

Reflectieonderzoek

‘Wat is de invloed van online informatiekkanalen op het werk van de clubwatcher?’



24 mei 2023

Fontys Hogeschool voor Journalistiek
Willem Pijnenburg

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Hoofdstuk 1: Inleiding	3
1.1: Aanleiding.....	3
1.2: Theoretisch kader	4
2.1.1 Op welke manier gaan clubs om met voetbaljournalisten?	5
2.1.2 Welke rol spelen online informatiekkanalen in dit contact voor de club?	7
2.2.1 Op welke manier gaan voetbaljournalisten om met clubs?	9
2.2.2 Welke rol spelen online informatiekkanalen in dit contact voor de journalist?.....	14
Hoofdstuk 4: Conclusie & reflectie.....	18
4.1 Conclusie.....	18
4.2 Reflectie	19
Literatuurlijst	21

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1: Aanleiding

Clubs zijn anno 2023 zelf in staat om direct met de fans te communiceren via hun eigen socialmediakanalen. Neem als voorbeeld PSV. Het beschikt over Club TV, wat dagelijks wordt uitgezonden op ESPN en waar de laatste nieuwtjes voorbij komen. Een vooruitblik met de trainer op de aankomende tegenstander, een gast die in de studio wordt uitgenodigd om over de club te praten en een jeugdspeler die op een wedstrijddag gevolgd wordt. Het zijn allemaal items die PSV zelf bedenkt, produceert en uiteindelijk ook uitzendt. Clubs beschikken over professionele camera's en eigen mediateams, waarmee het allerlei soorten content aanbiedt voor de eigen fans en liefhebber. Van entertainment tot inhoudelijk, maar kritische noten op een eigen clubkanaal worden zelden gekraakt. Het doel is om een positief imago voor de eigen club te creëren. Fans staan 24/7 aan om de laatste ontwikkelingen van hun club binnen te krijgen en clubs verspreiden deze content via de socials. Denk hierbij onder andere aan YouTube, Instagram en Tiktok. Het zorgt ervoor dat fans en volgers niet meer volledig afhankelijk zijn van voetbaljournalisten. Het Instagramaccount van PSV heeft ruim zevenhonderdduizend volgers. Daarmee bereiken zij meer mensen dan een voetbaljournalist. Ter vergelijking: journalist en PSV-watcher Rik Elfrink (Eindhovens Dagblad) heeft met 95.000 volgers als voetbaljournalist een van de meeste volgers op Twitter.

'Tien jaar geleden kon je een speler bellen, een stukje tikken en het in de krant zetten. Nu is het bij alle clubs gereguleerd (Mossou, 2016).' Hij sprak zijn onvrede uit over hoe het voetbaljournalisten steeds lastiger wordt gemaakt. Volgens Mossou komt dat mede door de intrede van de persvoorlichter, die op de communicatie-afdeling van een club werkt. Persvoorlichters bepalen het mediabeleid van een club en zij proberen de informatiestroom over de club te controleren (De Zeeuw, 2016).

Journalisten kunnen ook niet meer alles klakkeloos publiceren, omdat de persvoorlichter van de club een journalist de toegang tot spelers, trainers en bestuurders van de club kan ontzeggen (De Zeeuw, 2016). Volgens journalist Mark Vallinga is dat niet alleen iets van de laatste tijd. Hij constateert dat clubs sinds de jaren negentig de regie over de berichtgeving in de media proberen te krijgen. Een club is er bij gebaat zo positief mogelijk in de publiciteit te komen, want negatieve publiciteit zorgt voor een slecht imago en dat kan invloed hebben op de sponsorinkomsten (Vallinga, 2019).

Clubs die aan zelfregulering lijken te doen, eigen content produceren en verspreiden, een groter bereik hebben dan de voetbaljournalist én dan zijn er ook nog andere online informatiekanalen en sociale media waar een journalist mee moet zien te dealen. Voetbalsites en fansites bijvoorbeeld. Zij nemen berichten over van traditionele media, of halen de lekkerste citaten uit een interview en parafraseren de rest (Benjamin, 2016). Daarover lees je verderop in deze reflectie meer. Het zijn allemaal factoren die het de voetbaljournalist de laatste jaren niet eenvoudiger heeft gemaakt. Het moet een digitale duizendpoot zijn om overal van op de hoogte te zijn en dan ook nog eens met onderscheidende producties komen. Maar hoe doe je dat? Hoe gaan journalisten om met de veranderingen van de laatste jaren en welk effect hebben deze nieuwe

verspreidingsbronnen op het werk van de journalist? En is de traditionele voetbaljournalistiek door het veranderende medialandschap overbodig geworden?

De hoofdvraag voor dit onderzoek is als volgt: wat is de invloed van online informatiekkanalen op het werk van de voetbaljournalist?

Ik ga het voetbaljournalisme van Nederland af om inzicht te krijgen in dit vraagstuk. Daarbij is het ook van belang om te kijken hoe de relatie tussen clubs en journalisten verloopt. Wringt de schoen, of kunnen journalisten bij clubs prima hun werk doen? Maakt het verschil bij welke club je bent? En moet een journalist een goede verstandhouding hebben met een perschef van een club? De deelvragen in dit onderzoek zijn dan ook:

- **1a Op welke manier gaan clubs om met voetbaljournalisten?**
- **1b Welke rol spelen online informatiekkanalen in dit contact voor de club?**

- **2a Op welke manier gaan voetbaljournalisten om met clubs?**
- **2b Welke rol spelen online informatiekkanalen en in dit contact voor de journalist?**

1.2: Theoretisch kader

Voetbaljournalisten zijn er in alle soorten en maten, maar ik beperk me tot de schrijvende pers die namens een krant of tijdschrift een voetbalclub volgen. Zij worden ook wel clubwatchers genoemd. Een clubwatcher is een journalist die specifiek één betaald voetbalorganisatie (bvo) volgt en over al diens ins en outs bericht voor een onafhankelijk journalistiek medium (De Zeeuw, 2016). Ik kies voor de clubwatcher omdat zij in nauw contact staan met de persvoorlichter van de club en een club voor zijn werk door en door moet kennen. Ik benoem de clubwatcher in algemene zin als 'hij', omdat de grote meerderheid man is. 'Hij' kan in deze reflectie als 'hij/zij' geïnterpreteerd worden.

Omdat het belangrijk is om het verhaal vanuit de journalist en de club aan te horen, heb ik beiden gevraagd om met mij in gesprek te gaan over deze kwestie. In deze deelvraag zal ik met name het verhaal vanuit de club belichten. Ik zocht contact met alle achttien Eredivisieclubs en vier clubs wilde meewerken aan dit onderzoek. Het gaat hierbij om AZ, FC Twente, NEC en SC Heerenveen. Namens de clubs traden persvoorlichters naar voren die met mij converseerden. Ik ging met hen in gesprek omdat zij namens de club verantwoordelijk zijn voor het mediabeleid en zij een directe lijn hebben met journalisten. De reden dat ik alleen voor de Eredivisieclubs heb gekozen en niet de clubs uit de Keuken Kampioen Divisie (KKD), is omdat zij vanwege het podium interessanter zijn voor landelijke media. Nieuwsberichten over PSV krijgen nou eenmaal meer aandacht dan die over Telstar.

Ik had heel graag met persvoorlichters van Ajax, Feyenoord en PSV gesproken. Het is geen geheim dat het voor journalisten die deze clubs volgen, allemaal wat moeilijker is dan voor de rest. Meer aandacht, grotere organisaties en dus ook meer (financieel) belang om zo min mogelijk slecht nieuws naar buiten te brengen. Helaas wilde Feyenoord niet meewerken aan 'schoolonderzoeken' en hadden Sanne Clements (manager perszaken PSV) en Miel Brinkhuis (manager perszaken Ajax) het te druk om mij te woord te staan. De reactie van Brinkhuis kwam niet eens van hem zelf, maar van een medewerker van de persafdeling. Dat zegt eigenlijk alles.

Hoofdstuk 2: Resultaten

2.1.1 Op welke manier gaan clubs om met voetbaljournalisten?

Journalisten zijn volgens Marco Heerschop van harte welkom bij SC Heerenveen (persoonlijke communicatie, 9 november 2022). Hij is persvoorlichter namens de club en heeft naar eigen zeggen een goede band met de media: “Natuurlijk schuurt het soms, maar over het algemeen is die relatie prima.” Hij merkt echter wel verschil tussen de clubwatchers die wekelijks op de club zijn en de landelijke media: “Al onze trainingen zijn openbaar, behalve twee dagen voor de wedstrijd, die is besloten. De clubwatchers volgen Heerenveen 24/7 en hebben simpelweg meer content nodig en meer om over te schrijven”, zegt Heerschop. “Maar iedereen heeft evenveel rechten. Aankomende vrijdag wordt de WK-selectie van het Nederlands Elftal bekend en het zou kunnen dat Andries Noppert (keeper) daarbij zit. Ik heb nu al een aantal aanvragen en ESPN mag als eerste een interview met Noppert doen, omdat zij rechtenhouder zijn. Daarna is er de kans voor de overige media.” Het aanvragen van interviews dient bij SC Heerenveen altijd te gaan via de persvoorlichter. Heerschop bepaalt dan of deze doorgang kunnen vinden: “Wij hebben het protocol dat journalisten interviews met spelers, beleidsmedewerkers en de trainer via mij aanvragen. Dat is zowel in het belang van de club, de speler maar ook voor de journalist zelf.”

