

praktijkcongres

succesvol

persbeleid

10 oktober 2017 - Spant | Bussum

10 oktober

Praktijkcongres

Erosie van waarheid en feiten

11 oktober

Masterclass

Online Persbeleid

11 oktober

Masterclass

Framing & Reframing



Arjen Lubach

EN ZIJN INVLOED OP DE PUBLIEKE OPINIE

POLITICO (USA):
'ALTERNATIVE FACTS'

Dick Schoof (NCTV):

Feiten en geruchten over terrorismedreiging

Erosie van Waarheid en Feiten



uw dagvoorzitter
Rick Nieman

MET MEDEWERKING VAN:

Arjen Lubach, NRC Handelsblad, Provincie Zuid-Holland, Bartho Boer, NOS-Nieuws, VGZ Zorgverzekering, NU.nl, UMC Utrecht, AD, McDonald's Nederland, Peter Burger, PGGM, de Volkskrant, Politico (USA), RIVM, José Sanders en Nationaal Coördinator Terrorismedreiging & Veiligheid (Dick Schoof). En vakdiscussies over: tegenverhalen, nepnieuws op social media, regionale journalistiek en toenemende invloed politiek.



Praktijk

Politico (USA)

'Alternative facts' a new media-era

09.30 * Eliana Johnson | Politico (USA)



Trump's candidacy and election have transformed the media landscape, creating superficial hostility between the White House and the mainstream media but in reality granting them enormous new powers. They have also elevated boisterous online outlets like Breitbart, which is closely tied to the administration -- and enjoys the sort of direct line to power that the elite outlets once did. We're also seeing changes in how people consume news -- and in who they believe. Where will this lead? **Eliana Johnson, National Political Reporter of Politico (USA)** will share her thoughts.

Erosie van Waarheid en Feiten



Nepnieuws, alternatieve feiten, internet trolls, filterbubbles.... Het zijn veelbewogen tijden voor de journalistiek maar ook voor organisaties die hun boodschap willen uitdragen. Voor veel mensen is de waarheid simpelweg de waarheid niet meer. Ze hebben weinig vertrouwen in 'mainstream' media, maar delen zelf blindelings en kritiekloos 'feitenvrije' berichten. Met alle risico's van dien voor de reputatie van betrokken organisaties.

Tijdens het Jaarcongres 2017 kijken we o.m. naar de gevolgen van de manier waarop nieuws zich vandaag de dag verspreidt en de eisen die dat stelt aan de woordvoerder.

We voeren vakdiscussies en praten over dilemma's aan de hand van actuele cases van o.m. UMC Utrecht,

Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid,

McDonald's Nederland en RIVM. Speciale gasten zijn Eliana Johnson (Politico USA) en Arjen Lubach (wat is zijn invloed op de publieke opinie?)

Kortom: genoeg redenen om op 10 oktober aan te schuiven bij **dagvoorzitter Rick Nieman**.



10.00 * Peter Burger | Universiteit Leiden

De Waarheid van Nepnieuws

Ook in Nederland heeft nepnieuws een nieuwe betekenis gekregen. Feiten kunnen opeens ook 'alternatieve feiten' zijn en soms worden 'trollen' ingezet om de publieke opinie te beïnvloeden. In hoeverre is de situatie in de USA een blauwdruk voor wat we in Nederland zien gebeuren? Zijn wij

meer geïnteresseerd in feiten en tegengestelde meningen of consumeren wij (ook) alleen nog maar nieuws dat in onze 'filterbubble' past? **Peter Burger, nepnieuws onderzoeker**, schetst de ontwikkelingen en geeft zijn visie op de toekomst.

