# Omgang media bij calamiteiten

De kans dat een calamiteit de vereniging treft is niet groot. Maar ook relatief kleine voorvallen kunnen escaleren en in de media komen. Verenigingen zijn vaak wel voorbereid op een crisis met protocollen en draaiboeken, maar omgaan met de media wordt hierin niet altijd meegenomen. Dit artikel geeft verenigingen en bestuurders handreikingen voor het omgaan met de media bij incidenten. Aan  de hand van aandachtspunten kun je aan de slag met het vaststellen van een mediabeleid.

## Vriend of vijand

Veel verenigingen zien de media liever niet aan de poort van de sportclub. Toch is het tegenwoordig haast onmogelijk een incident ‘binnenshuis’ te houden. Door de komst van sociale media verspreidt nieuws over een gebeurtenis op een vereniging zich razendsnel. Door het afzijdig houden van de media loop je het risico dat informatie via andere kanalen wordt ingewonnen. Via ouders, sporters en sociale media. Berichtgeving waarvan ouders en sporters de bron zijn kunnen onjuistheden bevatten. Dit kan schadelijk zijn voor het imago van de vereniging én voor betrokkenen bij het incident. In plaats van de pers als vijand te beschouwen kun je beter met journalisten samenwerken. Op die manier heb je als vereniging invloed op de berichtgeving. Mediabeleid een onderdeel maken van het crisismanagement is daarom een must!

## Mediabeleid

Het is raadzaam om afspraken over het omgaan met de media bij incidenten op papier te hebben staan. Dit kan als onderdeel van crisismanagement (lees meer hierover bij het thema Calamiteiten). Als een incident de vereniging treft en het omgaan met de media goed is georganiseerd kan de aandacht uitgaan naar belangrijkere zaken. Zoals het herstellen van de veiligheid en rust en het dagelijks reilen en zeilen op de vereniging. Een goede voorbereiding kan voorkomen dat een zaak escaleert. Als de vereniging stevig in de schoenen staat, kordaat optreedt en dit naar buiten toe laat zien is de kans op negatieve beeldvorming in de media kleiner.

Met de hier onderstaande aandachtspunten heb je een handreiking bij het opstellen van mediabeleid als onderdeel van het crisismanagement en heb je parate informatie in geval je te maken krijgt met de media als gevolg van een incident.

## Informeren van de media

Informeer de media altijd op eigen initiatief. Doe dit zo snel mogelijk, het liefst dezelfde dag nog. In ieder geval gelijktijdig met een brief aan de ouders/leden. Zorg er wel voor dat trainers en vrijwilligers op de hoogte zijn van de gebeurtenissen voordat ouders en pers worden ingelicht. Door de media zelf te benaderen voorkomt de vereniging dat journalisten gaan vissen naar informatie door en in het ergste geval aan de poort van de sportclub ouders en sporters benaderen met vragen. Bovendien houdt de vereniging op deze manier de regie over wat er aan informatie verstrekt wordt en is de kans op indianenverhalen of negatieve publiciteit kleiner.

## Interne afspraken over externe communicatie

Maak afspraken met de trainers, leden en vrijwilligers over het te woord staan van de pers. Vertel dat er één persoon is via wie de perscontacten verlopen. Het zal voor veel mensen lastig zijn om zich aan die afspraak te houden. Bij incidenten lopen emoties vaak hoog op. Ouders zijn boos, angstig of verdrietig en willen graag hun verhaal kwijt. En journalisten smullen van dit soort persoonlijke informatie. Sporters staan vaak te popelen om in beeld te komen zodra er camera’s verschijnen. Maar juist kinderen en jongeren overzien vaak niet de consequenties van hun uitspraken. Maak afspraken met journalisten over met wie er gesproken mag worden en op welke plekken gefilmd mag worden. Stel duidelijke kaders: geen sporters interviewen, niet op en om het terrein van de sportclub filmen enzovoorts. Spreek af dat de vereniging artikelen en gemonteerde filmpjes voor publicatie of uitzending te zien krijgt.