Proefartikel

Pim Mak constateerde in zijn masterscriptie dat bijna elk interview moet worden geregeld via de bvo en dat de beperkte interviewtijd een tweede probleem is (Mak, 2014). Volgens Heerschop doet men dat niet om te reguleren, maar om de interviewafspraken te laten slagen: “Als een journalist iets afsprekt met een speler en hij reageert vervolgens niet of hij komt niet opdagen: daar zijn wij voor. Wij kunnen assisteren en helpen zodat je die productie daadwerkelijk kunt plaatsen in de krant of een magazine”, stelt Heerschop. Na het interview hoeft de journalist nog maar een ding te doen: “Wat wij graag willen na een interview, is dat de journalist een proefartikel opstuurt zodat wij kunnen kijken of er feitelijke onjuistheden in staan. Dat gaat eigenlijk altijd wel goed. Dat is fijn, want we gaan echt niet met een rode pen door artikels heen en hanteren ook het beleid: gezegd is gezegd.”

Wiebe Nelissen ziet dat daarin nog wel eens misverstanden ontstaan voor de buitenwereld (persoonlijke communicatie, 9 december 2022). “Interviewverzoeken die ingewilligd worden en waar op het trainingscomplex een fysieke afspraak plaatsvindt, daarvan worden de teksten vooraf gedeeld. Dat is niet om te corrigeren. Ik word gelukkig als ik een tekst terugkrijg van een journalist, waarin we niet hoeven te strepen. Dat betekent dat het een goed interview is geweest. Mijn intentie is om zo min mogelijk feedback te leveren”, zegt de persvoorlichter van AZ. Bij de club uit Alkmaar dient men ook via de persvoorlichter interviewaanvragen in te dienen. “We doen dat om te kunnen faciliteren en de balans te bewaken. Dit is de week van Argentinië-Nederland en Bruno Martins Indi (verdediger) speelde op het WK van 2014 tegen Argentinië. Als wij alle verzoeken voor hem hadden geaccordeerd en dan ga ik niet overdrijven, had hij meer minuten interviews gedaan dan getraind deze week. Volgens mij is een voetballer wel primair om te presteren. Een speler moet presteren en rusten. Als hij zich ook nog bezig moet houden met de verzoeken die hij

krijgt, is het handig als dat vanuit de club goed gefaciliteerd wordt”. Voor journalisten is er bij AZ wel een ontwikkeling gaande, zo zegt Nelissen zelf. De journalisten zijn de laatste werkdag voor een Eredivisiewedstrijd welkom voor de persconferentie en voorafgaand aan een Europees duel is het eerste kwartier van de training openbaar. Dat is de enige training die voor journalisten bij AZ openbaar is: “Vroeger was alles open, door corona weer niet. Dat werd een soort van doorgetrokken. We zijn als club aan het kijken wat daarin een goede verhouding is. Tijden zijn veranderd dus niet alle trainingen zullen openbaar zijn, maar nu is er voor de journalisten heel weinig openbaar. Daar moeten we ergens tussen gaan zitten”, zegt Nelissen.

Beeldvorming

Vanuit de kern moet een journalist kunnen schrijven wat hij vindt, zegt Nick van der Cammen, persvoorlichter van NEC Nijmegen (persoonlijke communicatie, 16 november 2022). Hij vindt wel dat de journalist moet beseffen dat zijn artikel voor impact kan zorgen: “Uiteindelijk schrijf je geen stukje voor jezelf, maar voor de krant of je publiek. Daar moet een journalist wel over nadenken. Je moet achter je woorden staan, maar ook begrijpen wat het kan aanrichten.” Mede daardoor kiest Van der Cammen er regelmatig voor om met de rode pen door het vooraf opgestuurde artikel van de journalist te gaan. Een proefartikel wil ook hij voor publicatie krijgen. “Vaak blijkt dat er dingen worden opgeschreven die de beeldvorming van de journalist verduidelijken. Dan worden er zaken toegevoegd die een speler een bepaalde hoek in drukken. Dan luister ik het terug en blijkt soms dat het wel zo is gezegd, dan moet het ook blijven staan.”

Van der Cammen geeft aan geen persoonlijke band met de pers te hebben. Hij wil vooral dat NEC goed uit de berichtgeving komt en heeft daarbij niet het belang een goede band te onderhouden met die journalist. Richard Peters is een andere mening toebedeeld. Hij is sinds 2006 persvoorlichter van FC Twente en heeft hele prettige ervaringen met de pers (persoonlijke communicatie, 24 november 2022). “Er zijn journalisten van Voetbal International (VI) en de regionale kranten die Jan Streuer (technisch directeur) en Ron Jans (hoofdtrainer) zo goed kennen, dat ze die rechtstreeks kunnen bellen. Streuer en Jans bellen mij dan om door te geven dat ze door een journalist gebeld zijn. Als Jans bijvoorbeeld iemand heeft gesproken, is het niet nodig om dat interview voor publicatie in te zien. Dat doe ik alleen bij nieuwe en jonge spelers, of journalisten die ik niet ken.” Peters vindt het belangrijk dat journalisten blijven komen. “Zij zijn het middel om de supporters te bereiken en daar hebben wij belang bij, dat supporters weten wat er speelt bij de club. En wij hebben er ook belang bij dat dat gebeurt op een manier die onafhankelijk is.”

Noord-Korea televisie

Daar snijdt Peters een belangrijk punt aan. Het branded journalism heeft al jaren geleden zijn intrede gedaan in de sportwereld, waardoor clubs op een heel eenvoudige manier hun fans kunnen bereiken. Je kunt je zelfs afvragen of de clubs de externe journalisten nog wel nodig hebben (Haak, 2019). FC Twente kan zelf communiceren met hun volgers via de eigen kanalen, maar volgens Peters is de onafhankelijke journalist van groot belang voor de club. “Tien jaar geleden deden we veel meer interviews met spelers en bestuurders via de eigen kanalen. Dan krijg je toch een beetje Noord-Korea televisie. Wij zijn daar wel van afgestapt. Als er iets niet klopt wat we ergens lezen, communiceren we dat liever via een onafhankelijk kanaal.” Dat wil niet zeggen dat FC Twente altijd het achterste van de tong laat zien, maar

wel de pers hun werk laat doen. “Natuurlijk probeer je zelf de regie te houden en de berichtgeving zo te versterken, wat goed is voor de club. Dat betekent dat je niet alles hoeft te vertellen. Ik heb altijd geleerd dat je beter met de pers kunt praten, dan dat ze over je praten. Als wij de deuren dichtgooien gaan ze wel over je schrijven. Daarom kun je beter met ze in gesprek blijven”, zegt Peters.

Wiebe Nelissen sluit zich bij de woorden van Peters aan. “Het is en én. Clubkanalen kunnen hartstikke veel leuke dingen plaatsen, maar journalisten zullen daarin altijd nodig zijn. Een journalist stelt andere vragen en spreekt vaker dezelfde spelers, terwijl wij als club de balans willen bewaken en jongens die minder vaak in beeld komen, ook aandacht willen geven.”

Nick van der Cammen van NEC ziet dat de urgentie voor clubs om met journalisten te spreken wel is afgezwakt: “We hebben de journalist minder nodig dan voorheen. Ajax heeft zestig man in dienst op de media-afdeling, ze maken hun eigen video’s, interviews en komen zelf met nieuws op de proppen. Bij NEC werken we met zijn drieën en zijn we verantwoordelijk voor de pers, marketing, ticketing, merchandise en e-sports. Dan is het wel fijn als er acties gedragen worden door de lokale media. We hebben de journalisten nodig, maar wij hebben er minder belang bij dan vijf jaar geleden. De rol van de media wordt steeds beperkter.”

Een en én verhouding

Daar denkt men bij SC Heerenveen toch anders over. Marco Heerschop is blij met de komst van journalisten: “Natuurlijk gaan we meer eigen content maken, maar wij zijn blij met verzoeken van externe media. Onze club tv uitzendingen op ESPN, wordt op donderdagavond door zeker 70.000 mensen bekeken. Dat is best interessant. Maar we willen niet alles wegnemen bij de clubwatchers. Wat mij betreft zou het en én blijven. Je zult als club nooit zonder onafhankelijke, kritische media kunnen. Wij hebben journalisten zeker nodig.” Het komt zelfs voor dat journalisten en de makers van het club tv van SC Heerenveen eenzelfde idee hebben en dat de journalisten het item mogen maken. “In het begin van de week hoor ik van journalisten vaak wat zij van plan zijn en dan kijk ik in onze planning. Ik heb contact met de mannen van club tv en geef aan welke items de lokale media maakt. Zo hebben we een item gegund aan Omroep Friesland en laatst nog aan de Leeuwarder Courant. Daarin is het geven en nemen. Je werkt met elkaar samen en hebt elkaar nodig.”

