "Ik heb mijn artikelen eerder klaar. Het heeft geen zin om beide met hetzelfde openen op de voorpagina (InforMeer wordt gedraaid op de achterpagina's van het Witte Weekblad afgedrukt, GK). Behalve dan bij echt groot nieuws. We proberen rekening met elkaar te houden, al zal er best overlap zijn omdat we allebei schrijven over onderwerpen die leven in de gemeente."

3.3.2c Katwijk

Katwijk neemt in dit hoofdstuk een bijzondere positie in. De gemeente besteedt de gemeenteadvertenties niet uit, waardoor de wensen en eisen van Katwijk rondom de advertenties alleen door navraag bij de communicatieafdeling achterhaald kunnen worden. Hoewel communicatieadviseur Heemskerk bij de keuze voor een abonnementskrant aangeeft dat de (in de visie van de gemeente) kwaliteit van die krant daarbij een grote rol speelt, is ook het financiële plaatje volgens haar erg belangrijk. Op de vraag welke wensen/eisen heeft gemeente Katwijk ten aanzien van de krant die de gemeentepagina afdruckt, antwoordt ze: "Een zo laag mogelijk kostenplaatje. In 2010 hebben we een bezuinigingstaakstelling gekregen voor de gemeentepagina. Alle mogelijkheden zijn tegen het licht gehouden. Uiteindelijk is gekozen voor een zo bondig mogelijke publicatie in de kranten die de hoogste leesdichtheid hebben in de gehele gemeente."

Volgens Heemskerk wordt de inhoud van de gemeentepagina niet direct afgestemd op de inhoud van de krant. “De gemeentepagina bestaat voornamelijk uit informatie die gepubliceerd moet worden. Natuurlijk kan dit wel aansluiten bij de inhoud van de krant.”

3.3.2d Kaag en Braassem

In Kaag en Braassem verschijnt maar één huis-aan-huisblad, te weten het Witte Weekblad van Holland Combinatie. Dat is op zich al apart, maar maakt ook nog dat de gemeente geen keus heeft als men wil adverteren in het lokale huis-aan-huisblad. Maar Pien van Buul, communicatieadviseur bij de gemeente Kaag en Braassem, geeft aan dat er wel degelijk meer mogelijkheden zijn. “We hebben wel degelijk keuze. We hoeven namelijk niet met het huis-aan-huisblad samen te werken. We mogen ook op andere manieren onze gemeentepagina publiceren. Denk aan een eigen uitgave of een soort sponsored krantje, waarin de rechterpagina's voor de gemeente zijn en de linkerpagina's voor adverteerders. Die zoekt de uitgever van dat sponsored blad er dan bij, daar hoeven wij niets voor te doen.

De gemeente Kaag en Braassem stelt in de aanbesteding helemaal geen inhoudelijke eisen aan de krant, aldus Van Buul. “De inhoud van de gemeenteberichten bepalen wij en die schrijven wij, dus daar zijn geen inhoudelijke wensen voor. Ook als we met een sponsored krantje zouden werken, zouden nog alle teksten door ons geschreven worden.” De inhoud van de gemeentepagina en het Witte Weekblad wordt verder ook niet op elkaar afgestemd. Van Buul: “Soms pikt het Witte Weekblad een artikel van de gemeentepagina op en zet dat ook redactioneel in zijn krant.”

3.4 Invloed op redactionele inhoud

De meest opvallende eis van Leiden en Haarlemmermeer, tevens één van de hamvragen die in deze scriptie wordt beantwoord, is de vraag of de mogelijkheid bestaat dat de inhoud van de redactionele pagina's wordt afgestemd op de door de gemeenten aangeleverde informatie. In het geval van Leiden “ter voorkoming van dubbele informatie”, voor Haarlemmermeer geldt dat de krant de aangeleverde beelden en artikelen voor opmaak en publicatie in InforMeer niet mag gebruiken “voor eigen nieuwsgaring en publicatie in eigen media”.

Al dan niet bewust is dit precies een van de onschuldig ogende wensen van een gemeente, waarachter een valkuil met scherpe chanteermessen zou kunnen opdoemen. Dat klinkt heel heftig, maar blijkt in de praktijk voor te komen. Ik zal proberen met twee recente praktijkvoorbeelden (3.4.1 en 3.4.2) en een theoretisch dilemma (3.4.3) aan te tonen waarom dit soort wensen voor beroepsethische problemen kan zorgen bij journalisten en/of uitgeverijen.

3.4.1 Aleid Wolfsen versus Ons Utrecht

Freelancejournalist Wouter de Heus schrijft in april 2009 een artikel voor huis-aan-huisblad Ons Utrecht over de pensionkostendeclaratie van burgemeester Aleid Wolfsen van Utrecht. De Heus laat in zijn artikel bestuursrecht deskundige Twan Tak aan het woord, die stelt dat Wolfsen een bedrag van 17.000 euro voor de huur van een gemeubileerd appartement dient terug te storten omdat hij het geld ten onrechte zou hebben ontvangen. Ook Wolfsen zelf komt uitgebreid aan het woord in het artikel en beweert dat hij volledig terecht en op basis van uitleg door het ministerie van binnenlandse zaken van de pensionkostenregeling gebruik heeft gemaakt.

Ondanks het feit dat het journalistieke principe van hoor en wederhoor keurig wordt toegepast (Wolfsen reageerde nota bene zelf, al was hij niet zo te spreken over het onderwerp), krijgt hoofdredacteur Robert Jan van der Horst meerdere verzoeken van Wolfsen en hoofd van het Communicatiebureau van de gemeente Utrecht Roland Jurriëns het artikel niet te plaatsen. Dat gaat zelfs zo ver dat de suggestie wordt gedaan dat Utrecht gebruik zou maken van de ontsappingsclausule in het contract met uitgever Holland Combinatie van het blad om zodoende te stoppen met het publiceren van de gemeenteberichten in Ons Utrecht. Oftewel: Ons Utrecht kan fluiten naar de gemeentepagina's en enkele andere aantrekkelijke advertentieafspraken met de gemeente als men overgaat tot publicatie.

De hoofdredacteur houdt voet bij stuk, maar wordt tot zijn verbijstering en woede teruggefloten door zijn directie. Het besluit om in te gaan op het voorstel de volledige oplage (132.000 exemplaren) opnieuw te laten drukken op kosten van de gemeente, uiteraard zonder het bewuste artikel, wordt buiten hem om genomen. Als reden wordt opgegeven dat een dergelijk artikel “niet geschikt is voor een huis-aan-huisblad”. Aangezien De Heus ook voor Alles Over Utrecht werkt, is op hun website het artikel alsnog integraal te lezen (De Heus, 14 april 2009).

3.4.2 Columnist raakt column kwijt

Bert Cattel heeft tot eind 2010 een wekelijkse en populaire column in het huis-aan-huisblad Het Carillon, dat verschijnt in de gemeente Maasdriel (Gelderland). VVD-fractievoorzitter Frits van Endhoven van de gemeenteraad in Maasdriel maakt daar hardhandig een eind aan. Het probleem is volgens Van Endhoven dat columnist Cattel (hij werkte jarenlang voor het Brabants Dagblad) veel te links georiënteerd is, op de persoon speelt en zich schuldig maakt aan vuilspuiterij. Hij suggereert dat, als Het Carillon Cattel niet de mond zou snoert, hij “op zoek zou gaan naar alternatieve manieren om

Cattel de mond te snoeren. Dat laatste is een voorbeeld van mijn cynische humor hoor ;-)). Dat staat te lezen in zijn mail aan de uitgeverij.

De volgende passage komt van de website van Binnenlands Bestuur. “Cattel zegt de VVD-fractievoorzitter rechtstreeks te hebben gevraagd of hij met de ‘alternatieve manier’ het terugtrekken van advertenties bedoelde. Deze zou dat toen hebben bevestigd. Van Endhoven ontkent dat tegenover Binnenlands Bestuur. Desgevraagd antwoordt hij dat hij met de ‘alternatieve manier’ om Cattel de pen te laten neerleggen eerder dacht aan ‘juridische stappen’. Diverse bronnen hebben tegenover Binnenlands Bestuur verklaard dat zowel wethouder Ton Verachtert (Samen Sterk Maasdiel) als zijn collega Cees Sips (VVD) tijdens een schorsing van een raadsvergadering opmerkingen maakten over het eventueel terugtrekken van de gemeentepagina uit het Carillon.”

Uiteindelijk zwicht de uitgever van Het Carillon voor de mogelijkheid een belangrijke bron van inkomsten te verliezen, wat het einde betekent van Cattel als columnist.

3.4.3 Wethouder klapt uit de school

Een wethouder klapt tegen de redacteur van een willekeurig huis-aan-huisblad uit de school over enkele negatieve gevolgen van een bepaald besluit. Natuurlijk pakt de redacteur uit met een stevig artikel, keurig met hoor en wederhoor. De gemeente wil in de stadskrant echter ook berichten over dit besluit, maar dan zonder de negatieve gevolgen van het besluit. Wat overigens niet alleen een theoretisch probleem is bij sommige gemeenten, maar dat terzijde. De gemeente beroept zich vervolgens op de afspraak dat berichtgeving op elkaar dient te worden afgestemd om zo publicatie van het volledige verhaal te voorkomen.

Natuurlijk is dit maar een theorie, maar de wensen van bijvoorbeeld de gemeenten Leiden en Haarlemmermeer zijn in dat opzicht duidelijk genoeg. Ongetwijfeld zijn er handige oplossingen te bedenken, maar het probleem is in de kern wel geschetst met deze twee voorbeelden. In hoofdstuk 4 wordt dieper ingegaan op dit probleem.

3.5 Invloed op medialandschap

Na al deze informatie over de aanbestedingseisen van gemeentepagina's, kan de vraag rijzen waarom dit relevant is voor een scriptie die over journalistiek gaat. De reden is even ‘onbekend’ als verstrekking: gemeenteadvertenties kunnen een lokaal en/of regionaal landschap compleet overhoop gooien. Aan het slot van dit hoofdstuk daarom twee recente voorbeelden die laten zien dat dergelijke informatie wel degelijk een directe link heeft met de journalistiek.

3.5.1 Telegraaf Media Groep in Rotterdam

In januari 2008 besluit Holland Combinatie (de huis-aan-huistak van de Telegraaf Media Groep) dat de hele Randstad 'van hen' moet worden. Om dat te bevorderen, brengt Holland Combinatie (HC) achttien lokale titels van De Echo op de markt in Rotterdam en schrijft zich in voor de Rotterdamse stadskrant. Volgens algemeen directeur van HC Roy Keller staan beide zaken los van elkaar, zo beweert hij in het blad Adformatie, maar heeft het krijgen van de gemeenteadvertenties de komst van HC in Rotterdam wel met een jaar versneld.

Of het lanceren van de nieuwe titels en het binnenhalen van de gemeenteadvertenties echt los van elkaar staan, valt te betwijfelen. HC doet in die periode namelijk mee met meer inschrijvingen voor gemeenteadvertenties, die men voor dump prijzen probeerde binnen te slepen. In de gemeente Teylingen probeert HC in datzelfde jaar bijvoorbeeld de gemeenteadvertenties binnen te halen door de helft van het tarief te bieden dat de twee andere gegadigden bieden. Een tarief waarmee de uitgever op die pagina's waarschijnlijk verlies zou maken. Teylingen hapt echter niet toe en kiest voor De Teylinger van Uitgeverij Verhagen. In een gezamenlijke aanbesteding van de gemeenten Hillegom, Lisse en Noordwijk hanteert HC in 2011 ongeveer hetzelfde tarief (zie 3.5.2), waarna die gemeenten voor het lage tarief kiezen.

De actie van Holland Combinatie veroorzaakt een heuse krantenoorlog in de havenstad. Concurrenten spreken van 'onderbieding' en 'prijsdumping', dat zoveel wil zeggen dat een partij significant goedkoper is dan de andere gegadigden. De negatieve bijklank komt door het feit dat het eigenlijk een oneerlijk middel van een grote partij is om de andere, meestal kleinere partijen bij de aanbesteding buitenspel te zetten. In de wereld van de huis-aan-huisbladen zijn gemeenteadvertenties vaak enorm belangrijk voor het voortbestaan van vooral kleine uitgeverijen, of in ieder geval voor de titel die in de betreffende gemeente verschijnt. Daarom is onderbieden in deze branche per definitie verdacht, omdat het erop lijkt dat de grote, agressieve hond de kleine keffertjes de nek doorbijt. Bovendien kan dat op termijn de markt verzieken. En dat mag nu eenmaal niet van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa), al laat in Rotterdam geen enkele concurrent van HC de NMa een onderzoek instellen. Want bekend staan als een slechte verliezer kan adverteerders kosten.

Krantenoorlog deel 2

Ondertussen is de situatie in Rotterdam al weer flink veranderd. Holland Combinatie schrijft zich in 2011 niet eens meer om een kans te maken op de Rotterdamse stadskrant. In een opinieartikel van Hans Roodenburg (voorzitter Rotterdamse Vereniging voor Journalisten) dat in augustus 2011 bij

VillaMedia verschijnt, gaat Roy Keller niet echt in op de reden om opnieuw een flink contract met de gemeente binnen te halen. “Wij zijn ons nu aan het oriënteren hoe we onze krant in Rotterdam goedkoper kunnen uitbrengen, méér interessante dingen voor de lezers kunnen brengen en hoe we beter gebruik kunnen maken van internet.”

