



Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Onderzoekverantwoording
3. Managementsamenvatting
4. Resultaten
5. Profielvragen

1. Inleiding

Om meer inzicht te krijgen in het profiel van de huidige woordvoerder, zijn of haar visie op het vak en op de journalistiek, heeft Corner-Stone hiernaar een online onderzoek onder persvoorlichters/woordvoerders uitgevoerd.

Gevraagd is onder meer naar het profiel van de doelgroep, hoe men aankijkt tegen het werk én tegen journalisten, de ethische dilemma's van het vak, welke trends men ziet en hoe men oordeelt over het fenomeen 'nepnieuws'.

De belangrijkste bevindingen van het onderzoek zijn gepresenteerd op het (23e) Praktijkcongres Succesvol Persbeleid 2017 dat plaatsvond op dinsdag 10 oktober (zie www.corner-stone.nl).

2. Onderzoekverantwoording

Het onderzoek is door middel van een online vragenlijst uitgevoerd onder 1.775 persvoorlichters/woordvoerders. Respondenten kregen per e-mail een uitnodiging voor het onderzoek. In de e-mail was een link opgenomen naar de vragenlijst. Door op de link te klikken, opende het onderzoek automatisch en kon de respondent zelf via de computer de vragenlijst invullen.

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode van 21 september tot en met 28 september 2017

Respons:

- aantal uitgestuurde e-mails: 1.775
- aantal volledig ingevulde vragenlijsten: 374 (= 21,1%)





3. Managementsamenvatting

- Naast optreden als spreker namens de organisatie, is voor woordvoerders een rol weggelegd als verbinder tussen de binnen- en buitenwereld. Opvallend is dat men zich niet herkent in de rol van trainer van anderen in de organisatie in de omgang met media, maar wel aangeeft dat het geven van (intern) media-advies onderdeel is van het werk.
- Men besteedt meer tijd aan interne afstemming dan aan perscontacten
- De werkdruk neemt toe en wordt als hoog ervaren. Onder meer door waan van de dag, de eis van 24/7 beschikbaarheid en de toegenomen invloed van media op de organisatie.
- Ondanks de opkomst van sociale en online media blijven redactionele media nog steeds onmisbaar volgens woordvoerders.
- De instrumenten die woordvoerders voor hun werk gebruiken, zijn vrij klassiek. Het persbericht blijft met afstand het meest gebruikte instrument.
- De meeste woordvoerders werken op basis van vertrouwen en nemen zelf een interview of persgesprek niet op.
- Liegen tegen journalisten is uit den boze, maar (soms) dingen achterhouden mag wel evenals het weigeren van een interview als de verwachting is dat het artikel negatief wordt. De meeste respondenten zeggen geen ‘zwarte lijst’ van journalisten te hebben.
- Slecht voorbereid/niet ter zake kundig, vooringenomenheid, geen nuance/eenzijdige berichtgeving/context weglaten, geen hoor/wederhoor of fact-checking en onzorgvuldigheid blijken de grootste ergernissen over journalisten te zijn
- Nepnieuws is geen hype volgens woordvoerders en komt in Nederland geregeld voor. De oorzaak van nepnieuws wordt vooral toegewezen aan internet en sociale media.
- belangrijkste uitdagingen voor het vak zijn volgens de respondenten de invloed en inzet van social media, het vinden/behouden van balans tussen snelheid en zorgvuldigheid, pro-actief persbeleid, dealen met nepnieuws en tendentieuze berichtgeving en het bekwamen van managers en medewerkers in woordvoering