Perscongres

DINSDAG
10 oktober
Erosie van
Waarheid
en Feiten

16.15

Arjen Lubach

over de kracht van journalistieke satire

Met de satirische nieuwsshow "Zondag met Lubach" is Arjen Lubach definitief doorgebroken bij het grote publiek. Spraakmakende items als het viraal gegane filmpje 'The Netherlands Second' (meer dan 74 miljoen keer bekeken), het gefileerde verkiezingsprogramma van Geert Wilders' PVV (#HoeDan, meer dan 1.000.000 views) en de introductie van de app 'KamerGotchi' (meer dan 600.000 downloads) markeren het succes.

Lubach legt met zijn humor feilloos de vinger op zere plekken. En weet wat op social media werkt en wat niet, waardoor zijn reikwijdte vele malen groter is dan het kijkerspubliek op zondag. Hoe ziet Arjen Lubach zelf zijn invloed op de opinie van het Nederlandse publiek? Legt hem dit beperkingen op? Arjen Lubach over de kracht van 'journalistieke' satire, juist in tijden van nepnieuws en alternatieve feiten.

Foto: Meifin Doornik

Welke AFSLAG nemen de MEDIA?

DISCUSSIE

10.30 * Gerf-Jaap Hoekman | NU.nl
* Marcel Gelauff | NOS-Nieuws
* Stijn Bronzwaer | NRC Handelsblad

Wat is het antwoord van de media in Nederland? Het gezag van de (traditionele) media staat onder druk. Hoe denken zij het probleem te tackelen van 'alternatieve feiten', halve en hele onwaarheden? Hoe ver reikt hun bronnenonderzoek? Wat blijft er over van het aloude hoor/wederhoor-principe? En hoe zien zij de risico's van het gebruik van algoritmes in relatie tot eenzijdige opinievorming? Discussie met vertegenwoordigers van media.



08.30 Registratie en koffie

09.25 Opening door de dagvoorzitter
* Rick Nieman | TV-journalist

09.30 'Alternative Facts', a new media-era
* Eliana Johnson | National Political Reporter, Politico (USA)

10.00 De waarheid van nepnieuws
* Peter Burger | Nepnieuwsonderzoeker Universiteit Leiden

10.30 Discussie: Welke afslag nemen de media?
* Gerf-Jaap Hoekman | Hoofdredacteur NU.nl
* Marcel Gelauff | Hoofdredacteur NOS-Nieuws
* Stijn Bronzwaer | Adjunct-Hoofdredacteur NRC Handelsblad

11.00 Ochtendpauze

11.20 Het Nieuwe Persbeleid
* Bartho Boer

12.00 Vakdiscussies (keuze uit 4)

I. Wapen jezelf tegen nepnieuws op social media

* Jaap de Bruijn | Wordvoerder en Social Media Manager zorgverzekeraar Coöperatie VGZ.

II. Hoe verder met de regionale journalistiek?

* Jeroen Koedam | Hoofd Communicatie Provincie Zuid-Holland

III. Tegenverhalen als antwoord op rondzingende verhalen

* José Sanders | Hoogleraar Narratieve Communicatie Radboud Universiteit Nijmegen

IV. Meer invloed vanuit de politiek

* Jesse Martens | Public Affairs Advisor PGGM

12.45 Lunch

13.45 Hardnekkige misverstanden

* Eunice Koekkoek | Manager Corporate Communicatie McDonald's Nederland
* Mariëtte Pasman | Stafhoofd Communicatie en Documentaire Informatievoorziening RIVM
* Ellen de Visser | Medisch redacteur de Volkskrant

14.15 Openheid na IVF-blunder

* Eric Trinthamer | Hoofd Communicatie/ Wordvoerder RvB, UMC Utrecht
* Marcia Nieuwenhuis | Onderzoeksjournaliste AD

14.45 Interview:

Terrorismedreiging: bron voor speculatie
* Dick Schoof | Nationaal Coördinator Terrorismedreiging en Veiligheid