Er gaan volgens Roodenburg geruchten dat de verschillende uitgaven van Holland Combinatie in Rotterdam helemaal verdwijnen, of opgaan in één overkoepelende Echo van Rotterdam. Keller is heel stellig over de geruchten van het mogelijke verdwijnen van het Telegraaf-concern uit Rotterdam. “Neem maar van mij aan dat wij ook volgend jaar (in 2012) nog in Rotterdam uitkomen. Je gelooft toch niet dat kranten binnen het Telegraaf-concern op omvallen staan?”

Keller heeft anno april 2012 vooralsnog gelijk. De Echo bestaat nog gewoon, zonder gemeentepagina's en niet als één Echo van Rotterdam maar opgedeeld in de districten (zoals De Echo Feijenoord, De Echo Centrum, etc.). De Rotterdamse stadskrant wordt sinds 1 november 2011 afgedrukt in De Havenloods/Het Zuiden van Wegener.

3.5.2 Verdwijnen lokale kranten in Duin- en Bollenstreek

Een ander, recenter voorbeeld is het verdwijnen van drie lokale titels in de Duin- en Bollenstreek. De Lisser, De Hillegommer en De Zeekant moesten dit jaar worden geschrapt door uitgever Buijze Pers omdat de gemeenteadvertenties voor dumprijzen naar concurrent het Witte Weekblad van Holland Combinatie gingen. Kranten die veertig jaar en in het geval van De Zeekant in Noordwijk zelfs ruim 65 jaar wekelijks bij de inwoners op de deurmat ploften, bijna bij de inboedel van het huis hoorden, verdwenen plotseling uit het lokale medialandschap.

En dat kwam hard aan in Noordwijk. “Zoiets gaat je niet in de koude kleren zitten”, aldus directeur Hans Buijze van het familiebedrijf in een reactie tegen journalist Peter Olsthoorn in zijn artikel ‘Doodsstrijd op de lokale advertentiemarkt’ op De Nieuwe Reporter (20 oktober 2011). “Hier in Noordwijk was De Zeekant sinds mei 1945 dé lokale titel. Ik ben er zelf mee opgegroeid in dit bedrijf.” Ook Roy Keller, directeur van Holland Combinatie, reageert in het artikel op de ontwikkelingen in de Duin- en Bollenstreek. Hij geeft toe dat het bod van zijn bedrijf heel laag was. “Maar met reden. Uit onderzoeken blijkt dat die advertenties door burgers zeer gewaardeerde content zijn. (...) Heb je de gemeenteadvertentie, dan word je beter gelezen waardoor je meer andere advertenties binnenhaalt.”

Lange termijn

Deze zienswijze wordt beaamd door hoofdredacteur Loe Buijze van Buijze Pers, al plaatst hij er een flinke kanttekening bij. “Op langere termijn is voor de exploitatie van elke huis-aan-huiskrant van belang dat alle partijen die in de huis-aan-huiskrant adverteren, een redelijke prijs betalen. Hierdoor zullen ontvangst- en leesbereik in het belang van al die partijen zo optimaal mogelijk kunnen zijn. Als het verkrijgen van gemeentelijke publicaties door prijsdumping door de betrokken uitgeverij wordt gerechtvaardigd/gecompenseerd door het binnenhalen van extra advertentieomzet van derden en dus het vergroten van marktaandeel ten koste van concurrentie, zal dat op zich de mogelijkheden voor het ontvangen van een faire prijs op de advertentiemarkt voor alle aanbieders alleen maar kunnen verslechteren. Waarom zou een wekelijkse advertentiepagina van een supermarkt een uitgever minder lief zijn dan een pagina gemeentelijke publicatie?”

Als prijsdumping volgens Buijze direct al gepaard gaat met het terugbrengen van de exploitatiekosten van de uitgeverij van de huis-aan-huiskrant, betekent dat doorgaans bezuiniging op de redactionele mogelijkheden. “Dan zullen ontvangst- en leesbereik van de huis-aan-huiskrant uiteindelijk teruglopen. Zodra ooit, om welke reden dan ook, de gemeentelijke publicaties verdwijnen of worden beperkt, houdt de uitgever een advertentiemedium over dat op de markt (nog) minder waard zal zijn geworden.”

3.6 Conclusies

De gemeentelijk publicaties hebben al vaak voor reuring in het lokale journalistieke landschap gezorgd. Complete kranten verdwenen of verschenen juist, niet in de laatste plaats onder invloed van gemeentelijke aanbestedingen voor de stadskrant/gemeenteberichten.

Eisen bij aanbesteding

Als eerste is er de aanbesteding op zich. De meeste gemeenten besteden de advertenties openbaar uit, met alle eisen van dien. En dan wordt niet alleen over de prijs onderhandeld, maar ook over de inhoud van de krant. Eisen als “het huis-aan-huisblad voldoet aan de algemeen geldende normen van maatschappelijke aanvaardbaarheid, is juridisch niet laakbaar, is respectabel, is niet beledigend, niet discriminerend, niet pornografisch, niet aanzettend tot haat en dergelijke” (gemeente Leiden) zijn nog tot daar aan toe. Het gaat per slot van rekening om de goede naam van de gemeente en de normen die Leiden hanteert, zijn algemeen aanvaard. Anders is het als de gemeente verwacht dat de redactie de inhoud van de krant afstemt op de informatie die op de gemeentepagina's te lezen staat, zoals gebeurt in Haarlemmermeer. En hoewel zoiets best heel praktisch kan zijn, vormt het toch een direct gevaar voor de onafhankelijkheid van het medium dat het contract met de gemeente heeft afgesloten. In

Leiden gaat de redactie altijd voor de Stadskrant, in Haarlemmermeer gaat de InforMeer in principe boven het Witte Weekblad.

Onafhankelijke lokale/regionale journalistiek

Zoals beschreven bij 3.4 vormen de gemeenteberichten soms een dankbaar middel om een redactie of uitgeverij onder druk te zetten. Met de nadruk op soms, want in Nederland is de persvrijheid nog altijd een groot goed en komen dergelijke zaken (gelukkig) niet vaak voor. Maar het gebeurt, en dat is al een probleem op zich. Om echt onafhankelijke lokale journalistiek te krijgen in Nederland, zouden gemeenten daarom óf volledig moeten stoppen met adverteren in huis-aan-huisbladen, óf hun advertenties in alle lokale/regionale huis-aan-huisbladen moeten zetten. Het eerste valt uiteraard in slechte aarde bij uitgeverijen van huis-aan-huisbladen, die daardoor een grote (mogelijke) bron van inkomsten zien verdwijnen. Het tweede is voor gemeenten onaantrekkelijk, aangezien adverteren geld kost. En in alle kranten veel geld.

Prijstdumping

De grote spelers in de Nederlandse wereld van de huis-aan-huiskranten, Wegener en de Telegraaf (met de Holland Combinatie), zijn al jaren in een strijd verwickeld wie het grootste deel van de lokale/regionale journalistieke markt voor zich mag opeisen. De gemeenteberichten vormen in die strijd een dankbaar onderwerp. Dat was in Rotterdam te zien, toen beide grootmachten vochten voor de Rotterdamse stadskrant. Het gevolg: prijstdumping, in dit geval van Holland Combinatie. Een ‘kunstje’ dat het Telegraaf-onderdeel recent herhaalde in de Duin- en Bollenstreek. Handig inspelend op de grote bezuinigingen die gemeenten doorvoerden en nog doorvoeren, bood men prijzen waar onmogelijk mee te concurreren viel voor een veel kleinere speler op de markt als Buijze Pers. Die uitgeverij zag prompt enkele lokale titels verdwijnen, omdat de lokale kranten zonder de gemeenteberichten niet meer te exploiteren bleken. Wat de huis-aan-huiskrantenwereld goed kan gebruiken, naast verstandige adviseurs bij de gemeente, is een soort waakhond. Want als grootmachten als de Telegraaf en Wegener hun tactiek (extreem laag tarief voor gemeente om zo andere adverteerders binnen te halen) kunnen blijven doorvoeren, zal die tactiek de markt uiteindelijk verzieken.

4 Verhoudingen persvoorlichting-journalistiek

4.1 Inleiding

Na het theoretische kader te hebben geschetst in hoofdstuk 2 en de aanbesteding van de gemeentelijke publicaties in hoofdstuk 3, komt in dit hoofdstuk de omgang van de vier gemeenten (Leiden, Katwijk, Haarlemmermeer en Kaag en Braassem) met de lokale/regionale gedrukte media aan bod. Per onderzochte gemeente wordt kort een beeld geschetst van de situatie op de huis-aan-huismarkt. Daarna reageren vier voorlichters van de onderzochte gemeenten op enkele vragen.

De geïnterviewden zijn:

- Leiden: **Hennie Castelein** (senior communicatieadviseur/persvoorlichter)
- Haarlemmermeer: **Bert van den Ham** (senior bestuursvoorlichter)
- Katwijk: **Willy-Jan Heemskerk** (communicatieadviseur)
- Kaag en Braassem: **Pien van Buul** (communicatieadviseur)

Naast de persvoorlichters is het voor een eerlijk beeld ook goed om enkele redacteuren aan het woord te laten. In dit hoofdstuk (zie 4.7) zijn daarom ook reacties te lezen van Pim Scheffer (redacteur van het Leids Nieuwsblad) en Paul van de Putte en Sandra Kornet-van Duijvenboden, de redacteuren van De Katwijksche Post.

4.2 Medialandschap vier gemeenten

4.2.1 Leiden

Met 118.714 inwoners is Leiden, naar inwoneraantal gemeten, na Rotterdam, Den Haag, Zoetermeer en Dordrecht de vijfde gemeente van Zuid-Holland, meldt Wikipedia. Sleutelstad Leiden omschrijft zichzelf als “een internationaal georiënteerde kennisstad die wijd en zijd bekend staat om haar universiteit, maar die ook veel andere kennisinstellingen herbergt”, zo staat te lezen in de Stadsvisie.

Overzicht lokale/regionale gedrukte media

De ruim 118.000 inwoners ontvangen (als het goed is) wekelijks vier huis-aan-huisbladen. Op woensdag verschijnen het Leids Nieuwsblad (Buijze Pers, oplage 91.585) en het Witte Weekblad (Holland Combinatie, oplage 56.650). De oplage van het Leids Nieuwsblad is hoger omdat de krant ook wordt verspreid in o.a. Oegstgeest, Leiderdorp, Zoeterwoude en Voorschoten. Van het Witte Weekblad verschijnen daar aparte lokale titels. Op vrijdag (of zaterdag) ploft het Leids Nieuwsblad

weekend op de mat (Buijze Pers, oplage 91.585) met daarin de Stadskrant en op zondag de Het op Zondag (Holland Combinatie, oplage 108.123) Deze krant verschijnt in Leiden en omstreken.

Andere media

De redactie van het Leidsch Dagblad zit in Leiden, lokale omroepen zijn Holland Centraal met Unity FM en Unity TV (beslaat ook een deel van de Bollenstreek) en de commerciële zender Sleutelstad FM. Alle genoemde media zijn ook op internet actief met een nieuwswebsite.

4.2.2 Haarlemmermeer

Haarlemmermeer is qua inwonertal de grootste gemeente die is onderzocht. Senior bestuursvoorlichter bij de gemeente Haarlemmermeer Bert van den Ham omschrijft de gemeente als “een zeer gevarieerde en dynamische gemeente in het hart van de Randstad met 144.000 inwoners, 115.000 banen en een mengeling van landelijk en stedelijk gebied met 26 dorpen en kernen, waaronder 1 stad met 70.000 inwoners (Hoofddorp).” Haarlemmermeer behoort qua oppervlakte tot de grotere gemeenten van Nederland.

Overzicht lokale/regionale gedrukte media

In Haarlemmermeer verschijnen drie huis-aan-huisbladen. De InforMeer wordt afgedrukt in het Witte Weekblad (oplage 67.375), die overigens verschijnt in drie versies: Hoofddorp, Nieuw-Vennep en Badhoevedorp & Zwanenburg. Nieuwsblad Haarlemmermeer van Buijze Pers wordt 48.210 keer afgedrukt, deze krant verschijnt in Hoofddorp en Nieuw-Vennep en omstreken. De Hoofddorperse Courant is een uitgave van Uitgeverij Koning BV en onderdeel van Koninklijke BDU Uitgevers en verschijnt elke donderdag huis aan huis in heel Haarlemmermeer (oplage ruim 65.000). Het regionale dagblad is het Haarlems Dagblad en MeerRadio en MeerTelevisie vormen de lokale omroep.

4.2.3 Katwijk

Het dorp van geloof, zee en voetbal. Katwijk ligt er niet direct aan of op, maar wordt net als bijvoorbeeld Urk gerekend tot de biblebelt en kent nog altijd een grote (overwegend protestantse) geloofsgemeenschap, onderverdeeld in verschillende kerkgenootschappen. Het dorp is sinds haar ontstaan door ligging en visserij verbonden met de zee. “Maar ook de bewoners zijn uniek”, vindt Willy-Janne Heemskerk. “Kenmerkend is de grote sociale betrokkenheid, de gezamenlijke trots, de grote mate van bedrijvigheid en de waardering voor traditie.”

