

Journalisten hebben lak aan uniforme benadering

Gent, 13 november 2009

Belgische journalisten krijgen veel te zelden exclusieve of specifiek op hun publicaties afgestemde voorstellen, zo blijkt uit een enquête bij de Belgische pers. Bijna de helft van de deelnemers aan deze enquête vraagt voorts dat pr-verantwoordelijken vaker beeldmateriaal voorzien om hun artikels of reportages mee te illustreren. De gemiddelde Belgische journalist stoort zich ook heel vaak aan het commerciële karakter van persberichten.

De enquête, uitgevoerd door Quadrant Communications, evalueerde de ervaring van journalisten met pr-verantwoordelijkheden, hun visie op de meest gangbare vormen van perscommunicatie en hun gebruik van social media (zie persbericht 'Belgische journalist loopt niet warm voor social media').

"PR-mensen geraken verder wanneer ze de journalist als een klant beschouwen", zegt Frank Van den Bossche van Quadrant Communications. "Dat kan door voldoende aandacht te hebben voor de eigenheid van de journalist en de benadering daar telkens op af te stemmen."

PR is nuttig

Over het algemeen staan Belgische journalisten positief tegenover de diensten van pr-verantwoordelijken. Ruim de helft van de respondenten noemen ze "nuttig"; slechts 7% kan zich vinden in omschrijvingen als "overbodig" of "ergerlijk".

Toch storen journalisten zich aan de vele commerciële boodschappen zonder nieuwswaarde die ze krijgen, de opdringerige aanpak van sommige pr-lui en onwetendheid over het medium waarvoor ze werken. Zowat één op drie journalisten beweert bijna dagelijks contact te hebben met een pr-medewerker die niet goed weet welke onderwerpen de journalist of zijn publicatie doorgaans verslaat.

Op de vraag "Welke informatie krijgt u momenteel te weinig?" is het top-antwoord: "exclusieve informatie". Op de tweede plaats komt "goede foto's en illustratiemateriaal" en "informatie van onafhankelijke experts" vervolledigt de top-drie.

Interviews zijn populairst

Persberichten krijgen weinig bijval bij de Belgische pers. De helft van de respondenten schrijft maximaal tien artikels per maand op basis van een persbericht. Aangezien de gemiddelde journalist minstens 200 persberichten per maand in zijn mailbox vindt, kun je dat moeilijk een bevredigende score noemen. De grootste bezwaren tegen persberichten zijn: het is verkapte reclame in plaats van nieuws, er wordt geen illustratie voorzien en ze zijn te lang.

Voor persconferenties ligt de successcore nog lager. Nog geen vijf procent van de Belgische journalisten slaagt erin om meer dan tien keer per maand een artikel of reportage te brouwen op basis van een persconferentie. Journalisten vinden ze vaak onnodig; achteraf blijkt vaak dat een persbericht had volstaan. Ook de beperkte nieuws waarde en de lange duur ervan zijn storend.

Interviews, al dan niet telefonisch, zijn de meest populaire informatiebron voor Belgische journalisten. Daar weet 21 procent van de respondenten minstens tien artikels of reportages per maand van te maken. Hoewel ze meer tijd vergen dan het doornemen van een persbericht, leveren ze meer kopij op. Toch blijven journalisten na interviews soms op hun honger zitten omdat de spreker eigenlijk geen verhaal te vertellen had, zijn verhaal niet goed bracht of te weinig concrete informatie kon bieden.

Over het onderzoek

De enquête liep tijdens de voorbije zomer. Meer dan duizend Belgische beroepsjournalisten ontvingen ze en 217 hebben ze ingevuld. Zowat een derde van de respondenten werkt op een krantenredactie, 45% bij een tijdschrift, nog eens een derde schrijft voor een online publicatie. Circa 8% werkt voor radio of televisie. Vele deelnemers werken voor verschillende types media –bijvoorbeeld zowel online als voor een krant of tijdschrift. De [vragen](#) stonden online en er werd een uitnodiging uitgestuurd naar 1.120 geverifieerde en ontdubbelde e-mailadressen. De gedetailleerde resultaten van het onderzoek zijn beschikbaar.

Over Quadrant Communications

Quadrant Communications is specialist in perscommunicatie, verkoopondersteunende communicatie en strategie voor technologiebedrijven. Voor onze klanten beheren we de communicatie met de pers, hun klanten, prospecten, medewerkers en andere belangrijke relaties. Quadrant werd in 2001 opgericht en telt acht medewerkers. Vijf van hen hebben minstens een aantal jaar als journalist gewerkt voor ze bij Quadrant aan de slag gingen. Enkele trouwe klanten zijn ADM, Belnet, Cegeka, Certipost, Cisco, EASI, EMC, Fedict, Microsoft, SAP, Unisys en Xylos.

Meer info op <http://www.quadrantcommunications.be>

Contact voor journalisten

Frank De Graeve

Marie Popelinkaai 3 bus 1

B-9050 Gent (Ledeberg)

T: +32 (0)9 210 53 53

M: +32 (0)496 103 996

E: fdg@quadrantcommunications.be