15.15 Middagpauze

15.35 Case van het moment

16.15 Vraaggesprek:
Arjen Lubach over de kracht van journalistieke satire
* Arjen Lubach

17.00 Borrel

#Perscongres

Pra

Het Nieuwe Persbeleid



11.20 * Bartho Boer

De veranderde nieuwsconsumptie, het afnemend vertrouwen in media en organisaties, toenemende peer-to-peer-beïnvloeding... wat betekenen deze ontwikkelingen voor het te voeren persbeleid van organisaties? Wat zijn de valkuilen en misschien nog wel interessanter: wat zijn de uitdagingen voor de komende jaren? Bartho Boer illustreert aan de hand van recente praktijkvoorbeelden wat er aan de hand is, deelt zijn ideeën en daagt de zaal uit mee (of tegen) te denken.

feit OF fabel

12.00 - 12.45

Vakdiscussies

SESSIE 1 WAPEN JEZELF TEGEN NEPNIEUWS OP SOCIAL MEDIA



Foto: Bebel Hogevorst

Dagelijks ontstaan geruchten en verschijnen onzinberichten op social media. Wanneer is het slim om te reageren en wanneer kun je het beste zwijgen? En: hoe kun je je erop voorbereiden? Vakdiscussie over online reputatie, tone of voice en alternatieve feiten, afgetrapt door **Jaap de Bruijn**, woordvoerder/Social Media Manager bij zorgverzekeraar Coöperatie VGZ.

SESSIE 2 HOE VERDER MET DE REGIONALE JOURNALISTIEK?



De regionale journalistiek heeft het zwaar. Het ontbreekt aan diversiteit en soms ook aan kwaliteit. Voor veel organisaties is een goede regionale journalistiek echter essentieel om haar stakeholders te informeren en/of de bestuurlijke macht te controleren. Vakdiscussie over ervaringen en mogelijke oplossingen, afgetrapt door **Jeroen Koedam**, Hoofd Communicatie van Provincie Zuid-Holland.

SESSIE 3 TEGENVERHALEN ALS ANTWOORD OP RONDZINGENDE VERHALEN



Een verhaal met emotie gaat er beter 'in' dan gortdroge feiten. Maar 'rondzingende' verhalen kunnen de geloofwaardigheid van een organisatie danig aantasten. Tegenverhalen kunnen dan een oplossing zijn. **José Sanders**, hoogleraar Narratieve Communicatie aan de Radboud Universiteit, deelt de resultaten van haar analyse van lastige verhalen en gaat in discussie.

SESSIE 4 MEER INVLOED VANUIT DE POLITIEK



Organisaties hebben meer en meer te maken met beïnvloeding vanuit de politiek. Denk aan bonusvergoedingen of prijsstelling van producten. Andersom proberen organisaties ook hun invloed in de politiek te doen gelden, bijvoorbeeld via Kamervragen. Vakdiscussie over hoe je dit 'politieke spel' in goede banen leidt, afgetrapt door **Jesse Martens**, Public Affairs Advisor bij PGGM.

CASE McDONALD'S & RIVM



13.45 * Eunice Koekkoek | McDonald's Nederland

* Mariëtte Pasman | RIVM

* Ellen de Visser | de Volkskrant

Hardnekkige misvattingen

'Hamburgers van McDonald's bederven niet', 'Door een HPV-inenting kun je verlamd raken'... Wat doe je als er hardnekkige misvattingen over je product of dienst de ronde doen? Reageren met feiten? Ingaan op de emotie? McDonald's Nederland en RIVM hebben regelmatig te maken met 'broodje-aap'-verhalen op social media. Wat zijn hun ervaringen? En hoe gaat Volkskrant-journaliste Ellen de Visser om met rondzingende verhalen?

ktijkcongres

Terrorismedreiging: **CASE NCTV** bron voor **speculatie**

14.45 * Dick Schoof | Nationaal Coördinator
Terrorisbestrijding en Veiligheid

Als er één terrein gevoelig is voor grote maatschappelijke onrust, dan is het wel terrorismedreiging. Communicatie hierover luistert dan ook enorm nauw. Rick Nieman gaat in gesprek met Dick Schoof, Nationaal Coördinator Terrorisbestrijding en Veiligheid (NCTV). Hoe gaan zij om met geruchten in de (nieuwe) media? Hoe proberen ze een zo reëel mogelijk beeld te creëren van de situatie? En wat vindt hij van de berichtgeving over terreurdreiging: nemen media hun verantwoordelijkheid hierin?