## Schrijf een persbericht

Informeer de pers over het incident door middel van een persbericht. Daarin staat wat er is gebeurd. Hoe de vereniging heeft gehandeld en wat de vereniging verder gaat doen. Welke instanties zijn ingeschakeld. Wie onderzoek doet en bij wie journalisten terecht kunnen met vragen/wie de woordvoerder is.

* Informeer over het incident in algemene bewoordingen. Bijvoorbeeld grensoverschrijdend gedrag. Vermijd termen als dader, verdachte, aangeklaagde. Spreek van trainer, sporter, persoon in kwestie, man of vrouw.
* Noem geen namen.
* Vermijd termen als ontucht, verkrachting, kinderporno en dergelijke. Dit roept vaak meer vragen op.
* Noem de maatregelen die de vereniging heeft genomen
* Laat weten welke acties gaande zijn, bijvoorbeeld politieonderzoek.

## Benoem een woordvoerder

Benoem één persoon op de vereniging die het woord voert naar de pers. Dat hoeft niet per se een voorzitter of bestuurslid te zijn. Het moet wel iemand zijn die informatie goed kan verwoorden. Bereid het gesprek of interview met meerdere personen voor. Zorg dat naast de woordvoerder altijd nog iemand van het bestuur bij het gesprek/interview aanwezig is om mee te luisteren en na afloop te evalueren. Bij ernstige incidenten kan de vereniging ook altijd verwijzen naar de woordvoerder van de politie die de zaak in behandeling heeft.

## Organiseer een persconferentie

Stel journalisten een persconferentie in het vooruitzicht en maak de datum en plaats bekend. Houd de persconferentie op een locatie buiten de vereniging. Laat journalisten in geen geval van de partij zijn op de informatiebijeenkomst voor ouders.

* Bepaal van te voren welke informatie wordt gegeven. Vertel feitelijkheden. Wees open maar binnen grenzen
* Wees voorbereid op vragen en formuleer vast de antwoorden. Het is ook mogelijk de eis te stellen vragen vooraf bekend te maken
* Geef nooit namen door van betrokkenen
* Verstrek geen foto’s of persoonlijke informatie van betrokkenen
* Nodig deskundigen uit, zoals de politie die over hun deel van de zaak kunnen vertellen
* Bedenk een goede oneliner
* Bepaal van te voren of er gefilmd en gefotografeerd mag worden tijdens de persconferentie en maak dit bekend
* Indien er opnames gemaakt mogen worden, probeer dan de beelden voor uitzending nog onder ogen te krijgen
* Maak bekend op welke manier de pers verder wordt geïnformeerd. Bijvoorbeeld door de week er na nog een persconferentie te houden. Dit damt mogelijk ook het aantal telefoontjes en verzoeken voor interviews in.

## Gebruik de crisis om je vereniging positief te positioneren

Een vereniging kan in de media in een negatief daglicht komen te staan door een incident. Maar dat hoeft niet! Mediadeskundigen zijn van mening dat een crisis de ruimte biedt om je als vereniging positief te positioneren. Door het benutten van de media-aandacht, de naamsbekendheid en de compassie die bij een crisis heerst, kan de vereniging het ‘gewenste’ imago naar buiten toe profileren en aan reputatiemanagement doen. Open communicatie, zorgvuldig informeren en verantwoordelijkheid nemen zijn noodzakelijk voor het hooghouden van een goede reputatie. Durf ook publiekelijk fouten toe te geven en laat zien wat concreet wordt gedaan om de situatie op te lossen en te voorkomen in de toekomst. Door zichtbaar en daadkrachtig op te treden, ook in de media, laat de vereniging zien de zaak serieus te nemen en dat zij veiligheid hoog in het vaandel heeft staan. Pas tijdens een crisis blijkt of de vereniging haar reputatie als ‘veilige vereniging’ waard is.

## Zorg ervoor dat je voorbereid bent

* Leg nu contact met de media zodat je over goede contacten beschikt mocht er iets voorvallen op de vereniging.
* Organiseer een mediatraining voor het verenigingsbestuur. De vereniging staat hierdoor sterker op het moment dat ze de pers te woord moet staan.
* Stel een mediabeleid vast.