4. Profiel respondentent

 <p>♀ 51%</p> <p>♂ 49%</p>	<p>Wat is je leeftijd?</p> <table> <tr> <td>< 25 jaar</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>25 - 40 jaar</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>40 - 50 jaar</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>50 - 60 jaar</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>> 60 jaar</td> <td>4%</td> </tr> </table>	< 25 jaar	0%	25 - 40 jaar	25%	40 - 50 jaar	42%	50 - 60 jaar	28%	> 60 jaar	4%														
< 25 jaar	0%																								
25 - 40 jaar	25%																								
40 - 50 jaar	42%																								
50 - 60 jaar	28%																								
> 60 jaar	4%																								
<p>In welke sector ben je werkzaam?</p> <table> <tr> <td>Profit</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Non-profit</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>(semi) Overheid</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Anders</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100%</td> </tr> </table>	Profit	21%	Non-profit	36%	(semi) Overheid	40%	Anders	3%		100%	<p>vast tijdelijk ZZP anders</p>  <table> <tr> <td>86%</td> <td>9%</td> <td>4%</td> <td>1%</td> </tr> </table>	86%	9%	4%	1%										
Profit	21%																								
Non-profit	36%																								
(semi) Overheid	40%																								
Anders	3%																								
	100%																								
86%	9%	4%	1%																						
<p>Hoeveel jaren ben je werkzaam als woordvoerder?</p> <table> <tr> <td>< 2 jaar</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>2 - 4 jaar</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>4 - 6 jaar</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>> 6 jaar</td> <td>74%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100%</td> </tr> </table>	< 2 jaar	5%	2 - 4 jaar	10%	4 - 6 jaar	11%	> 6 jaar	74%		100%	<p>Wat is je totale bruto jaarsalaris?</p> <table> <tr> <td>< 40.000 euro</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>40.000 - 55.000 euro</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>55.000 - 70.000 euro</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>70.000 - 85.000 euro</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>meer dan 85.000 euro</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>weet niet/zeg liever niet</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>100%</td> </tr> </table>	< 40.000 euro	4%	40.000 - 55.000 euro	19%	55.000 - 70.000 euro	34%	70.000 - 85.000 euro	15%	meer dan 85.000 euro	15%	weet niet/zeg liever niet	13%		100%
< 2 jaar	5%																								
2 - 4 jaar	10%																								
4 - 6 jaar	11%																								
> 6 jaar	74%																								
	100%																								
< 40.000 euro	4%																								
40.000 - 55.000 euro	19%																								
55.000 - 70.000 euro	34%																								
70.000 - 85.000 euro	15%																								
meer dan 85.000 euro	15%																								
weet niet/zeg liever niet	13%																								
	100%																								

De verdeling tussen geslacht, leeftijd en sector waarin de respondenten werkzaam zijn, vertoont een gebalanceerd beeld.

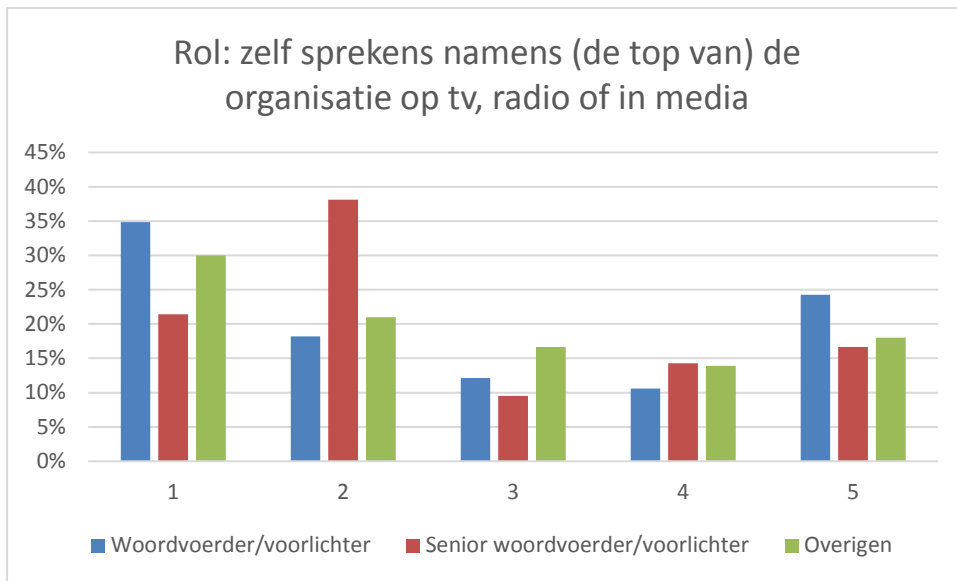
ZZP-ers en woordvoerders met een tijdelijk arbeidscontract zijn ondervertegenwoordigd in het onderzoek. 86% van de respondenten heeft een vast arbeidscontract.

Driekwart van de respondenten is al meer dan zes jaar werkzaam als woordvoerder. Kortom een groep met veel expertise, wat zich ook vertaalt in een navenant salaris.