15.35 **CASE** van het **moment**

Omdat we een zo actueel mogelijk programma willen aanbieden, laten we één case open tot op het laatste moment. Wat of wie is prominent in het nieuws in oktober? Rick Nieman in gesprek met een

betrokken journalist en – als hij/zij het lef heeft – de persvoorlichter van de betrokken organisatie c.q. persoon. Onderwerp van gesprek: het persbeleid rondom de kwestie die iedereen in oktober 2017 bezighoudt.

CASE UMC UTRECHT

Openheid na ivf-blunder



14.15 * Eric Trinthamer | UMC Utrecht
* Marcia Nieuwenhuis | AD

'Mogelijk zaadcellen verwisseld in ivf-kliniek UMC Utrecht', '26 vrouwen mogelijk bevrucht door zaad verkeerde man', Het zijn enkele van de koppen in de media eind december 2016. Het zal je maar gebeuren als ziekenhuis. Wat in potentie kon uitlopen op een enorme (publieke) rel, is door openheid en een strakke regie van de communicatie in de kiem gesmoord. Hoe zag de communicatiestrategie eruit? Wat ging volgens plan en waar moest ad-hoc worden bijgestuurd? Welke lessen zijn hieruit te trekken? En wat vindt AD-journaliste Marcia Nieuwenhuis van de gevolgde aanpak?



Schrijf je in voor
17 juli en ontvang
GRATIS het boek
'Weerwoord,
de Publieke Opinie'
van Marc Josten

WOENSDAG 11 oktober Masterclass

Online Persbeleid

09.00 Inleiding en kennismaking

09.15 Verschil online/offline persbeleid:

- * Online journalisten, bloggers en influencers
- * Werken online journalisten anders?
- * De belangrijkste online kanalen/media

09.30 Online mediarelaties

- * Verschillende profielen vragen verschillende benaderingen
- * Inhaken en reageren
- * Snelheid, waarheid en transparantie

10.30 De middelen in het online persbeleid

- * Is het persbericht nog relevant?
- * Verrijking van persberichten (o.m. visuele content)
- * Do's en don'ts van stockfoto's

11.00 Ochtendpauze

11.15 Online zichtbaarheid

- * Owned media (newsrooms, social, beeldbank)
- * Het SEO-effect van owned
- * Earned media: Strijd om clicks en zoekresultatenpagina Google
- * Branded content & influencers.

12.30 Lunch

13.30 Inzet van influencers/ambassadeurs

- * Hoe selecteer en benader je ze?
- * Praktijkvoorbeelden

14.30 Uitwerking praktijkcases

15.45 Pauze

16.00 Nieuwe online tools voor de persvoorlichter

- * Monitoring, media intelligence, distributie, platformen

16.30 Tips en vragen

17.00 Borrel

Persbeleid is de laatste jaren revolutionair veranderd. Print en online gaan hand in hand en de impact van digitale kanalen is niet te onderschatten. Snelheid, clicks en beeld zijn belangrijker geworden dan het staven van informatie, zo lijkt het. En naast de traditionele journalist heeft persbeleid te maken met influencers, bloggers en eigen communities. In hoeverre verschillen offline en online persbeleid? Hoe verspreid je jouw verhaal optimaal? Hoe behoud je de regie? En: hoe maak je optimaal gebruik van influencers?