Overzicht lokale/regionale gedrukte media

Katwijk kent een zeer actief medialandschap met vijf huis-aan-huisbladen, al krijgen de meeste Katwijkers er wekelijks vier in de brievenbus. De Katwijkse uitgeverij Verhagen komt op dinsdag met de Katwijk Speciaal (oplage 18.000), deze krant verschijnt in Katwijk aan Zee, Katwijk-Rijnsoever en Katwijk aan den Rijn. Op woensdag ploffen op de deurmat de Woensdagkrant Duin- en Bollenstreek van Buijze Pers (oplage 80.045, met daarin o.a. Katwijks nieuws, krant wordt naast Katwijk verspreid in de gemeenten Noordwijk, Noordwijkerhout, Teylingen, Lisse en Hillegom) en het Witte Weekblad van Holland Combinatie (oplage 25.250, verschijnt in hele gemeente Katwijk). Op donderdag verschijnt De Rijnsburger, met daarin opgenomen De Valkenburger. Deze krant (oplage 8.250) verschijnt in de kernen Rijnsburg en Valkenburg. Ook op donderdag wordt de lokale abonnementskrant De Katwijksche Post (oplage 9.100) verspreid. De krant kent overwegend Katwijks nieuws en bevat de gemeentepagina, maar wordt ook verspreid in Rijnsburg en Valkenburg. Op vrijdag (of zaterdag) verschijnt de Weekendkrant Duin- en Bollenstreek van Buijze Pers, deze krant heeft dezelfde kenmerken als de Woensdagkrant.

Andere media

Naast alle gratis huis-aan-huisbladen en De Katwijksche Post verschijnt in Katwijk ook het Leidsch Dagblad, een krant die behoorlijk actief is in deze gemeente. RTV Katwijk is de lokale omroep van Katwijk. De omroep is een fusie van de lokale omroepen VLOK (Katwijk/Valkenburg) en SOR/Mebora (Rijnsburg).

4.2.4 Kaag en Braassem

“Een groen-blauwe gemeente midden in het Groene Hart.” Zo karakteriseert persvoorlichter Pien van Buul ‘haar’ gemeente Kaag en Braassem, een jonge gemeente met ruim 25.000 inwoners, per 1 januari 2009 ontstond door een fusie van de gemeenten Alkemade en Jacobswoude. Kaag en Braassem bestaat uit elf dorpen.

Overzicht lokale/regionale gedrukte media

In de gemeente Kaag en Braassem wordt slechts één huis-aan-huisblad verspreid, het Witte Weekblad van Holland Combinatie (oplage 11.988). In een klein deel van de gemeente wordt ook de Het op Zondag van dezelfde uitgever verspreid.

In Kaag en Braassem verschijnen verder twee regionale dagbladen, vertelt Pien van Buul. “Het Leidsch Dagblad voor westelijk Kaag en Braassem, de inwoners die naar Leiden trekken. Voor het oostelijk deel is voor ons belangrijk AD/Groene Hart (editie Alphen). De mensen die daar wonen, trekken meer naar Alphen en lezen meer het AD/Groene Hart.” De enige lokale omroep is sinds begin 2012 Kaag en Braassem Radio (KBR), die werd aangewezen door het Commissariaat voor de Media. Daardoor zag Unity (ook actief in Leiden) zich genoodzaakt te vertrekken uit Kaag en Braassem.

4.3 Omgang gemeenten met lokale/regionale gedrukte media

4.3.1 Communicatiestrategie

Iedere gemeente heeft zijn eigen manier om met de pers om te gaan, een eigen communicatiestrategie. De gemeente Katwijk heeft een compleet persprotocol. Team communicatie is het eerste aanspreekpunt voor alle persaanvragen, staat daarin te lezen. Dit is volgens de gemeente belangrijk om een eenduidig beleid uit te dragen en te bouwen aan een goed imago van de gemeente. “De communicatiemedewerkers ontvangen in eerste instantie de persvraag. Zij beoordelen de vraag en zetten deze uit in de organisatie na consultatie van communicatieadviseurs en zorgen er voor dat de pers antwoord krijgt.”

Vragen over politiek bestuurlijke onderwerpen worden door de communicatieadviseurs altijd in overleg met de portefeuillehouder beantwoord. “Dat houdt in dat de bestuurder zelf de journalist te woord staat of dat hij er voor kiest de communicatieadviseur als woordvoerder op te laten treden. Feitelijke vragen, zonder een politiek bestuurlijke lading, gaan niet per definitie via de portefeuillehouder. Voor het aanleveren van de feitelijke informatie benadert communicatie de functionele afdeling of projectleider. Zo nodig consulteert de communicatieadviseur de portefeuillehouder.”

Ook in Haarlemmermeer zijn de bestuursvoorlichters verantwoordelijk voor de relatie met de media, vertelt senior communicatieadviseur Bert van den Ham. “Ieder lid van het college van B en W heeft een ‘halve’ voorlichter (18 uur per week) tot zijn beschikking. Daarbij heeft iedere persvoorlichter specifieke kennis, bepaald door de portefeuille van de bestuurder.”

Leiden werkt met een frontoffice en een perspiket, vertelt senior communicatieadviseur Hennie Castelein. “De bereikbaarheid is zo optimaal. We zijn open en transparant en communiceren proactief. De snelheid van beantwoording is daarbij altijd een punt van aandacht.” Dat heeft volgens Castelein vooral te maken met het feit dat de voorlichters voor de beantwoording ook afhankelijk zijn van de snelheid van de betreffende afdeling.

Alle persvragen in Kaag en Braassem gaan altijd naar communicatie, vertelt Pien van Buul. “Als een journalist bij een ambtenaar belt voor een vraag, stuurt de ambtenaar de journalist door naar team Communicatie. Daar ontfermen de 3 adviseurs (2,5 fte) zich over de vraag. Als het beleidsinfo betreft, gaan we die halen bij de ambtenaar en voeren wij het woord namens de gemeente. Gaat het om visionaire vragen, dan wordt de vraag door het bestuur beantwoord.” De communicatieadviseurs hebben ook hun eigen portefeuille, al is die meer op projecten afgestemd dan op werkgebieden als Economie of Openbare Ruimte. Van Buul: “Wie op dat moment het project draait waar de vraag over gaat, pakt de vraag ook op. We hebben als maatstaf dat elke persvraag binnen 24 uur is beantwoord. Als er een persvraag binnenkomt, laat je dus meteen al je andere werk vallen en gaat achter de vraag aan. We zijn een te kleine afdeling om een wethouder van een eigen adviseur te voorzien. De wethouders doen dus zaken met diegene die op dat moment het project draait.”

4.3.2 Relatie met media

Hoewel ook heel vaak gewoon goed wordt samengewerkt, komt het wederzijdse wantrouwen tussen persvoorlichters en journalisten meer dan eens voor. De persvoorlichter is bang dat de journalist zijn antwoorden verdraait, tendentiekus is of verkeerde conclusies trekt. De journalist heeft het idee dat hij van het kastje naar de muur wordt gestuurd met zijn vraag, veel te lang moet wachten of zelfs wordt voorgelogen. Ook de onderzochte gemeenten vormen hierop geen uitzondering, al is het niet zo heftig als bijvoorbeeld Frits Bloemendaal (Amsterdam, 2008) meemaakte.

“De relatie kent de gezonde spanning die er moet zijn”, zo omschrijft Hennie Castelein de relatie tussen de persvoorlichting van de gemeente Leiden en de journalistiek. Van den Ham omschrijft de relatie tussen de persvoorlichting en de in Haarlemmermeer actieve media als “over het algemeen professioneel”. “Er valt meestal goed samen te werken, waarbij ieder de eigen rol heeft.” Maar meestal is dus niet altijd. Van den Ham: “Mijn voornaamste punt van kritiek is dat er soms geen wederhoor wordt toegepast, wat tendentieuze artikelen oplevert.”

“We hebben veel contact en spreken elkaar aan op elkaars verantwoordelijkheid”, vertelt Van Buul. Wat volgens haar beter kan, is afstemming bij moeilijke onderwerpen. “We zien niet altijd goed verwoord wat er is gezegd of constateren dat de journalist gewoon foute conclusies heeft getrokken en feiten genoemd. Het zou fijn zijn als we van te voren de stukken mochten lezen. Het Witte Weekblad heeft hier geen moeite mee en vraagt aan ons soms of de inhoud klopt. De andere twee kranten zijn er terughoudender in. Let wel: wij controleren alleen op de feiten en de conclusies die getrokken worden. De ‘tone of voice’ zullen we nooit veranderen. Dat is de journalistieke vrijheid, of wij er nu blij mee zijn of niet.”

Heemskerk laat weten dat er goed contact is tussen lokale/regionale media en de persvoorlichting in Katwijk. “We werken veelal met directe lijnen. De snelheid van de beantwoording van vragen is voor ons altijd een aandachtspunt.”

4.3.3 Invloed op persberichten

Een belangrijk onderdeel van het werk van een persvoorlichter is het schrijven/redigeren van persberichten. Het college van B en W heeft een voorstel gedaan of een besluit genomen en dat moet natuurlijk worden gecommuniceerd met de burger. De invloed van de afdeling communicatie op de persberichten komt in de onderzochte gemeenten redelijk overeen.

In Haarlemmermeer heeft zowel de betreffende bestuurder als zijn/haar persvoorlichter veel invloed op de inhoud van de persberichten, vertelt Bert van den Ham. “De persvoorlichter stelt het concept-persbericht op, dat wordt voorgelegd aan de betrokken bestuurder. Die dient goedkeuring te geven, aangezien het (namens het college vanzelfsprekend) zijn beleid is dat wordt uitgedragen.”

“Als het om een onderwerp uit het collegebeleidsprogramma en/of om een anderszins actueel onderwerp gaat, wordt de wethouder geconsulteerd”, vertelt Heemskerk over de gang van zaken in Katwijk. De communicatieadviseur redigeert het persbericht want de inhoudelijke tekstvoorstellen komen van de betrokken afdeling. Communicatie vormt deze inhoud om tot een persbericht en verzorgt eindredactie en verspreiding, zo staat te lezen in het persprotocol van Katwijk.

De invloed van de bestuurder op een persbericht is in Leiden vooral in sommige dossiers heel groot. Castelein: “Met name in communicatie is de bestuurlijk eindverantwoordelijke wethouder degene die accordeert. Communicatieadviseurs hebben ook invloed op een persbericht, maar die is meer adviserend.”

In Kaag en Braassem heeft de persvoorlichter sterke invloed op een persbericht. “Wij doen de eindredactie”, aldus Van Buul. De inhoudelijke kennis van zaken komt van de betreffende afdeling. “De bestuurder krijgt het ter info te lezen of we vragen hem/haar eens naar een quote te kijken, maar hoe de zaken verwoord worden, laat het bestuur meestal aan ons over.”

4.3.4 Kritisch of klakkeloos?

Kritisch zijn mag en is goed, maar de persvoorlichters zijn vaak ‘bang’ dat iets verkeerd in de krant komt. Of zoals Heemskerk het verwoord: “Kritische journalisten worden zeker gewaardeerd, zolang er

geen verdraaiing van de werkelijkheid plaatsvindt.” In Katwijk komen zowel de ‘kritische’ als de ‘klakkeloze’ journalist voor, aldus Heemskerk.

De dagbladen in Kaag en Braassem zijn kritisch en zullen niet zomaar een heel bericht overnemen. Van Buul: “Alleen het Witte Weekblad wil dat nog wel eens doen. Ze hebben naar eigen zeggen te weinig redacteuren om altijd kritisch te zijn. “Wij waarderen wel dat ze kritisch zijn. Het houdt ons ook scherp en zorgt dat wij onze afspraken met de inwoners nakomen. Wat we wel jammer vinden is dat het negatieve nieuws van een project altijd veel meer aan bod komt dan het positieve nieuws. Dat steekt soms wel eens omdat we dan heel veel moeite hebben gedaan om de gevraagde informatie boven water te krijgen en daar eigenlijk maar een klein deel (het slechte nieuws) van terugzien.”

De lokale media in Leiden zijn overwegend kritisch volgens Castelein. “Maar kritische journalisten worden zeker gewaardeerd in Leiden, mits ze fair te werk gaan.” Dat is ook de mening van Van den Ham. Hij voegt eraan toe: “Het hoort bij hun taak om kritisch te zijn.”

De adviseur heeft in Haarlemmermeer ook te maken met journalisten die klakkeloos berichten overnemen. “Het Haarlems Dagblad maakt meestal een eigen verhaal, de huis-aan-huisbladen nemen in ongeveer tweederde van de gevallen het persbericht geheel of gedeeltelijk over.” Van den Ham vindt dat prima. “We schrijven onze persberichten ook zo dat ze kunnen worden overgenomen.”

4.3.5 Primeurs

Sommige journalisten krijgen wel eens een primeur, aldus Van den Ham. “Maar dat hangt wel af van de kwaliteit van de journalist of van het medium.” Op de vraag of de gemeenteberichten daarbij een rol speelt (publiceren in een goed gelezen en goed geïnformeerde krant levert hogere attentiewaarde op), antwoordt Van den Ham ontkennend. “Dat staat daar los van. Zoals gezegd kijk ik vooral naar de kwaliteit en soms het bereik van het medium.”

Ook in Leiden komt het voor dat bepaalde journalisten een primeur wordt gegund, maar heeft de publicatie van de stadskrant daar verder niets mee te maken. “Primeurs weggeven doen we met name als het onderwerp aansluit bij dossiers waar iemand al tijden bijzondere belangstelling voor heeft getoond.” De redactie van het Leids Nieuwsblad (waarin de Stadskrant wordt afgedrukt, GK) hoeft wat Castelein betreft niet op een speciale behandeling te rekenen.

Volgens Pien van Buul is het weggeven van primeurs nauwelijks aan de orde in een kleinere gemeente als Kaag en Braassem. “Ik ben nu 2,5 jaar in dienst, maar heb dat nog nooit gedaan. We hebben eigenlijk nooit zulke nieuwswaardige feiten dat we met primeurs werken.” De gemeentepagina zou hierin sowieso geen rol spelen. “Er verschijnt maar één huis-aan-huisblad en maar één keer per week,

dus dat bevordert ook niet het weggeven van primeurs. Die zouden we dan soms dagen vast moeten houden.”

