

## 9 plus 1 wetmatigheden van nieuws

Hoe meer criteria van toepassing zijn op jouw nieuws, hoe eerder je in het nieuws komt:

### **PR = nieuws, maar wat is nieuws?**

Als je dit boek hebt gelezen, zul je het beamen: nieuws is waar pr om draait! Om snel te kunnen checken of je met nieuws – en dus – met kansrijke pr hebt te maken, hierbij een lijstje met negen handige ‘wetten’ die van een nieuwtje echt nieuws maken:

- ✓ **Verrassend.** Denk aan de klassieke krantenkop ‘Man bijt hond’. Dat is nieuws omdat het omgekeerd te vaak gebeurt om nog interessant te kunnen zijn. Vraag je bij je pr daarom ook af: wie bijt wie? Blijkt dat toch een hond, begin dan opnieuw!
- ✓ **Dichtbij.** Wat je ook te melden hebt, zorg dat je met je pr dicht bij ‘huis’ blijft. Zorg dat je boodschap je doelgroep aanspreekt en (eventueel) aanzet tot actie. Je pr moet het antwoord zijn op de vraag: wat moet ik daar nou mee?
- ✓ **Actueel.** Je boodschap moet nú relevant zijn. Als je als dierenrechtenorganisatie direct na een man-bijt-hondincident oproept tot ‘therapie voor honden bijtende mannen’, maak je grote kans om in de pers te komen.
- ✓ **Omvang.** Hoe groter de groep mensen (of dieren) die betrokken is bij een gebeurtenis, hoe meer kans die maakt om uit te groeien tot nieuws. Eén opgepakte hondenbijter haalt nog de huis-aan-huiskrant. Maar voor het televisiejournaal heb je meer nodig: bijvoorbeeld een landelijke trend van gebeten honden.
- ✓ **Bron.** Wat een journalist uit betrouwbare bron heeft, zal hij sneller publiceren. Zeker als die bron een autoriteit is, een gedragswetenschapper bijvoorbeeld die kan verklaren waarom tegenwoordig zoveel mannen honden bijten.
- ✓ **Eenvoudig.** Duidelijke hapklare brokken, niet te ingewikkeld nieuws haalt makkelijker de media dan ingewikkelde verhalen.
- ✓ **Tijdgeest.** Het scheelt als je met je nieuws aansluit bij een bestaande discussie. Na een serie man-bijt-hondvoorvallen zal je persbericht over een elektronische enkelband om daders ‘aan te lijnen’ waarschijnlijk in vruchtbare aarde vallen.
- ✓ **‘Umfeld’.** Duits voor: context en alles wat jouw nieuws omringt. Vooral ander nieuws. Treedt de minister plotseling af? Jammer dan voor de mooie resultaten van jouw man-beet-hondbuddyproject, ze zullen het nieuws niet meer halen vanwege de politieke berichtgeving rond de minister die ander, kleiner nieuws over de rand duwt.
- ✓ **‘Zacht’ nieuws.** Ook wel *human interest* genoemd. Het persoonlijke verhaal achter het nieuwsfeit. Misschien wil je als hondenbijtdader je imago verbeteren. En kun je de pers vertellen dat je uit bescherming van je vier maanden oude baby tot deze opmerkelijke daad kwam. Van gestoorde dader tot heldhaftige vader!

In hoofdstuk 1 lees je hoe nieuws werkt en hoe je daarvan kunt profiteren voor je pr.

Uit: *PR voor Dummies*, Eugène van Haaren (2011)

NB: de belangrijkste reden waarom iets nieuws kan worden is: **conflict**. Vergeten in mijn boek – oeps – maar goed om rekening mee te houden: hoe meer ruzie en spannende tegenstellingen (David-Goliat enzovoort), hoe leuker een journaliste het vindt. Dat kan in je nadeel zijn, als je niet in de publiciteit wil. Maar het is een handig smeermiddel voor wie wel de aandacht van de media zoekt.

### **Voor nieuws!**

Journalistieke teksten & mediatrainingen  
Eugène van Haaren, [www.voornieuws.nl](http://www.voornieuws.nl), Culemborg