Tijdens deze eendaagse masterclass laten Freek Janssen en Gijs Moonen van LEWIS zien hoe je modern persbeleid vormgeeft, welke nieuwe tools je ter beschikking staan én hoe je je online zichtbaarheid als organisatie kunt verhogen, natuurlijk met tal van praktijkvoorbeelden.

Wanneer je je persbeleid wilt verrijken met de laatste trends en tools, dan is een bezoek aan deze masterclass een belangrijke eerste stap.

WOENSDAG 11 oktober Masterclass

Framing & Reframing

'Het gaat niet mis op de inhoud, maar op de strategie'

09.00 Inleiding:

- * Waarom taal ons zo beïnvloedt
- * Welke beïnvloedingsprincipes kom je nog meer tegen in het brein?

09.30 De anatomie van een frame

- * Hoe ziet een frame eruit?
- * Waar vind je frames?
- * Hoe destilleer je frames uit tekst en beeld?

10.30 Frames ontwerpen deel I

- * De ingrediënten voor een werkend frame
- * Hoe spreek je de juiste emotie aan als fundament van je frame?
- * Toepassen op eigen casuïstiek

12.30 Lunch

13.30 Frames ontwerpen deel II

- * Welk verhaal tuig je op?
- * En welke woorden & beelden horen daarbij?
- * Toepassen op eigen casuïstiek

15.30 Reframing: wat werkt niet en wat wel

- * Welke opties heb je?
- * Oefenen met eigen casuïstiek

16.30 Met de kennis van nu: reflectie op eigen persbericht/boodschap

17.00 Borrel



Framing gaat over de invloed van taal, tussen de regels door. Over het verschil tussen wat je zegt én wat mensen jou horen vertellen. Als je erin slaagt om de juiste verhalen met de juiste woorden te gebruiken, sta je in de beeldvorming met 1-0 voor. Maar welke woorden zijn dat dan? Framing is de minst zichtbare maar tevens de méést indringende techniek om van jouw werkelijkheid ook die van de ander te maken.

Tijdens de eendaagse masterclass 'Framing & Reframing' laat Sarah Gagestein (framing-expert pur sang) zien hoe je de discussie in

Over de trainers:

Freek Janssen (Head of Content) en **Gijs Moonen** (Head of Consumer Division) adviseren klanten van LEWIS dagelijks op het snijvlak van PR, online marketing en content. Het onderhouden van persrelaties is een belangrijke pijler van de campagnes van het bureau. Social media, content en influencer relaties spelen daarbij een onmisbare rol. Gijs Moonen adviseert klanten op creatief strategisch gebied, Freek Janssen is gespecialiseerd in content-strategieën. Ze hebben ervaring met campagnes van onder meer Exact, Dela, bol.com, Google en LG Electronics.



Over de trainer:

Sarah Gagestein is oprichter/eigenaar van Taalstrategie. Ze adviseert politieke partijen, maatschappelijke organisaties en bedrijven over hoe zij framing kunnen inzetten om hun boodschap duidelijk, overtuigend en aantrekkelijk te maken. Daarnaast doet ze onderzoek naar publieke framing, wordt ze als ghostwriter ingezet en test ze frames in de praktijk op hun effectiviteit. Ze schreef twee boeken: 'Denk niet aan een roze olifant' (2014) en samen met Job Boersma 'Harder praten helpt niet' (2015).

de media naar je hand zet. Ze gaat in op hoe (re)framing werkt en geeft tal van praktijkvoorbeelden uit maatschappelijke organisaties, het bedrijfsleven en de politiek. Je gaat zelf aan de slag met cases in groepsverband én leert welke beïnvloedingstechnieken je (nog meer) kunt inzetten in gesprekken met de media. Aan het einde van de dag breng je het geleerde in praktijk aan de hand van een meegenomen persbericht of boodschap.

Wil je meer grip krijgen op de beeldvorming over jouw organisatie of product, dan is een deelname aan deze Masterclass de investering waard!