Ook Willy-Janne Heemskerk zegt bepaalde journalisten of kranten wel eens een primeur te gunnen, maar doet dat dan vooral omdat de gemeente er ook belang bij heeft. Zij (de journalisten, GK) zijn bereid ons ook van dienst te zijn met bijvoorbeeld het belichten van een bepaald onderwerp.” De gemeentepagina speelt hierbij niet direct een rol. “Het speelt eerder een rol of de hele gemeente te bereiken is met het medium.”

4.3.6 Het hele verhaal?

De keuze waarvoor een persvoorlichter soms staat, is of het hele verhaal wordt verteld (informatieve voorlichting) of om dat deel van het verhaal dat goed uitkomt (persuasieve voorlichting). Zie hiervoor ook Van Ruler en Elving (2007). Dat laatste klinkt heel fout, maar komt regelmatig voor, zo is mijn ervaring in de praktijk. En aangezien de lokale journalistiek vooral de tijd en soms ook de kennis niet heeft om echt kritisch te zijn, is het sommetje snel gemaakt: noem alleen de voordelen en het draagvlak groeit.

Maar zo werkt het volgens Heemskerk in Katwijk en Van den Ham in Haarlemmermeer in ieder geval niet. Van den Ham: “Niet noemen is meestal fout, zeker als het toch bekend wordt. Het is beter om de voordelen te benadrukken, maar wel het hele verhaal te vertellen.”

Ook Van Buul laat zich in dergelijke bewoordingen uit. “We zullen nooit de negatieve kanten weglaten uit een bericht. We willen een open en toegankelijke gemeente zijn. Als overheid mag je volgens ons nooit het vertrouwen van de inwoners verkwanselen door halve informatie te geven. Als ergens nadelen aan zitten, dan zitten die eraan en daar valt niet omheen te communiceren. In een persbericht zullen we natuurlijk wel altijd beginnen met het noemen van de voordelen en dan pas overgaan tot de nadelen.”

In Leiden hanteert men de uitgangspunten van het rapport van de commissie-Wallage, aldus Castelein. “Die uitgangspunten zijn vooral openheid, transparantie en proactiviteit.” Zij ziet het persbericht altijd als een samenvatting van het nieuws. Als journalisten meer wil weten, kunnen ze naar aanleiding van het persbericht vragen stellen of zelf in de stukken duiken. “Journalisten hebben toegang tot achterliggende stukken zoals nota’s en besluitvormingsdocumenten. Alle informatie is openbaar beschikbaar, keurig conform de Wet Openbaarheid van Bestuur.”

4.4 Hoe denken de journalisten erover?

Natuurlijk hebben ook journalisten een mening over de relatie persvoorlichting-journalistiek en die meningen zijn van groot belang voor de balans in het verhaal. Want journalisten hebben heel andere belangen dan persvoorlichters, weten ook Paul van de Putte en Sandra Kornet-van Duijvenboden van De Katwijksche Post. “Zij moeten de gemeente ‘verkopen’ en daarom zijn bijvoorbeeld hun persberichten altijd kritiekloze artikelen.”

4.4.1 Ander perspectief

Om maar meteen op de vraag in te haken of in persberichten wel het hele verhaal wordt verteld. Want zo open en transparant als de gemeente graag zou willen zijn, is men wat hen betreft in Katwijk niet altijd. “Als ze dat zouden zijn, hoefden wij geen kritische vragen meer te stellen”, lacht Van de Putte. Volgens de beide redacteurs van De Katwijksche Post staat zeker niet altijd alle relevante informatie in het persbericht. “Verzwijgen is misschien een sterk woord. Ze verzwijgen niets, maar niet alles staat in het persbericht. Het is de taak van de journalist om daar doorheen te prikken.”

Kornet-van Duijvenboden: “Beide partijen maken keuzes. De voorlichting krijgt een tekst vanuit de afdeling en maakt er een persbericht van. Die keuzes worden wel vanuit een ander perspectief gemaakt dan hoe wij dat doen bij dat onderwerp. De gemeente wil positief in het nieuws komen, wij duiken de stukken in en komen met ons eigen verhaal.”

4.4.2 Omgang met persberichten

“Negen van de tien keer plaats ik persberichten wel van de gemeente Leiden, omdat ze een meerwaarde hebben voor mijn krant”, vertelt redacteur Pim Scheffer van het Leids Nieuwsblad. “De berichten zijn zodanig goed geschreven, dat het vaak tegen ‘altijd letterlijk’ aanzit voor wat betreft de aanpassing van de berichten. In een enkel geval plaats ik het bericht en stuur ik daarna nog iemand op pad om de achtergrondinformatie te achterhalen en zo nog een follow-up op het verhaal te maken. Desondanks bekijk ik ze wel altijd kritisch en als er echt weinig nieuws in staat, bel ik of de gemeente voor extra info die het stuk nieuwswaardiger maakt, of plaats ik het niet.”

Ook De Katwijksche Post doet bijna altijd wel iets met de persberichten van de gemeente (zie hoofdstuk 5). “Maar het ligt wel aan het onderwerp hoeveel we ermee doen”, aldus Van de Putte. “Aan een bericht over het schoolvoetbaltoernooi zullen we niet zoveel veranderen. Bij politieke onderwerpen is dat natuurlijk wat anders, zeker als het om onderwerpen gaat die gevoelig liggen.” Wel worden bij veel berichten aanvullende vragen gesteld. Kornet-Van Duijvenboden: “Daar zijn ze wel aan gewend bij de afdeling voorlichting. Als dat bij uitzondering een keer een week niet

voorkomt, zijn ze bijna van de leg op het gemeentehuis, haha. Al duurt het soms wel erg lang voordat een vraag wordt beantwoord.”

Er ontstaat ook nog wel eens wat wrijving tussen beide partijen, vertelt Van de Putte. “Laatst kregen we een persbericht over tasjesdieven, het aantal tasjesdiefstallen was volgens de gemeente flink gestegen. Bleek het na enig doorvragen om een stijging van 0 naar 2 gevallen te gaan. Of een bericht over fietsendieven, het persbericht was bedoeld als waarschuwing terwijl uit cijfers bleek dat het aantal fietsdiefstallen juist was gedaald. Ik vind dat bijna stemmingmakerij, het kweken van een gevoel van onveiligheid.”

De kwaliteit van de Katwijkse persberichten is echter “zeker niet slecht”, aldus Kornet-van Duijvenboden. “Het taalgebruik is soms een beetje ambtelijk, maar op zich zijn de berichten redelijk goed.” Van de Putte: “Je zou ze zo kunnen plaatsen, als je dat zou willen.”

4.4.3 Invloed gemeente als adverteerder

Een andere vraag die van belang is, is of het publiceren van de gemeenteberichten invloed heeft op het gebruik van persberichten. Scheffer is daar heel eerlijk in. “Dat heeft het zeker. Ik word iedere dinsdag of woensdag gebeld door de adviseur die de stadskrant voor de gemeente maakt. We nemen altijd even door of er niet (te veel) overlap zit in zijn berichten en in die van mij. Dit gebeurt zelden, aangezien de stadskrant meer praktische informatie verschaft voor inwoners van Leiden en wij als redactie meer geïnteresseerd zijn in het nieuws vanuit de gemeente. Dat is dus goed geregeld, maar ook nuttig dat hij wekelijks even belt, want als er overlap zit, haalt hij zijn stukje meestal eruit en vervangt het door iets anders. Hij geeft mij dus altijd de eerste keus voor plaatsing of niet.”

Leiden heeft behoorlijk pittige eisen, zo blijkt uit 3.3.2a. Toch zegt Scheffer daar weinig last van te hebben. “Ik krijg daar zelden iets van mee. Ik word wekelijks op de hoogte gehouden over wat er in de stadskrant verschijnt, maar dit heeft voor mij geen gevolgen. Ik kijk alleen naar de inhoudelijke dingen ten opzichte van mijn krant, om dubbele informatie te voorkomen.” Scheffer heeft niet te maken met andere vooraf gemaakte afspraken, dan het voorkomen van dubbele berichtgeving. “Het heeft wel enige gevolgen voor de hoeveelheid van mijn redactiepagina’s. Ik weet het niet helemaal zeker, maar volgens mij tellen de gemeentepagina’s ieder voor de helft mee als het gaat om de verdeling advertentie - redactie.”

De Katwijksche Post heeft niet te maken met uitgesproken eisen van de gemeente Katwijk rond de gemeenteberichten. Van de Putte: “Het mag ook geen rol spelen, vind ik. We zijn er niet minder kritisch om.” “Maar de gemeenteberichten zijn natuurlijk wel belangrijk voor het bedrijf”, vult Kornet- van Duijvenboden aan. “Het verlies daarvan zou flink minder inkomsten betekenen. Zoiets hangt toch altijd boven je hoofd, of hoe je dat ook zegt. Maar we worden er niet ‘vriendelijker’ van.”

Van de Putte: “Stel, de gemeente zegt morgen: we stoppen met de gemeentepagina. Dan zou onze werkwijze niet veranderen, we zouden het precies zo doen. Kritisch, maar wel netjes.” Druk van bovenaf hebben ze niet. “Integendeel. Onze directeur zegt bij wijze van spreken: ‘Hak er maar op los als het terecht is’.”

4.4.4 Eigen verhaal bij primeurs

De redacteurs van De Katwijksche Post krijgen wel eens een primeurtje van de gemeente. Van de Putte: “Maar niet vaak hoor, dat komt ongeveer 1 keer per jaar voor en is niets wereldschokkends. Wat vaker voorkomt, is dat wij ergens achter komen, hierover vragen stellen waarna men vraagt of we nog even willen wachten met publiceren. Dan komt de gemeente met een persbericht, maar krijgen wij dat bericht als eerste.” Kornet-van Duijvenboden: “Of men vraagt of we geïnteresseerd zijn in een interview met de wethouder die graag een nadere toelichting wil geven op een genomen besluit.” De redacteurs voelen zich dan niet ‘gebruikt’ door de gemeente, aldus Van de Putte. “Ik schrijf altijd nog wel mijn eigen verhaal. En ik kan ook altijd nee zeggen.” Kornet-van Duijvenboden: “Het is vooral de wethouder die in zo’n geval een risico neemt, want het kan minder positief uitpakken dan hij voor ogen had. Vooraf inzien van het artikel is prima, maar dan moeten ze er wel zelf om vragen. En alleen feitelijke onjuistheden worden aangepast.”

Scheffer heeft nog nooit een primeur gehad van de gemeente Leiden. “Ik heb een goed contact met ze, maar ik heb nog nooit een ‘extraatje’ van ze gehad.” Toch komt de redacteur van het Leids Nieuwsblad soms aan nieuws voordat de gemeente hem officieel informeert. “Het komt regelmatig voor dat een van onze fotografen mij belt met een bepaald nieuwsitem vanuit de gemeente omdat hij er een ‘vriend’ heeft zitten. Dan heb ik het persbericht dus nog niet eens ontvangen.”

4.5 Conclusies

Wantrouwen

Het wantrouwen dat de persvoorlichting vaak wordt verweten richting de journalistiek, blijkt ook op kleine schaal aanwezig. Voorlichters vrezen er bijvoorbeeld voor dat verkeerde conclusies worden getrokken of feiten zo worden verdraaid dat tendentieuze berichtgeving ontstaat. Los van het feit dat het wantrouwen in veel van die gevallen geheel wederzijds is, valt er volgens de geïnterviewde persvoorlichters over het algemeen goed samen te werken met de media in Katwijk, Leiden, Haarlemmermeer en Kaag en Braassem. Beide partijen hebben elkaar tot op zekere hoogte ook nodig. De samenwerking wordt ook ‘gekoesterd’ door de geïnterviewde redacteurs. Al is er vanuit de journalisten geen sprake van een vriendschappelijke relatie, eerder van een soort gewapende vrede.

Invloedrijk

Persvoorlichters hebben veel invloed op de inhoud van gemeentelijke persberichten. De geïnterviewden omschrijven hun invloed veelal als sterk, al dan niet op bepaalde vlakken. De informatie wordt door de communicatieafdeling omgevormd tot een persbericht, waarna goedkeuring volgt vanuit het gemeentebestuur.

Liever het hele verhaal

De persvoorlichters van in ieder geval drie van de vier gemeenten streven er altijd naar het hele verhaal te vertellen, zo kan geconcludeerd worden naar aanleiding van de interviews. De afwegingen verschillen wel. In Katwijk zegt men altijd het hele verhaal te vertellen, daar vindt men de goede verstandhouding met de media belangrijk. Mijn ervaring is dat in Katwijk inderdaad meestal netjes het hele verhaal wordt verteld. Uitzonderingen zijn er altijd, maar dan gaat het vooral om 'kleinere' dingen die niet worden genoemd. Hoeveel kost het is bijvoorbeeld een vraag die men soms uit de weg lijkt te gaan. Ook in Kaag en Braassem is men gehecht aan een goede verstandhouding met de pers. Het verzwijgen van bepaalde zaken is het vertrouwen van de burger in de lokale overheid verkwanselen. In Haarlemmermeer rekent men erop dat de journalist zijn werk goed doet en dat nadelige feiten toch wel uitkomen. Aan de andere kant wordt tweederde van de gemeentelijk persberichten zonder wijzigingen geplaatst, waaruit geconcludeerd kan worden dat dit niet altijd even zorgvuldig gebeurt.