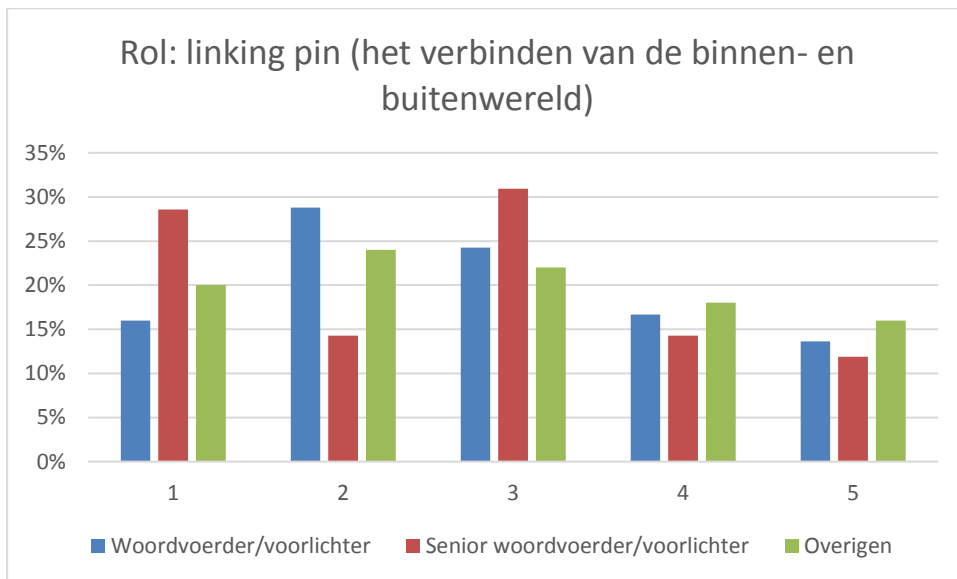
<p>Eerdere werkervaring?</p> <p>Communicatie/woordvoering 52%</p> <p>Journalistiek/media 20%</p> <p>Vanuit de organisatie zelf 15%</p> <p>Eerder een hele andere carrière 10%</p> <p>Eerste baan na studie 3%</p> <p style="text-align: right;">100%</p>	<p>Hoogste afgeronde opleiding?</p> <p>Mavo/Lbo/Vmbo 1%</p> <p>Havo/Vwo/Atheneum/Gymnasium 4%</p> <p>MBO 2%</p> <p>HBO/Bachelor 50%</p> <p>WO/Master 42%</p> <p>Overige 1%</p> <p style="text-align: right;">100%</p>
<p>Wat is je functie?</p> <p>Woordvoerder/(pers)voorlichter 31%</p> <p>Sr. woordvoerder/voorlichter 18%</p> <p>Sr. Communicatieadviseur 13%</p> <p>Communicatieadviseur 12%</p> <p>Hoofd/directeur Communicatie 8%</p> <p>Manager Communicatie 6%</p> <p>Teamleider Communicatie 3%</p> <p>PR-manager 3%</p> <p>Anders 6%</p> <p style="text-align: right;">100%</p>	<p>Gevolgde opleidingsrichting?</p> <p>Communicatie(wetenschappen) 43%</p> <p>Journalistiek/media 21%</p> <p>Economie/marketing 6%</p> <p>Politologie 5%</p> <p>Geschiedenis 5%</p> <p>Nederlands/Taalkunde 5%</p> <p>Bestuurskunde 4%</p> <p>Rechten 3%</p> <p>Internationale Betrekkingen 2%</p> <p>Overige 6%</p> <p style="text-align: right;">100%</p>

De opleidingsachtergrond van de respondenten is divers. Het opleidingsniveau is bijna zonder uitzondering HBO of WO. De meerderheid (64%) heeft een opleiding communicatie of journalistiek gevolgd. Bij de 6% 'overige' valt op dat men in het woordvoerdersvak gerold is vanuit organisatie-specifieke kennis (informatica, biologie, scheikunde,.....).