2.1.2 Welke rol spelen online informatiekkanalen in dit contact voor de club?

We hebben nu een beter beeld van hoe clubs omgaan met journalisten en hoe zij over externe media denken. Nu is het van belang te kijken naar welke rol de online informatiekkanalen, zoals bijvoorbeeld de clubkanalen, spelen in het contact met de journalist. Een journalist heeft geen invloed op de items die een club maakt en wat er op sociale media rondgaat, maar het moet wel op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen rond de club. Nog een ander voorbeeld van zo’n online informatiekanaal zijn voetbalsites als *Voetbalprimeur*, *Voetbalzone* en *Soccernews*. Ook wel bekend als ‘knip- en plaksites’ (De Zeeuw, 2016). Dit soort platforms nemen (delen van) content over van andere sites, zonder gebruik te maken van eigen bronnen. Omdat ze wettelijk niet alles mogen overnemen, worden bepaalde stukken uit artikelen overgenomen en uitvergroot, of worden quotes uit de context gehaald (De Zeeuw, 2016). Op de site van Voetbalzone valt bijvoorbeeld te lezen

dat ze meer dan 80 berichten per dag publiceren met een gemiddelde van ruim 5 miljoen unieke bezoekers per maand (Voetbalzone, z.d.). Je kunt je voorstellen dat zo'n bericht veel impact kan hebben.

Gevaar van knip- en plaksites

Marco Heerschop is daar heel duidelijk over: "Ik vind dat soort sites soms super vervelend. In dit geval niet de knip- en plaksites, maar fansites. We hebben hier in de regio *FeanOnline*. Dat is begonnen als fanwebsite, maar is met de tijd omgetoverd tot een website voor de clicks en advertenties. Daardoor krijg je veel clickbait. Dat zorgt soms wel voor hele scheve gezichten en is zowel voor de club als journalist vervelend. Een journalist kan een mooi verhaal maken waar de speler blij mee is en vervolgens wordt dat verhaal in stukken geknipt en daardoor verdwijnt de context." Het gevaar zit hem er volgens Heerschop in dat spelers vervolgens twee keer nadenken voordat ze een journalist te woord staan: "Spelers denken ook: wil ik nog wel met die journalist zitten, of moet ik de volgende keer minder open zijn." Knip- en plaksites zijn bij SC Heerenveen welkom, *FeanOnline* niet. Dat heeft ermee te maken dat deze zogenoemde knip- en plaksites in het bezit zijn van een NSP-kaart. Dat is een officiële identiteitskaart voor sportjournalisten (NSP, z.d.) en daarmee kan men toegang krijgen tot de perstribune van de club. "Als Voetbalzone en Voetbalprimeur accrediteren hebben ze toegang. Op het moment dat ze een interview aanvragen, zijn ze zelf bezig met het maken van content, daarom heb ik er geen moeite mee. Ik vind hen (de knip- en plaksites red.) wel meevallen in vergelijking met *FeanOnline*", aldus Heerschop.

Bij NEC hebben de informatiekkanalen weinig invloed op het onderlinge contact, zo zegt Nick van der Cammen. De persvoorlichter noemt de knip- en plaksites 'niet ideaal'. "De clickbaitberichten leveren geen lekkere PR op, maar we zijn geen PSV, Feyenoord of Ajax. We hebben er mee te maken en dat is vervelend, maar uiteindelijk niet zo heel veel." Van der Cammen ziet wel een andere ontwikkeling op sociale media ontstaan: "Journalisten sluiten aan in podcasts en in voetbalprogramma's. Het zijn merken geworden, kijk maar naar Valentijn Driessen, Rik Elfrink en Martijn Krabbendam. Daar hebben wij niet zoveel mee te dealen, maar het is wel een uitdaging voor clubs. Die journalisten hebben zo'n groot bereik, dat is haast niet voor te stellen. Het merk moet scoren, maar tegenwoordig draait het meer om de persoon. Mike Verweij scoort met een primeur, niet de Telegraaf."

Spelers hebben er last van

Bij FC Twente ziet men ook de problematiek in van de knip- en plaksites, al zijn de gevolgen volgens Peters het grootst voor de journalist: "Wij hebben wel vaak problemen met de koppen. Die moeten sensationeel zijn, maar dekken de lading vaak niet. Ik heb wel eens dat een speler bij me komt en zegt dat hij zo helemaal niet verteld heeft zoals het er staat. Dan moet ik hem uitleggen dat het niet van de journalist zelf komt. In zoverre hebben we daar last van." Peters voegt daaraan toe dat clubs tijdens de opkomst van clubkanalen worstelden met de vraag of externe media nog wel nodig waren. Hij heeft het idee dat die periode voorbij is: "Ik heb het idee dat het zich langzaam weer reguleert tot normale verhoudingen. Clubs dachten in het begin dat ze alles zelf konden en de journalisten niet meer nodig hadden. Volgens mij komt iedereen er nu wel achter dat het prachtige media zijn om zich mee te tonen aan de buitenwereld, maar de journalisten hebben ook zeker een rol."

Ook Nelissen ziet hoe de knip- en plaksites hun stempel kunnen drukken op gepubliceerde interviews. “Ik deel het vooraf opgestuurde interview altijd met de speler. De een kijkt er niet naar, de ander heel gedetailleerd. Ik weet niet of de spelers voorzichtiger worden door zo’n sites, maar het is wel een ding. Dat weet ik. Journalisten zijn er ook niet blij mee. Dat hun verhalen dusdanig worden verbasterd en een speler een journalist erop gaat aankijken. Dat zijn wel facetten die het moeilijker maken.” Hij denkt niet dat clubkanalen invloed hebben op het contact tussen de club en de journalist: “Ik denk niet dat er iets veranderd is in onze band, ook niet als wij via de clubkanalen content verspreiden. Het helpt dat je begrip hebt voor elkaars rol en waarom we bepaalde keuzes maken. Je weet de manier van werken.”

2.2.1 Op welke manier gaan voetbaljournalisten om met clubs?

In de eerste deelvraag lazen we hoe clubs denken over de band tussen hen en de journalist. Bij deze deelvraag gaan we erachter komen hoe journalisten denken over deze band. Om een zo helder mogelijk beeld te krijgen van deze verhoudingen, zocht ik contact met journalisten van verschillende clubs in de Eredivisie en Engelse journalisten die clubs volgen in de Premier League. Want hoe vergaat het voetbaljournalisten in het buitenland? Zowel groot als klein, werkend voor landelijke bladen en/of tijdschriften en regionale kranten. Alle journalisten die ik sprak, zijn momenteel clubwatcher of zijn dat geweest.

Journalisten en clubs hebben verschillende belangen, zo gaven persvoorlichters al aan. De club wil positief nieuws naar buiten brengen die het imago van club ten goede komt en zij werken via een andere agenda dan de journalist (Boyle & Haynes, 2009). Dat blijkt ook bij Ajax zo te zijn. Zo is er niets mis met de manier waarop VI-hoofdredacteur en Ajax-clubwatcher Freek Jansen wordt ontvangen, maar de frequentie mag wel omhoog (persoonlijke communicatie, 24 november 2022). “Ajax speelt Europees waardoor ze een vol programma hebben, dus hebben ze op gezette tijden interviews. Die momenten zijn wel heel schaars”, zegt Jansen. Ook de momenten om spelers een aantal vragen te stellen, nemen af. Jansen: “Eerst konden we op vrijdag na het persmoment een speler spreken en dat kon ook na de wedstrijd in de mixed-zone. Door corona is dat veranderd. Als ik een aanvraag indien om een speler te interviewen, wordt het minder vaak gehonoreerd dan eerst. Het kan bijna altijd wel, maar soms duurt het twee weken voordat er tijd is. Je moet daar continu je eigen weg in zien te vinden.”

Geen openbare trainingen bij Ajax

Ook trainingen zijn nauwelijks openbaar voor externe media: “Je ziet bijna geen training, alleen die in het buitenland als ze op trainingskamp zijn. Ik blijf het jammer vinden dat het in Nederland niet kan. Bijna alles is besloten. Als je naar trainingen kijkt, krijg je veel meer inzicht in de ontwikkeling van het team”, betreurt hij de gang van zaken. Jansen kan over Ajax schrijven wat hij wilt, alleen interviews met spelers gaan langs de perschef van Ajax. In het geval van spelersinterviews moet het stuk langs Arjan Duijnker, als Jansen met bestuursleden spreekt dient het via Miel Brinkhuis te gaan, hoofd perszaken bij de Amsterdammers. Zo heeft Ajax meer persmedewerkers in dienst dan kleine clubs in Nederland, wat ook alles zegt over de aandacht die de club krijgt. In het jaar 2015 kreeg Ajax bijvoorbeeld drieduizend mediaverzoeken, waarvan er 2200 doorgingen (NRC, 2016). Jansen

is niet bang dat hij ondanks de schaarste aan momenten en de clubkanalen van Ajax de deur zal worden gewezen: “Dat merk je nog beter dan een paar jaar geleden. Toen liep alles gesmeerd en won Ajax veel en dachten ze: we kunnen alles zelf doen. Maar door het afgelopen jaar en alles wat er gebeurd is, ook rondom Overmars (VI, 2022) en andere incidenten, beseffen ze wel dat de stem van het volk wordt gecreëerd door de externe media.”