Vanuit journalistiek oogpunt blijkt het met die transparantie wel mee te vallen. De ervaring is dat de gemeente toch vooral erg positief in beeld moet zijn. Verzwijgen is een groot woord, maar niet alles staat in het persbericht. De geïnterviewde journalisten begrijpen dat de gemeente zichzelf moet 'verkopen' en zijn daarom altijd kritisch op de persberichten.

Geen cadeautjes

Een van de vragen in deze scriptie is of het 'hebben' van de gemeenteberichten ook op redactioneel inhoudelijk vlak iets oplevert, zoals een primeur. De gemeente kan er immers belang bij hebben dat de krant waarin de gemeentepagina wordt afgedrukt, de naam heeft een goed geïnformeerd medium te zijn, wat weer meer lezers oplevert en daarmee extra groot bereik voor de gemeentelijk mededelingen. Maar niets van dat alles bij de vier onderzochte gemeenten. De redacties van de meeste kranten hoeven niet op een voorkeursbehandeling te rekenen. Alleen in Katwijk wordt wel eens een primeurtje weggegeven en hoewel de communicatieadviseur het niet met zoveel woorden zegt, blijkt bij 4.3.5 dat

ze daarmee op De Katwijksche Post doelt. Toevallig ook de krant die de gemeenteberichten publiceert, al is dat volgens de adviseur niet de reden.

5 Katwijkse media: klakkeloos of kritisch?

5.1 Inleiding

Als journalist bij een huis-aan-huisblad is het regelmatig onderwerp van gesprek in mijn sociale kring: de hoeveelheid ‘krantjes’ die wekelijks op de deurmat ploft en vooral dienst doen als toiletpapier of vloerbescherming bij een schilderbeurt. Dat is althans wat men mij wil doen geloven. Uit recent onderzoek dat huis-aan-huisgigant Wegener heeft laten uitvoeren, blijkt dat juist de huis-aan-huisbladen bijzonder goed gelezen worden. Dat dergelijke rapporten vaak in het voordeel van de onderzoeksaanvrager uitvallen, is een feit. Wie betaalt, bepaalt. Maar ook andere, kleinschalige en 100 procent onafhankelijk onderzoeken hebben ook redelijk recent nog uitgewezen dat de gratis kranten het erg goed doen en een enorm leesbereik hebben. Een oud-correspondent (en nu collega) deed voor haar afstudeerscriptie onderzoek naar de huis-aan-huisbladen van Buijze Pers. Maar liefst 63 procent van de ondervraagden liet weten de kranten van Buijze Pers bijna wekelijks te lezen.

Toch werd ik getriggerd door de opmerkingen, vooral deze: “In al die krantjes staat toch hetzelfde.” Dat zou niet moeten kunnen, want aan iedere krant werkt een andere redacteur en ook journalisten zijn net mensen: er is er niet één hetzelfde. Maar de praktijk blijkt de mensen die dit beweren regelmatig gelijk te geven, zo blijkt uit dit onderzoek. Gevoelsmatig, aangezien de kranten allemaal in dezelfde kleine nieuwsvijver vissen, maar ook letterlijk doordat persberichten van gemeenten zonder enige wijziging op redactionele pagina’s worden geplaatst. Zonder dat het kritische oog van een journalist het bericht heeft bekeken dus. Of toch wel, maar zijn de persberichten dan zo uitstekend opgesteld?

5.2 Afbakenen onderzoek

Als proef op de som heb ik in de gemeente Katwijk drie maanden de lokale/regionale kranten bijgehouden op hun gebruik van persberichten van die gemeente. De keuze voor Katwijk is gebaseerd op het feit dat daar de meeste bladen worden bezorgd (zie hoofdstuk 4). Het onderzoek is uitgevoerd in zes kranten van drie verschillende uitgeverijen: De Katwijksche Post (KS), De Rijnsburger/De Valkenburger (RB/VB) en de Katwijk Speciaal (KS) van Uitgeverij Verhagen, het Witte Weekblad (WW) van Holland Combinatie en de Woensdagkrant en de Weekendkrant (Woe/Wee) van Buijze Pers.

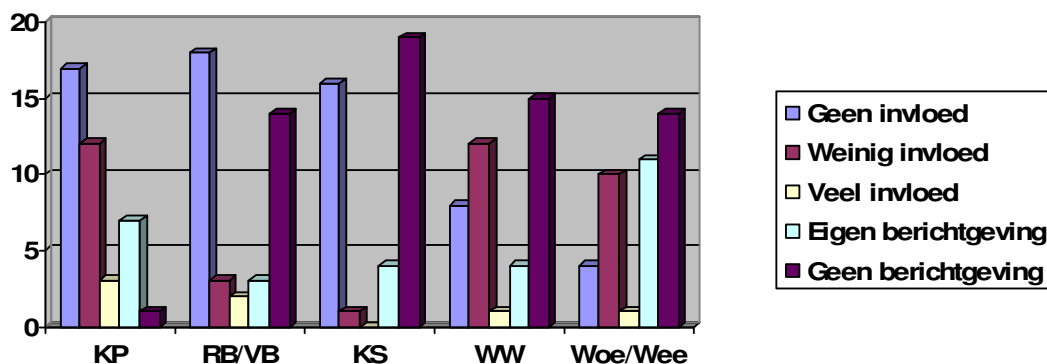
5.3 Resultaten

In de periode tussen 1 januari en 31 maart 2012 verstuurde de communicatieafdeling van de gemeente Katwijk ruim veertig persberichten naar de voor hen relevante media, waaronder de hierboven genoemde bladen. In bijlage V zijn de resultaten van het onderzoek te zien. Voor het vervolg van dit hoofdstuk is vooral het algemene beeld van belang dat naar aanleiding van de resultaten geschetst kan worden.

Grofweg zijn de gemeentelijke persberichten te splitsen in twee soorten berichtgeving. De eerste is het ‘kant-en-klaar nieuws’, waarmee ik de berichten bedoel die zo opgesteld zijn dat de media deze eenvoudig over zouden moeten kunnen nemen. De tweede is meer ‘huishoudelijk nieuws’, waarmee ik de berichten bedoel waarin de burger rechtstreeks wordt aangesproken door de gemeente en minder hard nieuws bevatten.

Het grootste deel van de onderzochte berichten (26 stuks) kan worden geschaard bij de eerste categorie, de andere veertien passen beter bij de berichten van ‘huishoudelijke’ aard. Daarbij dient te worden opgemerkt dat 1) alle berichten van ‘huishoudelijke’ aard zeker nieuwselementen in zich hebben en 2) sommige berichten meer een combinatie zijn van beide categorieën. Meer over het gebruik van ‘huishoudelijk’ en ‘hard’ nieuws bij 5.3.6.

De beoordeling van het gebruik van de gemeentelijke persberichten is onderverdeeld in vijf categorieën: letterlijk overgenomen, weinig invloed redactie, veel invloed redactie, eigen berichtgeving en geen berichtgeving.



Figuur 1: Gebruik persberichten (40 stuks) in Katwijkse kranten.

5.3.1 Letterlijk overgenomen

Wat als eerste opvalt, is het behoorlijk hoge aantal persberichten dat letterlijk is overgenomen door de Katwijkse media waarin (al dan niet wekelijks) de gemeenteberichten worden gepubliceerd. In De Katwijksche Post zijn 17 van de 40 persberichten (zie fig. 1) letterlijk overgenomen, De Katwijk Speciaal doet dat 16 keer en De Rijnsburger/De Valkenburger 18 keer. Het Witte Weekblad (8) en de Woensdagkrant/Weekendkrant (4) scoren hier beduidend lager.

5.3.2 Weinig invloed redactie

De Katwijksche Post behaalt, naast de letterlijk overgenomen berichten, ook een hoge score bij de persberichten waaraan de redactie weinig heeft gesleuteld. In de abonnementskrant komt het 12 keer voor dat bij berichten bijvoorbeeld alleen de zinsvolgorde of de vorm van aanspreken (u bent uitgenodigd..., we hebben geprobeerd...) is veranderd. Deze vorm van persberichten bewerken komt in De Rijnsburger/De Valkenburger (3 keer) en de Katwijk Speciaal (1 keer) nauwelijks voor. De redacties van het Witte Weekblad (12 keer) en de Woensdagkrant/Weekkrant (10 keer) gebruiken die vorm wel regelmatig.

5.3.3 Veel invloed redactie

Persberichten waarvan nog wel te achterhalen is dat het een persbericht van de gemeente is, maar waar de redactie zo aan heeft gesleuteld dat het amper nog als zodanig te herkennen is, zijn nauwelijks terug te vinden in de onderzochte Katwijkse kranten. In De Katwijksche Post (3), De Rijnsburger/De Valkenburger (2), het Witte Weekblad (1) en de Woensdagkrant/Weekendkrant (1) gebeurt het sporadisch, terwijl in de Katwijk Speciaal deze vorm helemaal niet wordt gebruikt in de onderzoeksperiode.

5.3.4 Eigen berichtgeving

Beseffend dat niet ieder persbericht geschikt is voor eigen berichtgeving, hoort deze categorie toch als geen ander in het onderzoek. Het geeft namelijk een goed beeld van de verschillende redacties en hoe zij met gemeentelijke persberichten omgaan. De uitnodigingen zijn niet de berichten waarover een krant ook zelf voor berichtgeving kan zorgen, maar juist de persberichten over de besluiten van het college van B&W lenen zich uitstekend voor eigen berichtgeving. De Woensdagkrant/Weekendkrant (11 keer eigen berichtgeving) en in iets mindere mate De Katwijksche Post (7 keer) onderscheiden zich hierin door (structureel) eigen berichtgeving te verzorgen en niet het gemeentelijke persbericht over te nemen. De Rijnsburger/Valkenburger (3 keer), de Katwijk Speciaal (4 keer) en het Witte Weekblad (4 keer) doen weinig aan eigen berichtgeving voor wat betreft de onderwerpen waarover de gemeente ook een persbericht stuurt.

5.3.5 Geen berichtgeving

De krant die het hoogst scoort met het niet gebruiken van persberichten is de Katwijk Speciaal. De redactie van die krant laat ongeveer de helft (19 van de 40) van de persberichten links liggen. Gezien

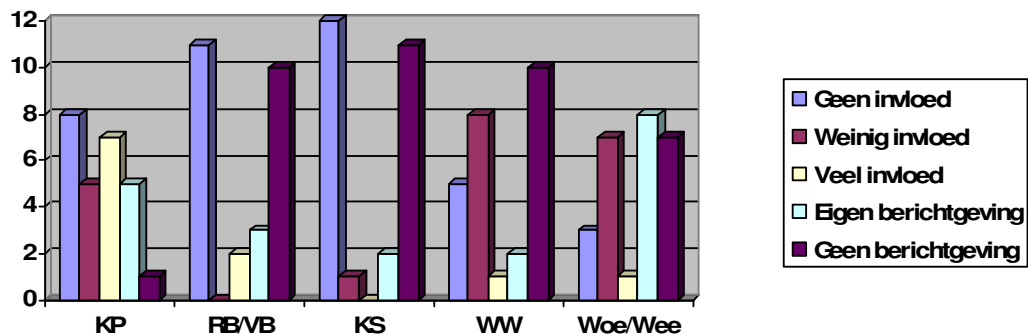
het hoge aantal persberichten (16) dat letterlijk wordt overgenomen, lijkt bij deze redactie het motto ‘letterlijk of helemaal niet’ te gelden. In iets mindere mate gaat dit overigens ook op voor De Rijnsburger/De Valkenburger, met 14 niet gebruikte persberichten tegenover 18 letterlijk overgenomen persberichten. De Woensdagkrant/Weekendkrant (14) en het Witte Weekblad (15) halen ook hoge cijfers als het gaat om het niet gebruiken van persberichten, maar scoren veel lager in het aantal letterlijk overgenomen persberichten. De Katwijkse Post blijkt een apart geval. Slecht 1 (!) gemeentelijk persbericht is niet op de één of andere manier in de krant geplaatst door de redactie. De gemeente Katwijk stuurt dus bijna nooit tevergeefs een persbericht naar de krant die ook de gemeentepagina plaatst.

5.3.6 Onderscheid in onderwerpkeuze?

Naast het sec gebruik van de gemeentelijk persberichten door de onderzochte kranten, is nog een vraag relevant voor dit onderzoek: over welke onderwerpen publiceert welke krant nu letterlijk, met eigen berichtgeving of helemaal niet? Het bij 5.3 gemaakte onderscheid in soorten persberichten - huishoudelijk en hard nieuws - komt hierbij van pas, aangezien het nogal een verschil is of redacties de berichten van huishoudelijke aard letterlijk overnemen, of juist overwegend de berichten met hard nieuws.

Hard nieuws

De harde nieuwsberichten (bijvoorbeeld besluiten vanuit het college) van de gemeente worden het vaakst letterlijk overgenomen door de drie kranten waarin ook de gemeentepagina (regelmatig) wordt gepubliceerd: de Katwijk Speciaal (in 12 van de 26 gevallen), De Rijnsburger/De Valkenburger (11) en De Katwijkse Post (8). De redacties van het Witte Weekblad (5) en de Woensdagkrant/Weekendkrant (3) doen dat beduidend minder vaak.



Figuur 2: Gebruik persberichten met ‘hard nieuws’ (26 stuks) in Katwijkse kranten.