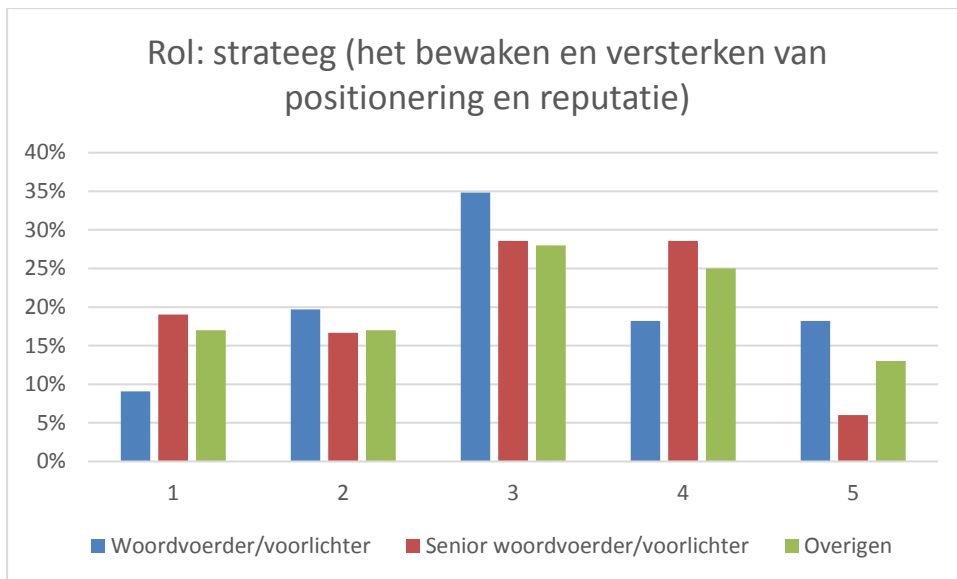
5. Welke rol past het meest bij jouw huidige werk? (meest = 1 ; minst = 5)



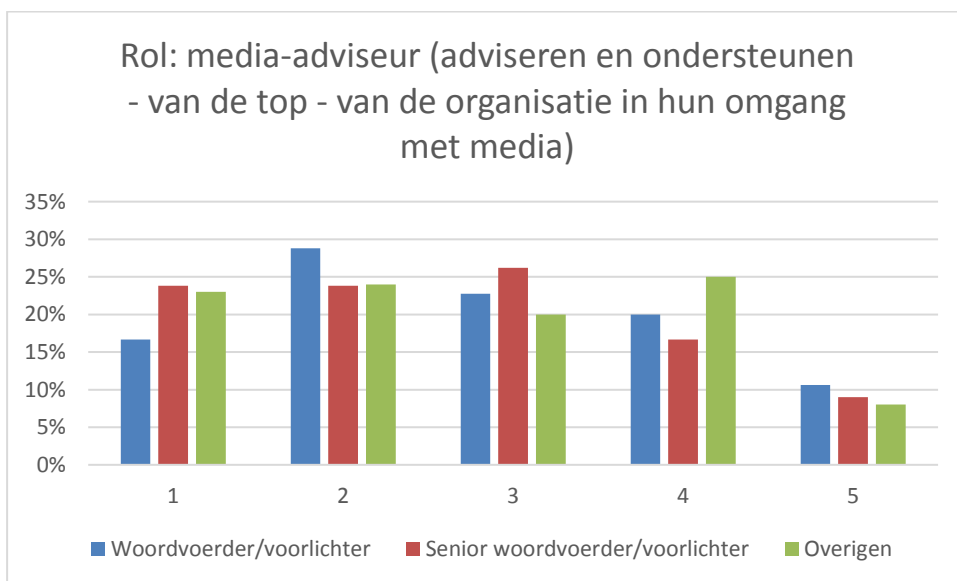
Niet geheel verrassend, ziet de meerderheid van de respondenten deze rol nadrukkelijk voor zich weggelegd.



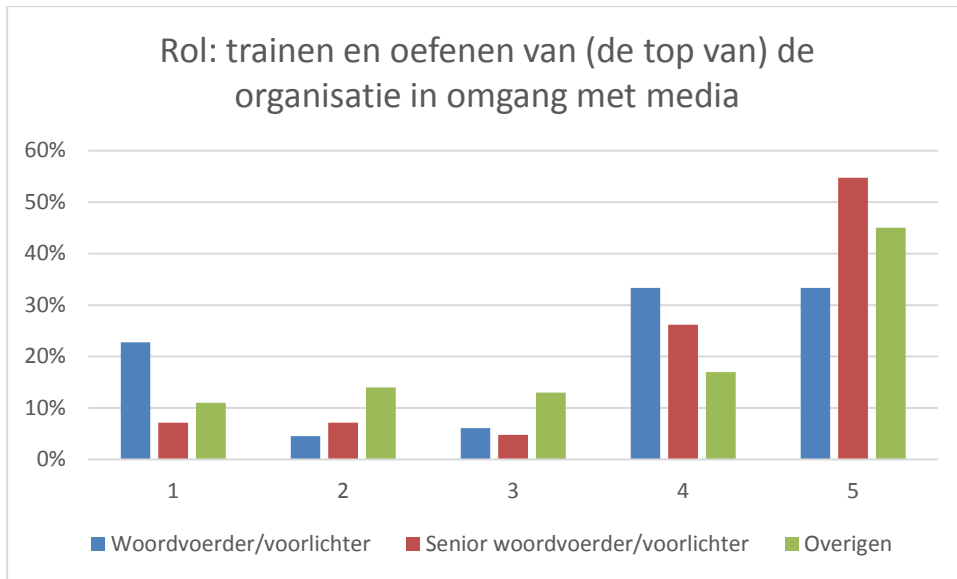
Het fungeren als 'linking pin' tussen binnen- en buitenwereld is beslist een van de rollen die men vervult, zij het enigszins op de achtergrond.