Jansen krijgt bijval van Dick Sintenie, Ajax-watcher namens Het Parool (persoonlijke communicatie, 30 november 2022). “Uiteindelijk prikken supporters en fans wel door de propaganda heen van de club en willen ze net iets meer weten van wat er nou werkelijk aan de hand is. Eigen media van Ajax zal over bepaalde berichten helemaal niet naar buiten treden.” Sintenie is tevreden over hoe de club de journalisten faciliteert, maar ziet ook dat een gelegenheid om het beleid aan te scherpen, direct wordt aangegrepen: “Denk aan corona. Die mixed-zone, waar je de speler die je wilde spreken een aantal vragen kon stellen, is helemaal verdwenen. Nu heb je alleen een persconferentie na afloop, waar de trainer zit en een speler die door Ajax wordt gestuurd. Je zit allemaal dezelfde speler te bevragen. Dan ga je zelf ook andere dingen zoeken om verhalen over te schrijven”, zegt de journalist van Het Parool.

Sintenien is in 2001 begonnen als watcher en vertelt hoe het contact met de spelers destijds verliep: “Toen kon je alle trainingen zien en liep je met spelers mee van het veld tot aan de kleedkamer. Langs het veld kwam je mensen tegen die een functie hadden bij Ajax of zaakwaarnemers van spelers. De lijnen waren heel erg kort. Die zijn steeds langer geworden”, zegt Sintenie. Hij zag hoe een tiental supporters in 2009 met bivakmutsen het trainingsveld, gelegen naast het stadion, bestormden vanwege de slechte resultaten (Het Parool, 2009). “Vanaf dat moment is besloten veel meer achter besloten deuren te gaan trainen op de Toekomst (trainingscomplex van Ajax). Dat is nu afgezet met slagbomen en beveiliging”, stelt Sintenie.

Ook hij dient de bekende weg via de perschef te bewandelen voor interviewaanvragen en ziet dat er zelden met een rode pen door zijn artikelen wordt gegaan: “Het zijn vaak de spelers zelf die een kanttekening hebben of iets net wat anders geformuleerd willen. Ajax gaat daar flexibel mee om, al ligt het ook aan de inhoud van je verhaal. Soms zijn we aan het soebatten, omdat het de club of personen binnen de club schaadt. Dan proberen ze het zo te krijgen dat de club er zo min mogelijk pijn van heeft. Dan moet ik soms wel op mijn strepen staan, maar dat gebeurt niet veel.” Net als Jansen baalt ook hij van het geringe aantal trainingen dat openbaar is voor externe media: “Dat is een groot gemis. Het hoeft niet eens nieuws te zijn wat je misloopt, maar ook ideeën voor andere verhalen om zo goed mogelijk weer te geven wat er gebeurt en zich afspeelt binnen Ajax.”

De vinger in de pap van beleidsbepalers

Rob Sporken signaleert hetzelfde probleem, een kleine tweehonderd kilometer zuidelijker (gesproken communicatie, 9 november 2022). “Voorheen waren bijna alle trainingen openbaar, nu zijn ze nagenoeg allemaal besloten. Dat heeft wel met de Spaanse trainer (Julio Velazquez) te maken.” Sporken volgt Fortuna Sittard namens De Limburger. Fortuna was dit jaar groot in het nieuws, nadat het de Turkse spits Burak Yilmaz vastlegde. Normaal kan een club als Fortuna zo’n speler helemaal niet betalen, maar de Turkse eigenaren van Azerion

(Atilla Aytakin en Umut Akpinar) investeren volop in de club. De komst van Yilmaz ging niet zonder slag of stoot. Binnen de kortste keren werd hoofdtrainer Sjors Ultee ontslagen en Fortuna was op zoek naar een nieuwe trainer. Tijdens die zoektocht zou Yilmaz het trainingsschema bepalen, de wedstrijdbespreking doen en de spelers zelfs een bonus hebben beloofd bij een overwinning op SC Heerenveen (Voetbalnieuws, 2022). Het kwam de club op flinke kritiek te staan. “In heel die soap rondom Yilmaz zijn wij zo’n beetje de enige geweest die niet in het negatieve segment meegingen. Die situatie heeft de club veel schade berokkend, maar ze kwamen zelf niet naar buiten met een verklaring. Toen heb ik wel gezegd: als jullie zo gesloten blijven als een oester en nergens aan meewerken, dan informeren we bij andere bronnen”, beet Sporken van zich af.

Wat volgde, was een mededeling vanuit de club dat ze Sporken ‘de volgende keer net iets meer gaan geven als hij iets te weten wilt komen’. Daar zit het gevaar in. Is er dan nog wel sprake van een onafhankelijke relatie, in het achterhoofd houdend dat je een troef achter de hand hebt? Sporken vindt niet dat hij een voorkeursbehandeling krijgt en zegt dat het bij Fortuna zelfs voor de persvoorlichter niet altijd even makkelijk is: “Met de Fortuna-persvoorlichter Jurjen van Geel heb ik een goede band. Er spelen dit seizoen veel spelers uit andere culturen, spelers die in andere landen zelden interviews gaven. Bij elke aanvraag die ik doe, doet Jurjen zijn best. Hij kan ze niet naar de perskamer sleuren”, grapt Sporken. Bij de technisch directeur van de club kan Sporken wel vaak terecht: “In de transferperiode bel ik iedere dag met hem. Met de informatie die ik heb kan ik doen en laten wat ik wil”, zegt Sporken. Er is bij Fortuna dus sprake van een goede werkrelatie tussen clubwatcher en persvoorlichter, waarbij de clubwatcher ook nog eens de vruchten plukt als hij niet meegaat in negatieve verhalen rondom de club. Sporken kan en mag alles schrijven over Fortuna, maar het kan ook voordelig zijn om dat in sommige gevallen niet te doen.

Clubkanalen niet als propagandamiddel

Nu is Fortuna geen club dat dagelijks met veel eigen content op de proppen komt dus zijn ze ook meer gebaat bij goede publiciteit. Bij Vitesse is dat minder, de club die namens de Gelderlander gevolgd wordt door Lex Lammers (persoonlijke communicatie, 18 november 2022). Een grotere achterban en meer budget zorgen voor meer video’s en eigen content namens de club. Lammers ziet daarin geen gevaren: “Ik denk ook niet dat Vitesse denkt dat ze het zelf kunnen. Dan hebben ze aan mij ook de verkeerde trouwens. Ze hebben hun eigen clubkanalen en vaak communiceren ze naar mij wat ze gaan brengen. Vitesse ziet de clubkanalen niet als ouderwets propagandamiddel waarop zij alles zelf bepalen. Ze hebben wel door dat dat niet werkt. Ajax, PSV en Feyenoord denken daar wel anders over”, zegt Lammers.

Hij is niet de enige clubwatcher die de Grote Drie (Ajax, PSV en Feyenoord) veelvuldig aanhaalt. Het schrijven over Ajax of een kleinere club als SC Heerenveen scheelt ontzettend veel. De lijnen tussen de persvoorlichter en de journalist zijn langer waardoor een interview ook langer op zich laat wachten en de informatiestroom is van een andere orde. Er is bijna iedere dag wel nieuws over de Grote Drie, maar niet over SC Heerenveen. Bijna alle clubwatchers die ik sprak en niet of nauwelijks over de vloer komen bij de Grote Drie, zijn daar blij mee. Zo ook Sander de Vries, die SC Heerenveen volgt namens de Leeuwarder Courant. “Ik werkte voor het Algemeen Dagblad (AD) en als ik dan van collega’s hoorde dat ze soms heel lang moesten wachten voordat ze een speler of trainer konden spreken.. Het

leukste aan SC Heerenveen is dat wanneer je een idee hebt, het negen van de tien keer tot uitvoering gebracht kan worden (persoonlijke communicatie, 9 november 2022).” Trainingen zijn bij de Friese club vaak openbaar en de lijn met de persvoorlichter is kort. Er is contact op dagelijkse basis, iets wat Jansen en Sintenie bij Ajax niet ervaren. De Vries is niet bang zijn onafhankelijk te verliezen vanwege zijn goede band met persvoorlichter Marco Heerschop: “Ze zeggen vaak dat je de perschef zoveel mogelijk moet omzeilen, maar daar ben ik het niet mee eens. Mits je elkaars standpunten begrijpt, mag het best schuren. Dat gebeurt. Je moet wel begrip voor elkaar kunnen hebben. Zolang je dat hebt, kun je wel door een deur.”