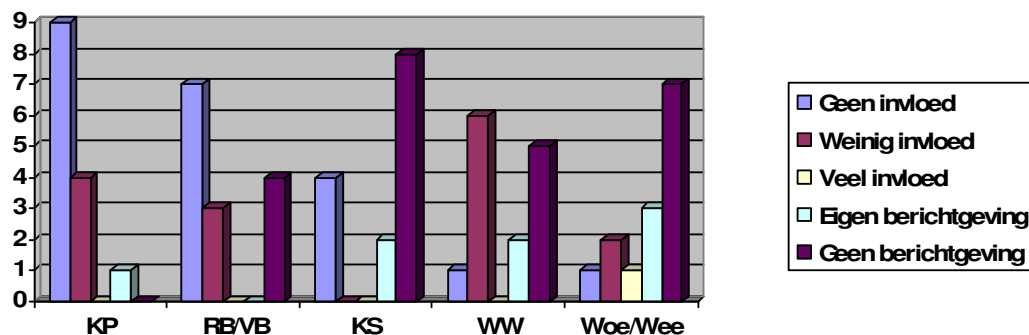
In deze categorie is ook de vergelijking met het aantal eigen nieuwsberichten van belang. Dit om een indruk te krijgen of de redacties over het algemeen klakkeloos het nieuws overnemen, of dat men ook aan eigen nieuwsgaring doet voor wat betreft de onderwerpen waarover de gemeente een persbericht stuurt.

De Katwijksche Post staat in Katwijk bekend als een kwaliteitskrant (men moet er ook voor betalen), dus mag veel eigen nieuwsgaring worden verwacht. De krant voldoet met vijf keer eigen berichtgeving over de onderwerpen waarover ook de gemeente een persbericht stuurt misschien niet helemaal aan die verwachting, maar scoort wel beter dan de Katwijk Speciaal (3), De Rijnsburger/De Valkenburger (2) en het Witte Weekblad (2). Verzachtende omstandigheid voor De Katwijksche Post is overigens dat deze krant, ondanks het feit dat men met ieder persbericht iets doet, meer persberichten bewerkt dan dat men letterlijk overneemt.

De redactie van de meer regionaal ingestelde Woensdagkrant/Weekendkrant steekt er wat eigen nieuwsgaring betreft bovenuit met acht artikelen waarover de gemeente gratis en voor niets ook een persbericht stuurt. Een belangrijke verklaring daarvoor is dat men veel minder ruimte voor Katwijks nieuws ter beschikking heeft en daarom kwantitatief nooit kan wedijveren met de andere kranten, die volledig op de gemeente Katwijk zijn gericht. De redactie maakt daarin dus een duidelijke keuze voor eigen berichtgeving om zo onderscheidend te kunnen zijn.

Huishoudelijk nieuws

De berichten die meer 'huishoudelijk' van aard zijn (uitnodigingen voor bijeenkomsten, dienstmededelingen over verruiming van de openingstijden van de balie, etc.), zijn interessant omdat ze een beeld geven hoe de redacties van de vijf kranten omgaan met de gemeente Katwijk. Dat zijn namelijk vaak berichten waar een bedrijf mee zou moeten adverteren. Die ruimte vaak gratis 'weggeven' op een redactiepagina, kan daarmee de indruk wekken dat men de gemeente toch vooral te vriend wil houden. Aan de andere kant is tijdens het onderzoek opgevallen dat dergelijke berichten soms ook nieuws waarde hebben en plaatsing vanuit het oogpunt van de krant als 'onafhankelijk' brenger van nieuws prima te verdedigen is.



Figuur 3: Gebruik 'huishoudelijke persberichten' (14 stuks) in Katwijkse kranten.

Ook in deze categorie een opvallende rol voor De Katwijksche Post. Die krant neemt in maar liefst 9 van de 14 gevallen (zie fig. 3) het bericht letterlijk over, 4 keer bijna letterlijk en slechts 1 keer wordt een eigen bericht gemaakt. Ook De Rijnsburger/De Valkenburger plaatst de huishoudelijke berichten veelal letterlijk (in 7 gevallen) of bijna letterlijk (3 keer). Voor die krant geldt - net als voor de Katwijk Speciaal - de al eerder gememoreerde stelregel 'letterlijk of helemaal niet'. De Katwijk Speciaal gooit aan de andere kant namelijk het vaakst van alle kranten een huishoudelijk bericht weg.

Het Witte Weekblad sleutelt in deze categorie 6 keer aan een persbericht en plaatst 1 keer een bericht letterlijk, terwijl vijf berichten worden weggegooid. Dat doet de redactie van de Woensdagkrant/Weekendkrant iets vaker (7 keer), terwijl men drie keer een eigen bericht heeft in plaats van het persbericht. Waarmee het ook hier de hoogste score heeft op het gebied van eigen berichtgeving.

5.4 Conclusies

Kwaliteit persberichten

De persberichten van de gemeente Katwijk zijn zo slecht nog niet. Die conclusie trek ik op basis van twee feiten. 1) Naar journalistieke principes schort er niet zoveel aan de persberichten van de gemeente Katwijk. Natuurlijk komt het voor dat sommige berichten wat relevante informatie missen en is het soms even zoeken naar wat eigenlijk het nieuws is, maar daar is de journalist altijd zelf nog bij. Bovendien is zoiets zeker geen schering en inslag. 2) Aangezien ik op een streekredactie werk, zie ik regelmatig persberichten van andere gemeenten. Ik weet dus hoe belabberd/propagandistisch gemeentelijke persberichten kunnen zijn.

Veel letterlijke persberichten

Het gevaar sluipt erin dat, doordat de persberichten prima zijn, een bepaalde gemakzucht ontstaat bij de journalisten die voor de verwerking dienen te zorgen. Bij een minder waakzame redacteur kunnen zomaar elementen van 'propaganda' blijven hangen in een letterlijk overgenomen persbericht. Al bestaat niet de indruk dat de gemeente Katwijk daar bewust mee bezig is, toch werken steeds meer voorlichters proactief en communiceren ook over niet aanvaard beleid. Met als gevaar de genoemde elementen van propaganda voor het te nemen besluit.

Gemeente te vriend houden

De kranten van de Katwijkse uitgeverij Verhagen nemen gemeentelijke persberichten opvallend vaak letterlijk of bijna letterlijk over, zeker in vergelijking met de concurrerende media. De indruk is daarmee gewekt dat men de gemeente wel erg graag te vriend houdt.

Weinig vertrouwen in eigen kunnen

Wat in het Katwijkse onderzoek opvalt, is dat redacteurs van sommige kranten bijzonder weinig vertrouwen in eigen kunnen lijken te hebben. Eigen berichten of persberichten waaraan stevig is gesleuteld, zijn vooral in De Rijnsburger/De Valkenburger en de Katwijk Speciaal nauwelijks te vinden ten aanzien van de onderwerpen waarover de gemeente een persbericht stuurt. Letterlijk of helemaal niet is geen goed journalistiek uitgangspunt.

6 Conclusies

6.1 Inleiding

Wat is nu precies de invloed van de lokale overheid met haar wettelijk verplichte publicaties (lees: de gemeentepagina/stadskrant) en eigen berichtgeving (lees: gemeentelijke persberichten) op het lokale/regionale medialandschap en de inhoud van lokale/regionale gedrukte media? Met die voor deze scriptie belangrijkste vraag ben ik de afgelopen periode aan de slag geweest. Onderverdeeld in zes deelvragen, die in deze scriptie uitvoerig zijn behandeld is het nu tijd om aan de hand van hoofd- en deelvragen tot de slotconclusies te komen.

6.2 Ontwikkeling communicatie en media

De ontwikkeling van de communicatie, de strijd om de openbaarheid, de opkomende nieuwe media waar ook de (lokale) overheid niet meer onderuit kan; de ontwikkelingen gaan razendsnel in de wereld van de media. Waar eerst de wethouder zelf de journalist te woord stond, wordt hij nu ‘beschermd’ door een muur van communicatiemedewerkers die allemaal proberen de bestuurders uit de wind te houden en te behoeden voor domme uitspraken. Ieder foutje wordt breed uitgemeten in de pers en de nieuwsvoorziening is (naast internet) met Twitter, Facebook en smartphones sneller en meedogenlozer dan ooit.

Aan de andere kant blijken er voor gemeenten ook nieuwe kansen te liggen met het gebruik van een interactieve website. Zo hoeven burgers voor veel zaken niet meer naar het gemeentehuis en kunnen ook kosten worden gereduceerd voor de officiële mededelingen, die nu nog in de stadskrant of de gemeentepagina staan. Waarmee meteen een belangrijk probleem benoemd is voor de lokale/regionale gedrukte media, want door de nieuwe Wet Elektronische Bekendmaking volstaan gemeente straks met publicatie van de mededelingen op internet. Dan kan een belangrijke bron van inkomsten voor deze kranten zomaar ten einde zijn en daarmee ook sommige kranten zelf, al zal de toekomst dat uit moeten wijzen.

6.3 Strijd

Ook de noodzaak voor goede communicatie is helder. De burger wordt steeds mondiger en pikt lang niet alles meer, daarom dient de gemeente draagvlak te creëren om besluiten aan de man te brengen. Het arsenaal aan mogelijkheden dat een voorlichter heeft om namens het gemeentebestuur de burger te bereiken, is enorm. In het rapport van de commissie-Wallage uit 2001 wordt zelfs gesproken van ‘de

slag om het publieke vertrouwen' en dat deze slag vooral in de media wordt uitgevochten. Soms is het ook echt 'communicatieoorlog', zoals het boek van Frits Bloemendaal als titel heeft.

Toch lijkt die strijd op lokaal/regionaal niveau mee te vallen. De lokale media hebben het net als hun landelijke broers en zussen moeilijk, vooral door de economische recessie waardoor ondernemers niet meer kunnen of durven investeren in advertenties. De lokale overheid snijdt daarbij ook nog eens in het vlees van de media, aangezien ook op de aanbestedingsprijs voor de gemeenteberichten of stadskrant flink is gekort.

Opvallend in de gesprekken met voorlichters en redacteurs is dat men liever een goede verstandhouding heeft met de tegenpartij. Beide partijen hebben totaal andere uitgangspunten, maar beseffen dat een verstoorde relatie met de ander dat uitgangspunt danig kan vertroebelen. Men heeft elkaar ook nodig. Daarom heerst er tussen de gemeentelijke persvoorlichting en de redacties van de lokale/regionale gedrukte media in veel gevallen een vreemd soort vrede. Noem het een gewapende vrede.

Letterlijk

Proberen kranten die de gemeenteadvertentie/stadskrant afdrukken de gemeente te vriend te houden? Afgaand op het onderzoek in deze scriptie luidt het antwoord ja. De krant die wekelijks de gemeentepagina afdruckt in Katwijk, laat slechts 1 van de 40 persberichten met een grote boog in de prullenbak verdwijnen. Ook de andere kranten van dezelfde uitgeverij die regelmatig een kopie van de gemeenteberichten afdrukken, plaatsen gemeentelijke persberichten ten opzichte van de concurrentie significant vaker letterlijk of bijna letterlijk.

Toch kan diezelfde redactie niet worden verweten als een schoothondje achter de gemeente aan te lopen. Het gemeentebestuur dat via communicatie haar persberichten regelmatig letterlijk terugziet, krijgt er in andere artikelen en columns in diezelfde krant soms stevig van langs. Daarnaast tonen ook kranten die de (Katwijkse) gemeenteberichten niet publiceren soms sterk schoothondjesgedrag. Ook zijn de gemeentelijke persberichten in het algemeen in de loop der jaren steeds beter geworden, niet in de laatste plaats omdat gemeentelijke communicatieadviseurs steeds vaker ex-journalisten zijn.

6.4 Slotconclusies

Het antwoord op de hoofdvraag in deze scriptie is dat de invloed van de stadskrant/gemeentepagina en gemeentelijke persberichten op lokale/regionale medialandschap en de lokale/regionale gedrukte media heel groot kan zijn. In de voorgaande hoofdstukken staan enkele voorbeelden uit de praktijk genoemd die het beeld van invloed op het medialandschap bevestigen. Zoals kranten die wegvallen

omdat de gemeente voor een concurrerend medium kiest die de gemeenteberichten voor (veel) minder geld willen afdrukken. Of een burgemeester en een politicus die erin slagen kritische journalisten het zwijgen op te leggen door te dreigen de gemeentelijke publicaties terug te trekken, wat veelal de grootste bron van inkomsten is voor die krant. Of een groot mediaconcern dat tegen dumprijzen een stadskrant binnenhaalt en met een nieuw huis-aan-huisblad op de proppen komt.

Ook de onderzochte gemeenten oefenen zeker invloed uit op de lokale/regionale gedrukte media, vooral op de inhoud. Al is dat niet zo schokkend als de genoemde voorbeelden. De gemeente Haarlemmermeer kiest ervoor om de inhoud van de stadskrant voor die van het Witte Weekblad te laten gaan, al zijn daar geen harde afspraken over gemaakt. Leiden kiest juist voor de omgekeerde weg, daar wordt de stadskrant afgestemd op de inhoud van het Leids Nieuwsblad. Leiden en Katwijk hebben weer op een heel andere manier invloed, namelijk door veel en vaak goede persberichten naar de media te sturen. Aangezien redacteurs in tegenwoordig altijd tijd te kort hebben, is het heel verleidelijk om die letterlijk over te nemen. Wat ook behoorlijk vaak gebeurt, zoals blijkt uit hoofdstuk 5.