Het bewaken en versterken van de positionering en reputatie van de organisatie is iets wat in bescheiden mate als onderdeel van de functie wordt gezien

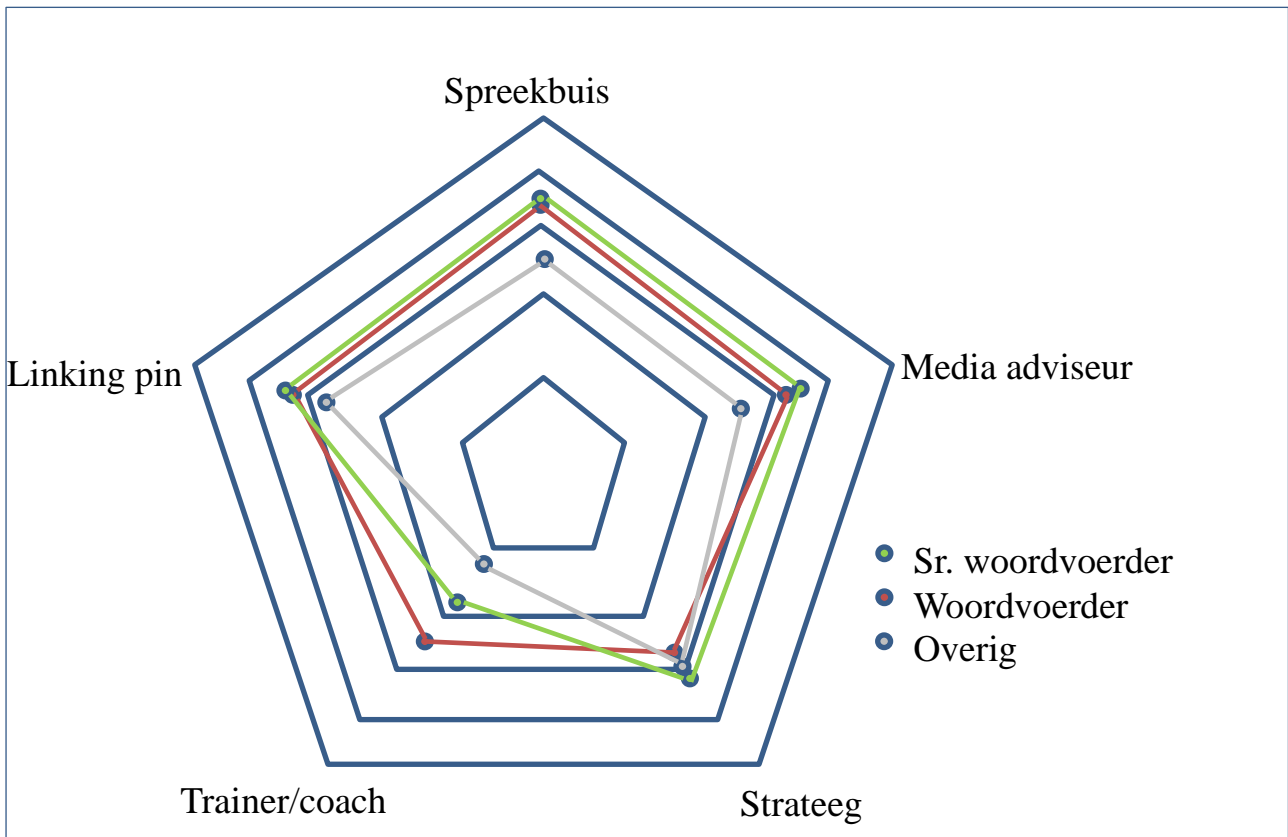


Het geven van media-advies aan anderen binnen de organisatie is voor de meeste respondenten onderdeel van het werk.