Wat vooraf ging



2017 Vanaf het begin in 1995 is het Praktijkcongres Succesvol Persbeleid een ontmoetingsplaats voor persvoorlichters uit profit- en nonprofit-organisaties. Jaarlijks laten enkele honderden deelnemers zich informeren over belangrijke ontwikkelingen op hun vakgebied en leren ze van ervaringen van collega's. Het is niet voor niets een Praktijkcongres.

Aanmeldingsformulier

JA, ik neem deel aan het Praktijkcongres Succesvol Persbeleid 2017. Ik kies voor de volgende optie(s):
(graag de hokjes van je keuze aankruisen)

PRAKTIJKCONGRES SUCCESVOL PERSBELEID
op **DINSDAG 10 OKTOBER**

Ik kies voor de volgende vakdiscussie (12.00-12.45)

- ① Wapen jezelf tegen nepnieuws op social media
- ② Hoe verder met de regionale journalistiek?
- ③ Tegenverhalen als antwoord op rondzingende verhalen
- ④ Meer invloed vanuit de politiek

MASTERCLASS 'Online Persbeleid'
op **WOENSDAG 11 OKTOBER**

MASTERCLASS 'Framing & Reframing'
op **WOENSDAG 11 OKTOBER**

Voor-/Achternaam: _____ m/v

Functie: _____

Email: _____

Bedrijf: _____

Adres: _____

Postcode: _____ Plaats: _____

Telefoon: _____

Ondergetekende gaat akkoord met de in deze brochure opgenomen inschrijvingsvoorwaarden. Het deelnamebedrag wordt voldaan binnen 14 dagen na ontvangst van de factuur.

Datum: _____

Handtekening: _____

Schrijf je in voor 17 juli
en ontvang **GRATIS** het boek
**'Weerwoord,
de Publieke Opinie'**
van Marc Josten



details

ORGANISATIE

Corner-Stone Marketing & Sales Programmes,
Lorentzplein 34, 2012 HJ Haarlem, Tel. 023 - 542 19 26

LOCATIE

Praktijkcongres:

Spant! Bussum

Dr. Abraham Kuyperslaan 3

1402 SB Bussum

Masterclasses:

NH Jan Tabak

Amersfoortsestraatweg 27

1401 CV Bussum

DEELNAMEPRIJS

* Jaarcongres € 895,--

* Masterclass Online Persbeleid € 795,--

* Masterclass 'Framing en Reframing' € 795,--

Prijzen excl. BTW en inclusief lunch,
koffie/thee en documentatie

4 MAKKELIJKE MANIEREN OM JE IN TE SCHRIJVEN

✉ Corner-Stone Marketing & Sales Programmes
Postbus 3241, 2001 DE Haarlem

☎ 023 - 542 19 26

@ info@corner-stone.nl

🌐 www.corner-stone.nl

Je inschrijving wordt door ons per e-mail bevestigd. Nadat wij je betaling hebben ontvangen, sturen wij je het entreebewijs.

BEN JE ONVERWACHT VERHINDERD?

Vervanging is altijd mogelijk. Degene die jou vervangt heeft toegang op vertoon van het aan jou gerichte entreebewijs. Annulering is uitsluitend aangehouden mogelijk. Voor annuleringen tot twee weken voor het congres wordt € 100,-- aan administratiekosten in rekening gebracht. Na deze datum ben je het volledige deelnamebedrag verschuldigd (dus ook als je nog niet hebt betaald).

Politico (USA)

**ELIANA
JOHNSON**

National Political Reporter

MET MEDEWERKING VAN:

Arjen Lubach, NRC Handelsblad, Provincie Zuid-Holland, NOS-Nieuws, Bartho Boer, VGZ Zorgverzekering, NU.nl, UMC Utrecht, AD, McDonald's Nederland, Peter Burger, PGGM, de Volkskrant, Politico (USA), RIVM, José Sanders en Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding & Veiligheid (Dick Schoof).