Het is gezien de tijdsdruk en de hoeveelheid werk waar redacties tegenop moeten boksen wel begrijpelijk, maar absoluut geen goede ontwikkeling. Zeker aangezien voorlichters tegenwoordig ook ‘proactief’ communiceren. Dat wil zeggen dat ook over voorstellen waar nog geen besluit over is genomen, de afdeling persvoorlichting al een persbericht stuurt. Uiteraard vooral met argumenten vóór het plan, al zeggen de geïnterviewde voorlichters in koor dat wel altijd het hele verhaal wordt verteld. Het is de taak van de journalist om die bewering te staven bij ieder bericht, ongeacht het feit of het een klein of groot onderwerp is. Journalisten moeten daar goed van doordrongen zijn.

Bronnenlijst

Boeken:

- Blanken, H. en Deuze, M. (2007). *PopUp, de botsing tussen oude en nieuwe media*. Amsterdam: Uitgeverij Atlas.
- Bloemendaal, F. (2008). *De communicatieoorlog - Hoe de politiek de pers in haar greep probeert te krijgen*. Amsterdam: Ambo.
- Groenendijk, J.N.A, Hazekamp & G.A.Th. Mastenbroek, J. (red.) (1997). *Public Relations: beleid organisatie en uitvoering*. Alphen a/d Rijn: Samsom.
- Hajema, L. (2001). *De glazenwassers van het bestuur: lokale overheid, massamedia, burgers en communicatie: Groningen in landelijk perspectief 1945-2001*. Assen: Koninklijke Van Gorcum BV.
- Jumelet L., Wassenaar I. (2003). *Overheidscommunicatie*. Utrecht/Zutphen: ThiemeMeulenhoff.
- Rijnja, G. (1997). *Public relations bij de gemeente*. In Groenendijk, J.N.A, Hazekamp & G.A.Th. Mastenbroek, J. (red.), *Public Relations: beleid organisatie en uitvoering* (p. 306-317). Alphen a/d Rijn: Samsom.
- Ruler, van, A.A., Elving, W. (2007). *Carrière in communicatie. De wereld van een communicatiespecialist*. Amsterdam: Boom.
- Tops, prof. dr. P.W., (1995). *Gemeenten en gezag, het verschuivende politieke moment in het lokale bestuur*. Amsterdam/Antwerpen: Atlas.

Online

- Baal, van, M. (4 mei 2011). *Een klein dorpje journalisten houdt dapper stand*. Verkregen op 13 juni 2011, via: <http://michelvanbaal.weblog.tudelft.nl/2011/05/04/een-klein-dorpje-journalisten-houdt-dapp>.

- Binnenlandsbestuur.nl (4 juni 2010). *Tien keer meer voorlichters dan journalisten*. Verkregen op maandag 13 juni 2011, via: <http://www.binnenlandsbestuur.nl/Home/all/tien-keer-meer-voorlichters-dan-journalisten.172506.lynkx>.
- Binnenlandsbestuur.nl (4 januari 2011). *Columnist in de ban na druk coalitie Maasdriel*. Verkregen op 6 mei 2012 via: <http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/nieuws/nieuws/columnist-in-de-ban-na-druk-coalitie-maasdriel.604817.lynkx>.
- Buijs, K. (maart 2009). *De ongemakkelijke relatie van journalisten, politici en voorlichters*. Verkregen op 13 juni 2011, via: <http://blogs.budh.nl/kwaliteitvanjournalistiek/2011/06/26/de-ongemakkelijke-relatie-van-journalisten-politici-en-voorlichters/>.
- Burgt, van de, C. (23 februari 2011). *Sociale media en politieke betrokkenheid: geen bewijs voor een verband*. Verkregen op 20 oktober 2011, via: <http://www.denieuwereporter.nl/2011/02/sociale-media-en-politieke-betrokkenheid-geen-bewijs-voor-een-verband/>.
- Elzerman, H., Bruning, T., (2011). *Brief NVJ aan minister Donner van Binnenlandse Zaken*, ondertekend door Huub Elzerman (voorzitter) en Thomas Bruning (algemeen secretaris). Verkregen op 6 mei 2012 via: http://www.nvj.nl/docs/Brief_WOB_TB_aan_mr_Donner.pdf.
- Heus, de, W. (14 april 2009). *Wolfsen: "Regels correct toegepast"*. Verkregen op 12 maart 2012, via: http://www.allesoverutrecht.nl/nieuwsutrecht/2009/april/Persbreidel_slaat_toe_in_Utrecht_%282009-04-14%29.php.
- Keunen, M. (4 juni 2010). *Tien voorlichters voor elke reporter*. Verkregen op 13 juni 2011, via: http://vorige.nrc.nl/binnenland/article2557564.ece/Tien_voorlichters_voor_elke_reporter.
- Leidschdagblad.nl (1 juli 2010). *Geen jachthaven in Broek- en Simontjespolder*. Verkregen op 6 mei 2012, via: <http://www.leidschdagblad.nl/regionaal/duinenbollen/article6205516.ece/Geen-jachthaven-in-Broek--en-Simontjespolder>.
- Olsthoorn, P. (20 oktober 2011). *Doodsstrijd op de lokale nieuwsmarkt*. Verkregen op 24 oktober 2011, via: <http://www.denieuwereporter.nl/2011/10/doodsstrijd-op-de-lokale-nieuwsmarkt/>.

- Roodenburg, H. (25 augustus 2011). *Krantenoorlog R'dam gaat nieuwe fase in*. Verkregen op 23 september 2011, via: <http://www.villamedia.nl/opinie/bericht/krantenoorlog-rdam-gaat-nieuwe-fase-in/>.
- RTL.nl (2011). *Gemeenten dwarsbomen scriptie*. Verkregen op 31 oktober 2011 via: [http://www.rtl.nl/\(/actueel/rtlnieuws/binnenland/\)/components/actueel/rtlnieuws/2010/02_februari/15/binnenland/gemeenten-dwarsbomen-scriptie.xml](http://www.rtl.nl/(/actueel/rtlnieuws/binnenland/)/components/actueel/rtlnieuws/2010/02_februari/15/binnenland/gemeenten-dwarsbomen-scriptie.xml).
- Vasterman, P. (22 december 2008). *Verontwaardiging is niet genoeg. Recensie van 'De Communicatieoorlog'*. Verkregen op 7 mei 2012, via: <http://vasterman.blogspot.com/2008/12/verontwaardiging-is-niet-genoege.html>.
- Villamedia.nl (27 juli 2011). *Brief aan Donner over Wob-beleid*. Verkregen op 6 mei 2012, via: <http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/brief-aan-donner-over-wob-beleid/57642/>.
- Vleugels, R. (2011). *Minister Donner, schaam je!*. Verkregen op 6 mei, 2012, via: De Nieuwe Reporter, via: <http://www.denieuwereporter.nl/2011/06/minister-donner-schaam-je/>.
- Websonic.nl (3 mei 2012). *Facebook verreweg het grootst in Nederland*. Verkregen op 6 mei 2012 via: <http://www.websonic.nl/nieuws/facebook-verreweg-het-grootst-in-nederland-39590>.

Wetten en rapporten

- Algemene wet bestuursrecht.
- Bekendmakingswet (1988).
- Biesheuvel, B.W. (1970), *Openbaarheid, Openheid*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken.
- Wet elektronische bekendmaking.
- Wet Openbaarheid van Bestuur (1980).
- Wallage, J. (2001), *In dienst van de democratie. Het rapport van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie*. Den Haag: Ministerie van Algemene Zaken.

Andere documenten en artikelen

- Lange, de, M. (2010). *De Wob: Wet openbaarheid van bestuur of Wet obstructie door bestuur?* Verkregen op 6 mei, 2012, via: Christelijke Hogeschool Ede, HBO Kennisbank, via:
<http://www.surfsharekit.nl:8080/get/smpid:10283/DS1/>.
- Meurders, F. (Presentatie). (6 maart 2009). *Autorisatie in de journalistiek*. In: J. Broekhuis (Eindred.), *De Leugen Regeert*. [Tv-uitzending]. Amsterdam: VARA.
- Newman, N. (2010). *#UKelection2010, mainstream media and the role of the internet: how social and digital media affected the business of politics and journalism*. Verkregen op 20 oktober 2011, via:
http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Working_Papers/Social_Media_and_the_Election.pdf.
- Schuijt, G. (2002). *Van Open Barend Biesheuvel tot Worldwide Wallage*. Nederlands Juristenblad, februari 2002, p. 75-78.
- Spinhoven, J. (2008). 'De Randstad is van ons'. *Adformatie*, jaargang 36, nummer 40, blz. 42-43.
- Stimuleringsfondspers.nl (22 april 2010). *Hyperlokaal Online Nieuws Netwerk (Dichtbij.nl)*. Verkregen op 14 juni 2011, via:
<http://www.stimuleringsfondspers.nl/Internet/Subsidie/Bestuursbesluiten/Id/481/Besluit/Bestuursbesluit/Jaar/2010/Lightbox/page.aspx/978>.
- Stimuleringsfondspers.nl (22 april 2010). *Vandaag (v/h Lokaal Digitaal)*. Verkregen op 14 juni 2012, via:
<http://www.stimuleringsfondspers.nl/Internet/Subsidie/Bestuursbesluiten/Id/442/Besluit/Bestuursbesluit/Jaar/2010/Lightbox/page.aspx/978>.
- Vleugels, R. (2005), *We mogen steeds minder weten van de overheid*, NRC Handelsblad, (18 mei 2005).
- VNG Ledenpeiling (2010). Verkregen op 6 mei 2012, via:
http://www.vng.nl/Documenten/Extranet/Vereniging/Ledenpeiling/VNG-Ledenpeiling_juni_2010_definitief_herzien.pdf.

Bijlage I Interview met Frits Bloemendaal in NRC Handelsblad

‘Slag om de publieke opinie is verhard’

Door onze redacteur Mirjam Keunen

Frits Bloemendaal signaleert dat de overheid met de pers is verwickeld in een communicatieoorlog. Hij schreef er een boek over. „De politiek bejegt de pers met meer agressie.”

Den Haag, 20 nov. Niet terugbellen. Van het kastje naar de muur sturen. En desnoods: glashard liegen. Al jaren houden Frits Bloemendaal, chef redactie bij de Geassocieerde Persdiensten (GPD), en zijn collega's een zwartboek bij over trucs en manipulaties van overheidsvoorlichters. De voorvallen dienen als lesstof voor verslaggevers.

Natuurlijk beseft hij dat ook voorlichters een lijst kunnen opstellen met streken van journalisten. Maar er is volgens hem „fundamenteel iets mis met de manier waarop de overheid omgaat met de pers.”

Daarvan is hij overtuigd sinds ‘GPD-gate’. Twee voorlichters van het ministerie van Sociale Zaken logden honderden keren in in het besloten computersysteem van de GPD, die nieuws levert aan regionale kranten. Het bleken ex-medewerkers van de GPD. Ze kregen onlangs taakstraffen wegens computervredebreuk.

De geruchtmakende zaak vormde de aanleiding voor het vandaag gepresenteerde boek *De Communicatieoorlog. Hoe de politiek de pers in haar greep probeert te krijgen*. Bloemendaal schetst daarin het beeld van een onzekere overheid die lijdt aan controledrift en die de pers niet langer ziet als waakhond van de democratie maar als een bedreiging ervan. Dus moet de pers omzeild worden en moeten media dienen als doorgeefluik om een politieke boodschap bij de burger te brengen. „De politiek bejegt de pers met meer agressie. Neem Balkenende die een bodemprocedure aanspande tegen *Opinio* voor een artikel dat als grap was bedoeld.”

Is uw term communicatieoorlog niet overdreven, tenslotte is Nederland een consensusland?

„Nee, ik vind het een lekkere term en hij is ook terecht. Oorlogstaal vind je voor het eerst in het rapport-Wallage (uit 2001, over de toekomst van de overheidscommunicatie, red.) waarin wordt gesproken over de slag om het publieke vertrouwen. Een politiek adviseur noemt zich in mijn boek een frontsoldaat. In de voorlichting zijn campagnetactieken geslopen. En campagne voeren is oorlog.”

Wie is de oorlog begonnen?

„Het beeld van de overheid is dat de media opdringerig zijn en massaal de politiek bestoken. De omloopsnelheid van het nieuws is toegenomen: er is meer concurrentie en er zijn meer publicatiemomenten. ‘Er wordt gehakt gemaakt van beleid en dan mag je iets terugdoen’, schreef Wallage. De overheid gaat met campagnes in de tegenaanval. Als je eenheid uitstraalt wordt je imago beter en krijg je meer gezag en waardering, is de gedachte van bestuurders.”

Nadat een meerderheid in 2005 per referendum tegen de Europese Grondwet had gestemd, zeiden politici: we hebben het niet goed uitgelegd. Is dat een terugkerend reactiepatroon?

„De politiek heeft een missie. Dan wil je, zoals dat in communicatietermen heet, alleen maar zenden. Terwijl politici na de moord op Fortuyn beweerden dat ze juist meer dialoog wilden met de burger. Een missie formuleren en eensgezind een boodschap uitdragen heeft nu iets religieus. Ik vind dat gevaarlijk.

Waarom?

„Het kan leiden tot een bestuurscultuur met autoritaire trekken. In zo’n cultuur is minder ruimte voor tegenspraak en dwarse denkers. Dat verklaart ook de vijandigheid jegens de pers die alleen maar het negatieve zou benadrukken.”

Is uw kijk op overheidsvoorlichting veranderd?

„Het voorlichtingsbeleid is veranderd van informeren naar beïnvloeden en overtuigen. De gedachte daarbij is om controle te krijgen op de samenleving, om de burger terug te winnen voor de politiek via de media. De speelruimte voor de journalisten is kleiner geworden.”