De Vries benadert interviewkandidaten altijd via Heerschop en de teksten van die interviews stuurt hij vooraf op. Bang voor een lijst opmerkingen is hij niet, aangezien Heerenveen het beleid ‘gezegd is gezegd’ hanteert. Dat doet hij om spelers gerust te stellen: “Het kan altijd gebeuren dat een speler iets zegt wat hij anders heeft bedoeld. Iemand uit het buitenland die gebrekkig Engels spreekt bijvoorbeeld. Als je het dan opstuurt, geeft het de speler een geruststellender gevoel. Er zit voor journalisten wel een win-win in.” De Vries wil daar nog iets over kwijt: “En weet je wat ik ook vind. Journalisten moeten een beetje lenig zijn. Afgelopen week viel een verdediger geblesseerd uit, een Pool. Ik vroeg hoe het ging en hij zei prima. Hij vroeg of ik daar niets over wilde melden tot donderdag, want op vrijdag maakte de bondscoach van Polen de WK-selectie bekend. Stel je nou voor dat hij een twijfelgeval is voor die trainer en hij leest dat. Ik vind dat je dan begrip moet hebben voor zo’n jongen. Dat hij elk miniprocentje om zijn WK-droom te halen, niet wil laten doorkruisen. Het is ook een beetje een wisselwerking vind ik.”

Bij Fortuna hoopt de clubwatcher zijn joker te kunnen inzetten door negatieve publiciteit te parkeren, bij SC Heerenveen denkt de clubwatcher mee in het belang van de speler en bij Ajax lopen clubwatchers achter de feiten aan en bepaalt de club min of meer de agendasetting, waardoor er andere manieren gezocht moeten worden om over de club te berichten. Stefan Bleeker van RTV Noord is wat dat betreft een vreemde eend in de bijt. Hij is clubwatcher van FC Groningen en doet het op zijn manier: “Is ook niet te doen hé, om alles via een perschef te doen. Zo gaat het hier eigenlijk altijd voor journalisten die FC Groningen fanatiek volgen (persoonlijke communicatie, 18 november 2022).” De journalist tikt normaal gesproken de spelers die hij wil spreken even aan. “Als een speler een interview wil lezen of ze vragen of het langs de perschef kan, doe ik dat wel.”

Boycot RTV Noord

Bleeker kwam vorig jaar in het nieuws toen hij van FC Groningen een boycot opgelegd kreeg (NOS, 2022). Aanleiding was een verhaal dat Bleeker maakte over de hond van Groningen-aanvaller Paulos Abraham, die een chihuahua van een mede-flatbewoner had doodgebeten. Buren zouden zich onveilig voelen door de hond van Abraham (RTV Noord, 2022). Daarop besloot de spelersgroep hem te boycotten, omdat ze de berichtgeving te ver vonden gaan. Groningen trok de boycot na een aantal dagen in, maar stelde wel nieuwe voorwaarden aan de samenwerking (Telegraaf, 2022). Zo mocht Bleeker na afloop van een wedstrijd nog maar één speler en de trainer bevragen. “Groningen wilde ook het radiocontract dat we met ze hebben rondom ons radioverslag, na het seizoen herzien. En ik mocht niemand van de club meer benaderen zonder tussenkomst van de perschef”, zegt Bleeker.

Het geschil ontstond mede doordat RTV Noord mediapartner is van FC Groningen en de clubdirecteur Wouter Gudde hun band ziet als een partnership. Kritische noten die werden gekraakt in de wekelijkse podcast van RTV Noord, vielen niet goed bij Gudde: "Dat is meer een marketingwoord dan een journalistiek iets, want je gaat natuurlijk geen journalistieke concessies doen bij een club", geeft Bleeker terecht aan. De clubwatcher zocht de grenzen op en ging daar volgens de club overheen, terwijl hij journalistiek werk verrichtte. Een boycot klinkt heftig en pakt voor een club vaak verkeerd uit, omdat dát dan het nieuws wordt en dat is niet goed voor het clubimago. Bleeker doet in mijn ogen wat andere journalisten ook zouden moeten doen. Geef spelers de kans om het artikel onder ogen te zien, maar ga niet klakkeloos mee in de eisen en regels van de persvoorlichter.

Bleeker haalt een voorbeeld aan: "Afgelopen maandag verscheen er op twitter een bericht dat Ngonge (aanvaller) en Pelupessy (middenvelder) bezopen op de training waren gekomen. Ik belde Pelupessy op en hij was blij dat ik belde, zodat hij kon nuanceren dat hij daar niet bij betrokken was. Ze hebben je toch wel weer nodig." De belangen tussen club en speler zijn zo verschillend, dat spelers in uiterste gevallen media zelf benaderen: "Spelers willen ook een keer een transfer en dan weten ze je wel te vinden. Alle trainingen zijn openbaar, daar haal ik ook nieuws uit. Er zijn altijd mensen met een belang en die mensen hebben heel vaak een ander belang dan FC Groningen."

Premier League

Sjoerd Mossou vertelde mij dat het 'minder krijgen' voor voetbaljournalisten in Engeland al langer aan de hand is. Mossou sprak zijn bewondering uit over hoe er in de Engelse kwaliteitskranten wordt geschreven. Daarom ga ik ook de dialoog aan met Engelse clubwatchers. Zoals David McDonnell, die vanaf 2001 Manchester United-watcher is namens *the Daily Mirror*. In de Premier League zitten de verschillen volgens McDonnell niet zozeer in de clubs: "Het probleem is dat er zoveel rechthouders zijn die het verpesten voor de schrijvende pers. Je hebt BBC, Sky Sports, ESPN, de Premier League zelf en overzeese zendgemachtigden waar spelers en trainers mee praten. Ze hebben al zoveel verplichtingen, dat een interview met krantenjournalisten niet in het schema past. We weten dat we niet de beste behandeling krijgen. Wij betalen het geld niet voor de rechten (gesproken communicatie, 27 maart 2023)", geeft de journalist aan. Overal in de Premier League lopen journalisten tegen problemen aan volgens McDonnell, maar bij United, een van de grootste clubs ter wereld, is het werken voor krantenjournalisten 'a hell of a job', zo geeft hij zelf aan. "Onder Alex Ferguson (1986-2013 trainer bij United) was het nog veel erger. Dan kregen we nooit iemand te spreken. Misschien één interview in de vijf jaar. Journalisten werden maanden verbannen, ik werd zes weken geboycot omdat ik online iets over hem had geschreven. Als we iets hebben geleerd van het tijdperk-Ferguson, is het wel dat je nergens bang voor moet zijn. Wat we ook publiceerden: we kregen toch al niets".

Het Ferguson-tijdperk eindigde in 2013 en sindsdien is de relatie tussen de club en de pers verbeterd. Een interview per seizoen is schaars en buiten UEFA-regels na mogen trainingen niet worden bezichtigd, maar er is contact tussen journalist en persvoorlichter: "De relatie is in 22 jaar nooit zo goed geweest. Jaren geleden werd er niet eens gereageerd op interviewverzoeken. Nu is er een mate van contact, die er in het verleden nooit was. Het is nog niet veel zoals in andere landen, maar beter. Andrew Ward is hoofd communicatie bij de club. Als ik een verhaal heb, neem ik contact op. Als het gevoelig ligt, reageert hij niet, maar

hij gaat er wel achteraan. Ze beseffen dat ze de dialoog beter kunnen aangaan dan dat ze ons vermijden. Clubs weten dat krantenjournalisten invloedrijk zijn. Wij komen met *breaking news* en de verhalen, waardoor rechthouders om een reactie vragen bij de club. Dan word je herinnerd aan het belang van krantenjournalisten. Clubs zijn zich ervan bewust een goede relatie met ons te onderhouden”, sluit McDonnell af.

Sinds de schatrijke Saoedische eigenaren van Newcastle United het stokje in 2021 overnamen, is ook daar de band met de pers verbeterd. Al is verbetering in Engeland duidelijk minder dan de onderlinge relaties in Nederland, zo geeft Newcastle United-watcher namens *The Athletic* Chris Waugh aan (gesproken communicatie, 19 april 2023): “Toegang tot de Premier League in het algemeen is veel moeilijker dan in andere Europese landen. Dat komt door de mediacontracten met grote sportzenders. Die bedrijven betalen zoveel, dat krantenjournalisten buiten de boot vallen. Bij de League One en Two heb je veel meer toegang. Daar zijn clubs meer open. De Premier League is een cultuur geworden waarin de zendgemachtigden betalen en bepalen.” Niet alleen mediacontracten lijken daarin een rol te spelen. Ook de Engelse pers is daar volgens Waugh schuldig aan: “Vanuit het verleden hadden we in Engeland een vijandige pers. De tabloids bedoel ik dan, niet per se voetbaljournalisten. Clubs voelen nog niet het vertrouwen tussen hen en journalisten”. Waugh kan net als McDonnell onafhankelijk te werk gaan en er is contact tussen hem en de persvoorlichter. Bij persconferenties en wedstrijden zijn krantenjournalisten welkom, bij trainingen niet en spelers interviewen kan ongeveer drie keer in een seizoen. Het gaat met kleine stapjes vooruit, maar Waugh is huiverig en durft niet ver vooruit te kijken: “Ik denk dat de club opener moet zijn, maar als ik naar de band van media met andere clubs kijk, mogen de Newcastle United-watchers tevreden zijn. Ik maak me wel zorgen, mocht Newcastle Europees voetbal halen. Meer interesse van rechthouders, meer interviews voor de trainer en spelers en dan zijn de kruimels weer voor ons”, aldus Waugh.

2.2.2 Welke rol spelen online informatiekkanalen in dit contact voor de journalist?

Nu het duidelijker is geworden hoe de kijk van journalisten is op hoe clubs met ze omgaan en wat de speelruimte bij clubs voor deze journalisten is, kunnen we gaan kijken welke rol de online informatiekkanalen spelen in het contact tussen club en journalist. Hoe hebben de clubkanalen het werk van de journalist veranderd en wat voor effect hebben die andere online informatiekkanalen in het uitoefenen van hun vak?

‘Kankergezwel’

Lex Lammers ziet vooral een groot probleem in de knip- en plaksites. Hij windt er geen doekjes om: “Het is een kankergezwel in het Nederlandse medialandschap. Het zijn gewoon dieven. Het zijn media die absoluut niet begrijpen wat de context is en er dus geen gevoel bij hebben en zonder met hun ogen te knippen, iedereen beschadigen. Niet alleen de media, maar ook spelers en clubs. Later word je er door clubs vaak nog op aangesproken ook.” Lammers blijkt niet de enige. Bijna alle journalisten die ik voor dit onderzoek sprak, zijn in de problemen gekomen door de knip- en plaksites. “Ik ben wel eens door technisch directeur Mark-Jan Fledderus boos opgebeld. Hij zei: ‘wat lees ik nu weer op Voetbalprimeur? Ik heb het helemaal niet zo gezegd’. Ik vroeg aan hem of hij het originele artikel gelezen had, maar dat had hij niet. Lees dat eerst en bel dan maar terug, vertelde ik hem”, zegt Stefan Bleeker.

Clubs zijn volgens hem tegenwoordig veel banger voor een site als Voetbalprimeur, dan voor RTV Noord. Sander de Vries maakte iets vergelijkbaars mee bij SC Heerenveen: “Henk Veerman (aanvaller) was qua inzet echt ondermaats op de training en dat heb ik een keer geschreven in de krant en toegelicht in de podcast die we iedere maandag opnemen. Uiteindelijk maakte een knip- en plaksite van twee berichten er vier en ze pakten de meest prikkelende kop: Sander de Vries kraakt Henk Veerman. Toen werd Veerman wel boos op mij, omdat hij vier artikelen zag waarin ik hem de maat nam. Ik vroeg hem of hij het originele artikel had gelezen, maar dat had hij niet. Dan wordt het anders. Op het moment dat mijn moeder groentesoep maakt en ik vis alleen de gehakballetjes eruit, smaakt het niet meer naar groentesoep. Toen kon Veerman er wel om lachen”, zegt De Vries. Het is een groot probleem, want zo zegt De Vries ‘worden spelers daardoor huiveriger om zichzelf te zijn’.

De zorgen van clubs

Volgens Dick Sintenie heeft het ook zijn naslag op het gedrag van de club. Zo probeert Ajax zijn verhalen te beïnvloeden: “Je merkt dat ze daar rekening mee houden. Dan vragen ze of ik het anders wil opschrijven. Hoezo vraag ik dan, het is zo gezegd. Ja, maar je weet hoe de sites werken en die gaan dat eruit halen en vergroten, zeggen ze dan. Niet mijn pakkie an. Je merkt dat het een zorg is van de clubs. Zo’n artikel komt rechtstreeks bij die spelers en die vinden dat verschrikkelijk. Wij worden allemaal over een kam geschoren, dat onderscheid zien spelers niet meer. Kritiek is kritiek, of het nu van Voetbalprimeur komt of van VI”, licht Sintenie toe. Mede Ajax-volger Freek Jansen zegt dat de invloed van knip- en plaksites vooral in het begin groot was op zijn artikelen. Nu heeft hij last van ze in zijn wekelijkse Ajax-podcast: “Spelers hebben een artikel vooraf al vaak gelezen. Maar vanuit een podcast ben je aan het ouwehoeren met elkaar. Een podcast uitschrijven is heel apart, want je zegt het in een totaal andere context. Zeker als je het over een speler hebt die slecht speelt en je maakt daar een beeldspraak van. Daarom roep ik na zo’n beeldspraak vaak als een soort disclaimer dat de knip- en plaksites er niets mee hoeven te doen. Dan denk ik: nemen ze het in ieder geval niet over”.

Het is een ontzettend grijs gebied. Als een clubwatcher vooraf een artikel met een speler of beleidsbepaler deelt, weet diegene de inhoud van het verhaal. Dan kan zo’n knip- en plaksite wel quotes uitvergroten of de context eruit halen: je mag toch verwachten van speler of beleidsbepaler dat ze weten waar die clickbaitartikelen vandaan komen. Dat valt een journalist niet aan te rekenen. Bijna alle clubwatchers die ik sprak delen artikelen vooraf met de geïnterviewde. Dat kweekt vertrouwen. Als diezelfde clubwatcher dan te horen krijgt dat bepaalde zaken die de geïnterviewde op zo’n voetbalsite las, niet overeenkomen met het vooraf opgestuurde artikel, lijkt me dat toch echt de verantwoordelijkheid van de geïnterviewde. Jansen geeft ook duidelijk aan zich niet meer druk te maken om de quotes die voetbalsites uit zijn artikelen halen en ook Sporken en Bleeker hebben er zelden tot geen last van. Spelers hebben het vaak al gelezen. Voor andere clubwatchers lijkt het alsof hun eer gekrenkt is. Dat niemand aan hun stukken mag zitten. Dat is toch echt veranderd met de tijd waarin we nu leven.

De voetbalsites schieten als paddenstoelen uit de grond en zij nemen delen van interviews en artikelen over. Neem bijvoorbeeld Voetbalzone, waar Justus Dingemanse het gezicht van is. “Wij zijn een beetje het RTL Boulevard van de voetballerij (gesproken communicatie, 13 april 2023)”, zegt Dingemanse. Met een bereik van vijf miljoen unieke bezoekers per maand

is Voetbalzone al jaren de grootste voetbalwebsite van Nederland. Dat voelt wrang voor journalisten. Voetbalzone is groot geworden door het herkauwen van journalistiek werk in snackvorm. “Onze hoofdmodus is om te kijken wat er gebeurt in de voetbalwereld en dat moet zo snel mogelijk op de website. Traditionele voetbaljournalistiek is niet meer. We zijn een commercieel bedrijf en maken content waar ons publiek op zit te wachten. Niet per se omdat wij daar in geloven, maar we merken dat ons publiek dat leuk vindt. Ik snap de pijn, maar het idee van: het is van mij en daar mag je niet aankomen, dat bestaat niet meer. Het is niet dat NRC het Marc Overmars-schandaal boven tafel krijgt en dat de rest van de media zegt: dat is van het NRC, daar blijven wij van af.” Het gevaar van die hoge werkdruk betekent ook dat een foutje zo gemaakt is. Daar loopt men bij Voetbalzone niet voor weg: “Het is een competitieve wereld, want je wilt de eerste zijn. Je hebt vaak niet de tijd om alles uit te zoeken. We zijn een verzamelwebsite, maar moeten wel secuur omgaan met bronvermelding”, zegt Dingemanse. Voetbalzone is in de loop der jaren meer geworden dan een verzamelwebsite. Het creëert ook eigen content, is mediapartner van de KKD en het grote bereik blijft niet onopgemerkt. “Journalisten en zaakwaarnemers benaderen ons als ze een verhaal hebben of als een speler ontevreden is en wil vertrekken. Ze zijn er beiden bij gebaat als wij daar aandacht aan besteden”, aldus Dingemanse.

Hun aanbod is uitgebreid, maar bij Voetbalzone loopt men tegen dezelfde problemen aan als de clubwatcher. Ondanks dat het bereik zo groot is en Dingemanse niet denkt dat hun verleden meespeelt, zit een exclusief interview met een speler van Feyenoord of Ajax er niet in: “Ons voordeel is wel omdat we niet zoveel eigen content maken, we ook niet zo afhankelijk zijn van de grille van de perscheefs en clubs. Maar je komt er bij die clubs niet meer tussen, vanwege jarenlange werkrelaties. Trouw mag spelers interviewen en heeft 80.000 abonnees. Wij een uniek bereik van vijf miljoen per maand. Dat slaat natuurlijk nergens op”, baalt Dingemanse. Het dwingt men bij Voetbalzone inventief te zijn, net zoals de clubwatchers. Als je geen spelers kunt spreken of er lang op moet wachten, moet je eromheen werken. Dat doet hij ook: “Interviews met vriendinnen van voetballers, sportjournalisten, oud-ploeggenoten over ploeggenoten. Je moet inventief zijn en dan kun je nog steeds veel bereiken. Het vriendinnetje van Frenkie de Jong voor de camera levert meer op dan de aanvoerder van FC Utrecht”, sluit hij af.