Overvleugelt het aantal overheidsvoorlichters het aantal journalisten?

„Het is te simpel om alle mensen met de functie voorlichter/woordvoerder op te tellen. Er wordt ook veel extern ingehuurd. En communicatie zit in het hart van het beleid: vanaf de eerste stap, dus voordat de Tweede Kamer heeft ingestemd, wordt al aan voorlichting gedaan. Er wordt gegoocheld met cijfers, omdat men geheim wil houden hoeveel geld er precies naar toe gaat.”

Volgens de beroepsvereniging van journalisten NVJ is het aantal dagbladjournalisten de afgelopen jaren met een kwart verminderd. Wat betekent dat?

„Er wordt beweerd dat er op het Binnenhof sinds de jaren negentig meer journalisten zijn bijgekomen. Dat is relatief, het zijn vooral meer cameramensen en technici. Als het totaal aantal journalisten afneemt, neemt ook hun macht af. De tegenmacht – de overheid – neemt toe.”

De Britse onderzoeksjournalist Nick Davies concludeerde dat de Britse kwaliteitspers 41 procent van de berichtgeving ontleent aan persberichten. In hoeverre is de pers nog de vierde macht?

„Het is verontrustend als kranten in die mate persberichten overnemen. Ik vind de waakhondfunctie afgenomen. Er zijn gelukkig nog veel goede journalisten. Als iemand iets onthult gaat de rest er achteraan.”

De pers maakt ook fouten die voor reputatieschade zorgen zoals de omstreden martelprimeur van de Volkskrant. Extern onderzoek concludeerde dat de krant te graag wilde scoren.

„Er werd vastgesteld dat de term martelen niet gebruikt had mogen worden, maar er was wel iets aan de hand. Bij de pers is het geen beleid om een beeld neer te zetten om een boodschap over te brengen. Bij de overheid daarentegen wel.”

Tijdens de verzuiling maakten hoofdredacteuren afspraken met hun politieke zuil. Is er nu meer of minder openheid?

„De openheid was toen minder, maar de samenleving zat anders in elkaar. De verwachtingen zijn nu veel hoger, maar openheid neemt af. Er heerst angst onder het bestuur. De verzuiling is weggefallen, de samenleving is geïndividualiseerd. Burgers zijn moeilijker aan te sturen. Politici denken dat communicatie een middel is om weer greep te krijgen op de samenleving.”

U signaleert een tendens om ‘de media’ in het beklagdenbankje te zetten. Wat zijn daarvan de gevolgen?

„Dat draagt bij aan het klimaat bij de overheid dat de media het slecht doen en elkaar achterna lopen met hypes. Het zorgt voor verharding. De gevolgen daarvan zijn meer controle uitoefenen, minder vertellen en de deur binnenshuis op slot houden.”

Wat zou de pers beter moeten doen?

„De pers zou meer een eigen agenda moeten volgen onafhankelijk van de overheid. Geen genoeg nemen met wat de overheid wil geven, maar uitzoeken wat ze achterhoudt. De pers moet ook zorgvuldiger worden en minder lui. We moeten scherper zijn op weggegeven primeurtjes – je laat je ook voor een karretje spannen.”

Het artikel dateert van 20 november 2008 en is afkomstig van nrc.nl.

Bijlage II Onderzoeksresultaten Katwijkse nieuwsbladen

Hieronder de resultaten van het in zes Katwijkse kranten uitgevoerde persberichtenonderzoek. Het onderzoek bevat nagenoeg alle persberichten die de gemeente Katwijk tussen 1 januari en 31 maart van 2012 naar de (lokale) media heeft verzonden. De titel van het persbericht wordt genoemd, met tussen haakjes de datum van verzenden.

De kranten die zijn onderzocht (met hun gebruikte afkortingen) zijn: De Katwijksche Post (KP), de combinatiekrant De Rijnsburger/De Valkenburger (RB/VB), Katwijk Speciaal (KS), Witte Weekblad editie Katwijk (WW) en de Woensdagkrant en Weekendkrant (Woe/Wee). De Katwijksche Post, De Rijnsburger/De Valkenburger en de Katwijk Speciaal worden uitgegeven door Uitgeverij Verhagen, het Witte Weekblad door Holland Combinatie en de Woensdagkrant en de Weekendkrant door Buijze Pers. Achter de afkorting een korte omschrijving of en hoe het persbericht in de betreffende krant in aangetroffen.

- Meerburg-prijzen gaan naar muziek, zomerfestival, tonnenpoort en museum (3 januari)

KP:	eigen berichtgeving
RB/VB:	eigen berichtgeving
KS:	geen berichtgeving gevonden
WW:	geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee:	iets aangepast en ingekort, wel letterlijke zinnen overgenomen

- Gemeentelijke Erepenningen uitgereikt tijdens nieuwjaarsreceptie (3 januari)

KP:	eigen berichtgeving
RB/VB:	eigen berichtgeving
KS:	geen berichtgeving gevonden
WW:	eigen berichtgeving
Woe/Wee:	eigen berichtgeving

- Depodogs vervangen (3 januari)

KP:	letterlijk
RB/VB:	letterlijk
KS:	letterlijk
WW:	letterlijk
Woe/Wee:	geen berichtgeving gevonden

- Meldingen buitenruimte ook via www.katwijk.nl (3 januari)

KP: eigen berichtgeving
RB/VB: letterlijk
KS: eigen berichtgeving
WW: eigen berichtgeving
Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Inloopavond Kustwerk Katwijk (10 januari)

KP: bericht iets aangepast
RB/VB: bericht iets aangepast
KS: geen berichtgeving gevonden
WW: bijna letterlijk
Woe/Wee: eigen berichtgeving

- Symposium 'Romeinen in Valkenburg, het vervolg' (10 januari)

KP: letterlijk
RB/VB: letterlijk
KS: geen berichtgeving gevonden
WW: bijna letterlijk
Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Langere levertijden ID-kaart door topdrukte (10 januari)

KP: bijna letterlijk
RB/VB: bijna letterlijk
KS: geen berichtgeving gevonden
WW: geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Start herinrichting Hoorneslaan-Oost (10 januari)

KP: letterlijk
RB/VB: geen berichtgeving gevonden
KS: eigen berichtgeving
WW: geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee: letterlijk

- Waardering voor inzet vrijwillige brandweermannen en -vrouwen (12 januari)

KP: letterlijk

RB/VB: letterlijk
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: bijna letterlijk
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Informatiebijeenkomst Haven, fase 3b (12 januari)

KP: bijna letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: bericht aangepast en ingekort, wel letterlijke zinnen overgenomen
 Woe/Wee: stevig ingekort, wel letterlijke zinnen overgenomen

- Asielzoekerscentrum blijft voorlopig (12 januari)

KP: eigen berichtgeving
 RB/VB: letterlijk
 KS: letterlijk
 WW: bijna letterlijk
 Woe/Wee: bijna letterlijk

- Natuurvriendelijke oevers in Rijnsoever (17 januari)

KP: letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: geen berichtgeving gevonden
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- 2012: bikers blijven in Rijnsburg! (20 januari)

KP: omgebouwd tot eigen bericht
 RB/VB: letterlijk
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: bijna letterlijk, 1 zin toegevoegd en 1 weggelaten
 Woe/Wee: eigen berichtgeving op basis van persbericht

- Succesvol symposium Romeinen in Valkenburg (3 februari)

KP: geen berichtgeving gevonden
 RB/VB: eigen berichtgeving
 KS: geen berichtgeving gevonden

WW: geen berichtgeving gevonden
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Bedrijfsbusjes in Frederiksoord (7 februari)

KP: letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: geen berichtgeving gevonden
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Gemeente houdt 'druk op de ketel' Katwijk Chemie (10 februari)

KP: bijna letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: letterlijk
 WW: eigen bericht op basis van persbericht, wel letterlijke passages
 Woe/Wee: eigen berichtgeving

- Onafhankelijke buurtbemiddeling blijft (13 februari)

KP: eigen inleiding, verder letterlijk overgenomen
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: letterlijk
 WW: bijna letterlijk, alleen zinvolgorde iets aangepast
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Brandweervrijwilliger neemt afscheid (13 februari)

KP: bijna letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: bijna letterlijk, alleen zinvolgorde iets aangepast
 Woe/Wee: letterlijk

- Gemeente Katwijk verruimt openingstijden publieksbalies (13 februari)

KP: letterlijk
 RB/VB: letterlijk
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: eigen berichtgeving
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Bestemmingsplannen Rijnsburg goedgekeurd (13 februari)

KP: deels aangepast, veel letterlijke passages
RB/VB: eigen bericht op basis van persbericht, veel letterlijke passages
KS: geen berichtgeving gevonden
WW: geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee: deels aangepast, deels letterlijk

- Sluiting woning wegens drugshandel (17 februari)

KP: letterlijk
RB/VB: geen berichtgeving gevonden
KS: geen berichtgeving gevonden
WW: eigen berichtgeving
Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Katwijk wil doorgaan met startersleningen (17 februari)

KP: eigen berichtgeving
RB/VB: letterlijk
KS: letterlijk
WW: geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee: eigen berichtgeving, wel quote wethouder uit persbericht gebruikt

- Veranderingen in de WMO (17 februari)

KP: bijna letterlijk
RB/VB: letterlijk
KS: geen berichtgeving gevonden
WW: letterlijk, wel ingekort
Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Anjeractie 2012, doet u ook mee? (20 februari)

KP: letterlijk
RB/VB: letterlijk
KS: letterlijk
WW: geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee: ingekort, wel letterlijk

- Maatwerk voor ontmoeten en ontspannen (20 februari)

KP:	eigen bericht op basis van persbericht
RB/VB:	letterlijk
KS:	letterlijk
WW:	geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee:	eigen berichtgeving

- Wienen waarschuwt horecaondernemers (20 februari)

KP:	eigen bericht, gebaseerd op persbericht (bijv. letterlijke quotes)
RB/VB:	geen berichtgeving gevonden
KS:	letterlijk
WW:	geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee:	bijna letterlijk, alleen zinsvolgorde gewijzigd

- Brandweer rukt uit met AED en zuurstof (2 maart)

KP:	letterlijk
RB/VB:	letterlijk
KS:	letterlijk
WW:	letterlijk
Woe/Wee:	andere info in inleiding, verder letterlijk

- Start tweede archeologisch onderzoek Kustwerk Katwijk (2 maart)

KP:	letterlijk
RB/VB:	geen berichtgeving gevonden
KS:	eigen berichtgeving
WW:	geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee:	letterlijk

- Schermen en tunnels voor padden op Cantineweg (2 maart)

KP:	deels eigen bericht, deels persbericht
RB/VB:	geen berichtgeving gevonden
KS:	letterlijk
WW:	geen berichtgeving gevonden
Woe/Wee:	eigen inleiding, verder letterlijk

- Gemeente zorgt voor verloren en/of gevonden voorwerpen (2 maart)

KP:	letterlijk
RB/VB:	letterlijk

KS: letterlijk
 WW: geen berichtgeving gevonden
 Woe/Wee: eigen berichtgeving

- Zakkenrollers actief in winkelgebied (5 maart)

KP: letterlijk
 RB/VB: letterlijk
 KS: letterlijk
 WW: letterlijk
 Woe/Wee: deels eigen bericht, deels persbericht

- College wil kringloopwinkels op industrieterreinen mogelijk maken (8 maart)

KP: eigen berichtgeving
 RB/VB: letterlijk
 KS: letterlijk
 WW: letterlijk
 Woe/Wee: eigen berichtgeving

- Gemeente Katwijk vermoedt ongeoorloofde staatssteun aan vastgoedontwikkelaar (9 maart)

KP: eigen berichtgeving op basis van persbericht
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: letterlijk
 WW: letterlijk, volgorde iets aangepast
 Woe/Wee: eigen berichtgeving

- 24 maart Compostdag op milieustraat (16 maart)

KP: letterlijk
 RB/VB: bijna letterlijk, alleen inleiding iets gewijzigd
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: alleen eerste deel, letterlijk overgenomen
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Extra bijdrage voor aansluiting A44 (16 maart)

KP: eigen bericht op basis van persbericht, enkele zinnen letterlijk overgenomen
 RB/VB: letterlijk
 KS: letterlijk
 WW: letterlijk

Woe/Wee: eigen berichtgeving

- Sportlaan weer open (16 maart)

KP: letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: letterlijk
 Woe/Wee: letterlijk

- Een leven lang sporten en bewegen voor iedereen (16 maart)

KP: bijna letterlijk
 RB/VB: letterlijk
 KS: eigen berichtgeving
 WW: geen berichtgeving gevonden
 Woe/Wee: eigen berichtgeving

- Verhuizing wijkagent en wijkregisseur Rijnsburg (27 maart)

KP: letterlijk
 RB/VB: letterlijk
 KS: geen berichtgeving gevonden
 WW: bijna letterlijk
 Woe/Wee: geen berichtgeving gevonden

- Politiekids Katwijk van start (27 maart)

KP: eigen bericht, gebaseerd op persbericht (letterlijke passages)
 RB/VB: eigen bericht, gebaseerd op persbericht (letterlijke passages)
 KS: persbericht iets aangepast, wel letterlijke zinnen
 WW: bijna letterlijk, zinsvolgorde iets gewijzigd
 Woe/Wee: flink ingekort, wel letterlijk

- Paarden, honden en vissers op strand (29 maart)

KP: letterlijk
 RB/VB: geen berichtgeving gevonden
 KS: letterlijk
 WW: letterlijk, met minimale aanvulling
 Woe/Wee: eigen berichtgeving