Iemand die daarover mee kan praten is Dominic Mostert. Hij is hoofdredacteur van FCUpdate, een voetbalsite met drie miljoen unieke bezoekers per maand. Hij weet als geen ander hoe belangrijk clickbaitkoppen zijn: “Als wij iets een prikkelende kop geven, kan het drie keer zoveel opleveren dan normaal. De inhoud is dan hetzelfde, maar het gaat puur om de kop. Daar klikken mensen op. Journalistiek is niet gratis”, begint hij het gesprek. Mostert vindt de term ‘kankergezwel in het Nederlandse medialandschap’ zwaar overdreven, maar heeft begrip voor de irritatie. Al zijn volgens hem journalisten daar inmiddels wel aan gewend geraakt: “De kritiek is afgenomen. Heel af en toe krijg ik een bericht van een journalist dat iets niet goed geciteerd is. Als hij gelijk heeft passen we dat aan. Wij moeten zo min mogelijk bij het origineel blijven, niet dingen uit hun verband trekken.” Een aantal clubwatchers en perscheefs gaven in dit onderzoek aan dat spelers terughoudender zijn geworden door de opkomst van voetbalwebsites. Mostert gaat daarin mee: “Voetbalsites spelen honderd procent een rol in de terughoudendheid en gezonde angst van spelers. Daar deins ik niet voor terug. Als een voetballer een uitspraak doet, werd dat voorheen gepubliceerd in één medium. Nu op tien platforms. Daarom maakt het ontzettend veel uit

welke kop je boven een artikel zet. Gevestigde kranten zullen minder snel een controversiële quote van een speler overnemen en in de kop zetten”, besluit Mostert.

Volgens AD-columnist Sjoerd Mossou heeft de vluchtigheid waarmee het nieuws zich verspreid er mede voor gezorgd dat de traditionele voetbaljournalist in een spagaat is komen te zitten (persoonlijke communicatie, 9 november 2022): “Vroeger had je een klassieke primeur, dat had een bepaalde journalistieke waarde. Tegenwoordig staat het binnen een paar tellen overal op het internet. De bron wordt eerst nog vermeld, maar na een tijdje weet niemand meer wie de primeur had. Dat heeft de journalistiek veranderd en er mede toe geleid dat voetbaljournalistiek ook meer is gegaan over opinievorming en meningvorming. Jaren terug kon je artikelen volstoppen met quotes van spelers en directeuren. Dat is moeilijker geworden. De deuren die worden dichtgehouden bieden in zekere zin ook meer vrijheid om je los te maken van die clubs en te maken en schrijven wat je zelf wil”.

Daar snijdt Mossou wat mij betreft hout. Een watcher van een topclub zit niet stil als hij moet wachten of zijn interviewverzoek wordt goedgekeurd. Hij is steeds minder afhankelijk van de club, terwijl watchers van mindere clubs dat wel zijn en over het algemeen minder ingangen hebben omdat de club kleiner is. Er valt over Ajax altijd wel iets te schrijven, bij een club als Fortuna is dat niet zo. De vrijheid die Mossou aanhaalt, zie je online heel goed terug. Valentijn Driessen die frank en vrij mag praten in een twintig minuten durende YouTube-video van *Vandaag Inside* over de trainerskwestie bij Ajax, Freek Jansen, Willem Vissers (Volkskrant) en Leon ten Voorde (Tubantia) die aansluiten bij *Voetbalpraat*, een praatprogramma van ESPN en wat te denken van de podcasts waarin journalisten hun mening verkondigen. Driessen en Jansen staan namens respectievelijk De Telegraaf en VI zelf achter de microfoon om zaken toe te lichten, waardoor ze niet meer alleen nieuws brengen maar ook nieuws zijn. Journalisten worden door clubs min of meer gedwongen uitlatingen te doen op eigen titel, omdat de deur bij clubs niet meer wagenwijd open staan. Doordat die clubwatchers frequent te zien en horen zijn in video’s, programma’s en podcasts, zijn het merken geworden. Je zou bijna vergeten dat ze op dagelijkse basis artikelen schrijven voor een krant of tijdschrift. Dat is een grote ontwikkeling die clubwatchers de laatste jaren doormaken.

Hoofdstuk 4: Conclusie & reflectie

4.1 Conclusie

Aan de hand van de deelvragen probeer ik een antwoord te krijgen op de hoofdvraag '*Wat is de invloed van online informatiekkanalen op het werk van de voetbaljournalist?*'. Ik zal ook mijn persoonlijke bevindingen geven onder het kopje reflectie.

De eigen clubkanalen spelen geen rol in het contact tussen de clubwatcher en de club. Beiden zijn ervan overtuigd dat het een niet ten koste gaat van het ander en de belangen zijn totaal verschillend. De relatie tussen perschef en clubwatcher mag niet worden onderschat, vooral bij de wat mindere clubs. Daar kan het verstandig zijn om niet alles op te schrijven wat je weet, omdat je op die manier de club een dienst bewijst. Het kan zomaar zijn dat de perschef je een volgende keer net iets meer informatie geeft. Die clubwatchers zien het ook als een wisselwerking tussen journalist en club. Daarin merk je dat die clubwatchers erg afhankelijk zijn van de perschef en gebaat zijn bij een goede verstandhouding, om op die manier dicht bij het vuur te komen en te blijven.

De voetbalsites hebben het er voor de meeste clubwatchers niet eenvoudiger op gemaakt. De een verafschuwt ze, de ander is er inmiddels aan gewend geraakt. Dat laatste zullen ze vooral moeten doen. Accepteer dat ze er zijn, want weggaan doen ze niet. Het kan vervelend zijn als jouw artikel door zo'n site in een andere context wordt geplaatst, maar dat is heel eenvoudig te tackelen. Als clubwatcher hoor je het artikel vooraf op te sturen naar de speler, die de feitelijke onjuistheden eruit mag filteren. Daarna is het publicabel. Een speler heeft het artikel op dat moment gelezen, dus kan niet voor verrassingen komen te staan als zo'n voetbalsite een clickbaitkop als titel gebruikt. Daarin ligt de verantwoordelijkheid voor de speler. Zij zijn zelf in staat om een artikel te lezen en te beoordelen en zij weten wie de originele bron is. Het betekent wel dat een journalist extra nauwkeurig te werk moet gaan vanwege deze voetbalsites. Ga je verhaal niet aanpassen nadat de speler goedkeuring heeft gegeven. Dan is er geen sprake van transparantie. Dat moet een journalist altijd zijn.

Spelers hebben de perschef nog als controlerende macht. De perschef heeft er mede voor gezorgd dat van onafhankelijke journalistiek geen sprake meer is. Interviews indienen, wachten op goedkeuring, een maximum aan tijd krijgen voor een interview en ook nog een proefartikel opsturen, dat met een beetje pech niet eens wordt goedgekeurd. Dat heeft niets met onafhankelijkheid te maken. En dat alleen maar om het positieve imago in stand te houden. Daarom zou ik aanbevelen om artikelen op te sturen naar de speler en niet naar de perschef. Journalisten kunnen aan contactgegevens komen van spelers en door social media heb je iemand zo benaderd. Vooral als het gaat om spelers van mindere clubs.

Er zit voor de clubwatcher daarom niets anders op dan er omheen te werken. Zeker voor de clubwatchers van de Grote Drie. Waar mindere clubs meer de controle hebben over de clubwatcher, is dat bij de Grote Drie niet het geval. De perschef ontpopt zich tot marionet en de watcher danst naar de touwtjes. Ik zou adviseren minder interviewaanvragen in te dienen en meer ruimte te maken voor achtergrondverhalen en inventieve invalshoeken, waardoor je minder afhankelijk wordt van de grille van clubs en de perschef. Zoals Mossou al zei is de

voetbaljournalistiek meer aan het gaan naar meningvorming en opinievorming. Dat zie je steeds meer terug bij clubwatchers van de Grote Drie. Valentijn Driessen bij Vandaag Inside, Freek Jansen die net als andere journalisten aanschuift bij Voetbalpraat en dan heb je nog de video's op de eigen site waarin ze toelichting geven. En de wekelijkse podcasts, waar journalisten hun mening ventileren. Het landschap is aan het veranderen en journalisten moeten mee. Clubwatchers van de Grote Drie hebben clubs ook minder nodig, terwijl dat voor watchers van mindere clubs niet zo is. Naar die onafhankelijkheid moeten we toe. En niet laten leiden door de agendasetting van een perschef, die oordeelt over de inhoud van een journalistiek stuk. Dat kan helemaal niet.

Er is ook een andere kant van de medaille. Journalisten moeten beleid beoordelen en niet maken. Dat doet men nu allebei, omdat het steeds meer draait om opinievorming. Journalisten schuiven zoals ik eerder aanhaalde aan bij tv-programma's en komen zelf met aanbevelingen. Daardoor zijn journalisten de laatste jaren steeds meer merken geworden. Valentijn Driessen scoort met een uitspraak op tv, niet De Telegraaf. Het veranderende medialandschap heeft voor een domino-effect gezorgd, waardoor de traditionele voetbaljournalistiek is overleden.

4.2 Reflectie

Spelers worden betaald door clubs en zijn er primair om te presteren, maar volgens mij kunnen ze heel goed zelf bepalen of ze willen meewerken aan een interview. Dat hoeft een perschef niet te faciliteren. Ik snap heel goed dat het niet meer gebruikelijk is om spelers in een café of thuis te interviewen, maar hij kan goed zelf een afspraak maken met een journalist. De perschef is er puur en alleen om te controleren of de informatievoorziening de club niet schaadt. Daar zou ik als clubwatcher moedeloos van worden. Bij een club als SC Heerenveen bouw je een vriendschap op met zo'n perschef, omdat je hem vaker ziet dan je eigen partner. Maar als je een grotere club volgt waar dagelijks geruchten over verspreiden, ben je niet meer zo afhankelijk van zo'n perschef. En ik snap dat het voor een krant en tijdschrift goed verkoopt als er een interview met de trainer van Ajax op de voorpagina staat, maar dat is omdat het ook verkocht moet worden.

Een Voetbalzone heeft daar geen last van, want een artikel op hun site waarin iemand een scheet laat levert meer views op dan een journalistiek stuk. Daar worstelen ze zelf ook mee zei Justus Dingemanse, maar daarin zie je dat het gedrag van lezers aan het veranderen is. Ze zitten niet te wachten op goede journalistiek, maar op vluchtig nieuws dat door middel van snacks binnen de kortste keren tot je is gekomen. Ik denk dat het daar steeds meer naartoe gaat. Uiteraard komt nieuws van krantenjournalisten en zijn zij degene die voor de verhalen zorgen, maar ik geloof niet dat er in de toekomst veel vraag zal zijn naar spelersinterviews. Als kranten en VI een manier vinden om op dezelfde wijze als de voetbalsites hun inkomsten te genereren en niet afhankelijk te zijn van de verkoop van edities, zal de journalistiek nog meer veranderen. VI is een aantal jaren geleden al overgenomen door de eigenaren van Voetbalprimeur. Voorheen waren er alleen tijdschriftredacteurs, nu is er VI PRO en werken er internetredacteurs. Daarin zie je hoe ook zij met de tijd meegaan.

Ik vond het waanzinnig boeiend om al deze bronnen te spreken. Van de Engelse journalisten, tot aan de Nederlandse perschefs. Doordat ik het gesprek aanging met deze bronnen, ben ik

gaan inzien hoeveel macht perschefs hebben maar ook wat hun zwakte is. Een kritisch interview kan van tafel worden geveegd of je moet een tijdje soebatten over een quote, maar de rol van een perschef is zeer beperkt zolang je er als clubwatcher omheen werkt. Dan kun je de rollen als marionet omdraaien. Dat zou ik clubwatchers adviseren.

Literatuurlijst

- Benjamin, J. (2016, 2 augustus). *De tien plagen van de voetbaljournalistiek*. NRC. Geraadpleegd op 16 december 2022, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/08/02/de-tien-plagen-van-de-voetbaljournalistiek-3413803-a1514249>
- Boyle, R. & Haynes, R. (2009). *Powerplay: Sport, the Media and Popular Culture*. (Edinburgh University Press). 175. Geraadpleegd op 2 december 2022, van [https://repository.bbg.ac.id/bitstream/596/1/Power Play Sport the Media and Popular Culture.pdf](https://repository.bbg.ac.id/bitstream/596/1/Power_Play_Sport_the_Media_and_Popular_Culture.pdf)
- De Zeeuw, E. (2016). *Clubwatchers: vooral niet te kritisch? Onafhankelijkheid in de voetbaljournalistiek*. [Masterscriptie, Rijksuniversiteit Groningen]. Geraadpleegd van <https://arts.studenttheses.ub.rug.nl/19479/1/Scriptie%20compleet%20Defi.pdf>
- Haak, W. (2019). *Voetbaljournalist of pr-medewerker? Een onderzoek naar de rolopvattingen van redacteuren van voetbalclubmedia*. [Scriptie, Universiteit Leiden]. Geraadpleegd van <https://studenttheses.universiteitleiden.nl/access/item%3A2711138/view>
- Het Parool. (2009). *Boze Ajax-fans verstoren training*. Geraadpleegd op 1 december 2022, van <https://www.parool.nl/nieuws/boze-ajax-fans-verstoren-training~bea69ffbb/>
- Mak, P. (2014). *Branded journalism in de Nederlandse sportjournalistiek*. [Masterscriptie, Utrecht University]. Geraadpleegd van <https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/16396/Branded%20Journalism%20in%20de%20sport%20-Scriptie.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Mossou, S. (2016, 2 augustus). *De tien plagen van de voetbaljournalistiek*. NRC. Geraadpleegd op 20 oktober 2022, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/08/02/de-tien-plagen-van-de-voetbaljournalistiek-3413803-a1514249>
- NOS. (2022, 4 november). *Spelersgroep FC Groningen boycot RTV Noord na artikel over hond speler*. Geraadpleegd op 4 november 2022, van <https://nos.nl/artikel/2451064-spelersgroep-fc-groningen-boycot-rtv-noord-na-artikel-over-hond-van-speler>
- NRC. (2016, 2 augustus). *De Ajax-perschef: 'Laat ons nou eens met rust'*. Geraadpleegd op 22 december 2022, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/08/02/laat-ons-nou-eens-met-rust-a1513814>
- NSP. (z.d.). Over de NSP. Geraadpleegd op 21 december 2022, van <https://www.nsp.nl/over-de-nsp>
- RTV Noord. (2022, 3 november). *Hond FC Groningen-speler Abraham bijt chihuahua dood, burens voelen zich onveilig*. Geraadpleegd op 3 november 2022, van <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/972386/hond-fc-groningen-speler-abraham-bijt-chihuahua-dood-burens-voelen-zich-onveilig>

Telegraaf. (2022, 7 november). *FC Groningen heft boycot RTV Noord op, wel 'voorwaarden' aan samenwerking*. Geraadpleegd op 7 november 2022, van <https://www.telegraaf.nl/sport/1705309357/fc-groningen-heft-boycot-rtv-noord-op-wel-voorwaarden-aan-samenwerking>

Vallinga, M. (2019, 30 mei). *Serie Sportjournalistiek: Het is voor sportjournalisten balanceren op smal koord*. Friesch Dagblad. Geraadpleegd op 2 november, van <https://frieschdagblad.nl/sport/Serie-Sportjournalistiek-Het-is-voor-sportjournalisten-balanceren-op-smal-koord-26795032.html>

VI. (2022, 6 februari). *Overmars per direct weg bij Ajax na grensoverschrijdende berichten*. Voetbal International. Geraadpleegd op 14 december 2022, van <https://www.vi.nl/nieuws/overmars-per-direct-weg-bij-ajax-na-grensoverschrijdende-berichten>

Voetbalnieuws. (23 augustus, 2022). *'Yilmaz maakt de opstelling, doet de wedstrijdbespreking en motiveert team met bonus'*. Geraadpleegd op 12 december 2022, van <https://www.voetbalnieuws.nl/nieuws/15081/yilmaz-maakt-de-opstelling-doet-wedstrijdbespreking-en-motiveert-team-met-bonus.html>

Voetbalzone. (z.d.). Colofon. Geraadpleegd op 21 december 2022, van <https://www.voetbalzone.nl/colofon.asp>

Gesproken bronnen

Bleeker, S. (Journalist, volgt FC Groningen namens *RTV Noord*) Geraadpleegd op 18 november 2022

Dingemanse, J. (Gezicht van *Voetbalzone*) Geraadpleegd op 13 april 2023

Heerschop, M. (Persvoorlichter SC Heerenveen) Geraadpleegd op 9 november 2022

Jansen, F. (Journalist en hoofdredacteur *Voetbal International*, volgt Ajax namens VI) Geraadpleegd op 24 november 2022

Lammers, L. (Journalist, volgt Vitesse namens *De Gelderlander*) Geraadpleegd op 18 november 2022

McDonell, D. (Journalist, volgt Manchester United namens *the Daily Mirror*) Geraadpleegd op 27 maart 2023

Mossou, S. (*AD*-columnist en journalist) Geraadpleegd op 9 november 2022

Mostert, D. (Hoofdredacteur *FCUpdate*) Geraadpleegd op 12 april 2023

Nelissen, W. (Persvoorlichter AZ Alkmaar) Geraadpleegd op 9 december 2022

Peters, R. (Persvoorlichter FC Twente) Geraadpleegd op 24 november 2022

Sintenie, D. (Journalist, volgt Ajax namens *Het Parool*) Geraadpleegd op 30 november 2022

Sporken, R. (Journalist, volgt Fortuna Sittard namens *De Limburger*) Geraadpleegd op 9 november 2022

Van der Cammen, N. (Persvoorlichter NEC Nijmegen) Geraadpleegd op 16 november 2022

de Vries, S. (Journalist, volgt SC Heerenveen namens de *Leeuwarder Courant*) Geraadpleegd op 9 november 2022

Waugh, C. (Journalist, volgt Newcastle United namens *The Athletic*) Geraadpleegd op 19 april 2023

Gesproken en niet gebruikt in de uitwerking

Vallinga, M. (Journalist en maakte een serie over sportjournalistiek) Geraadpleegd op 7 november 2022