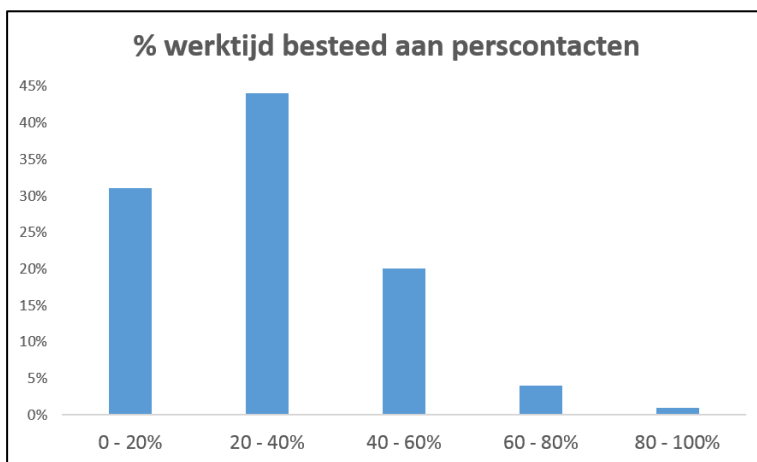
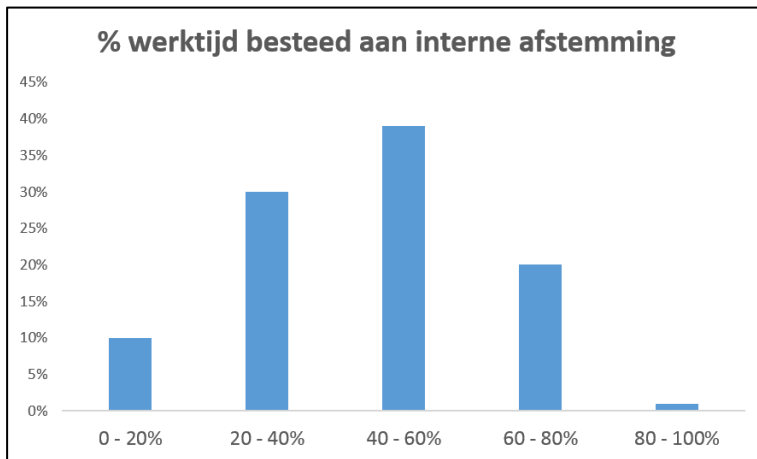


Het trainen en oefenen van anderen in de organisatie in hun omgang met de media, is geen 'business as usual' voor respondenten. Wel opvallend is dat juist de meest ervaren respondenten zich het minst in deze rol herkennen.

Rollen van woordvoerders vergeleken per functie

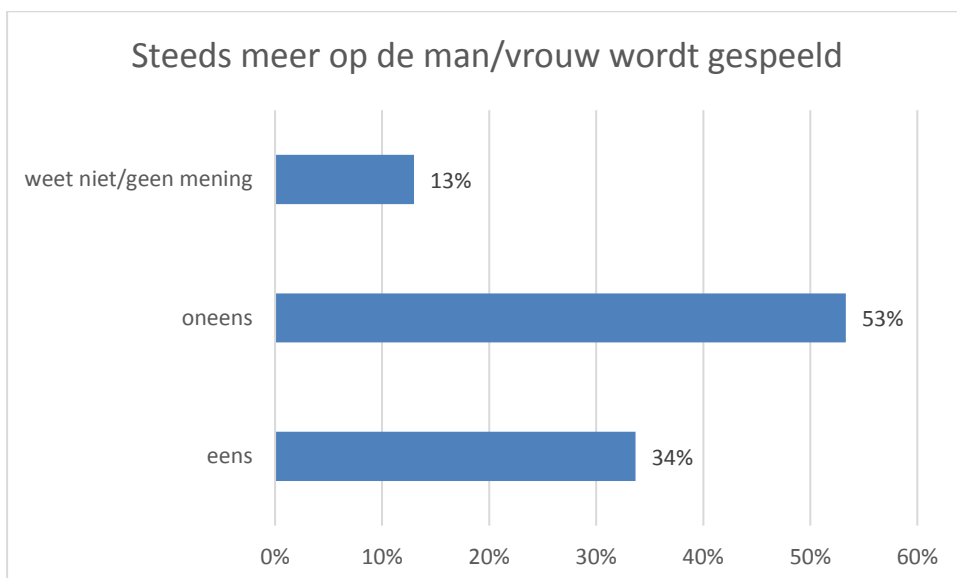


6. Tijdbesteding

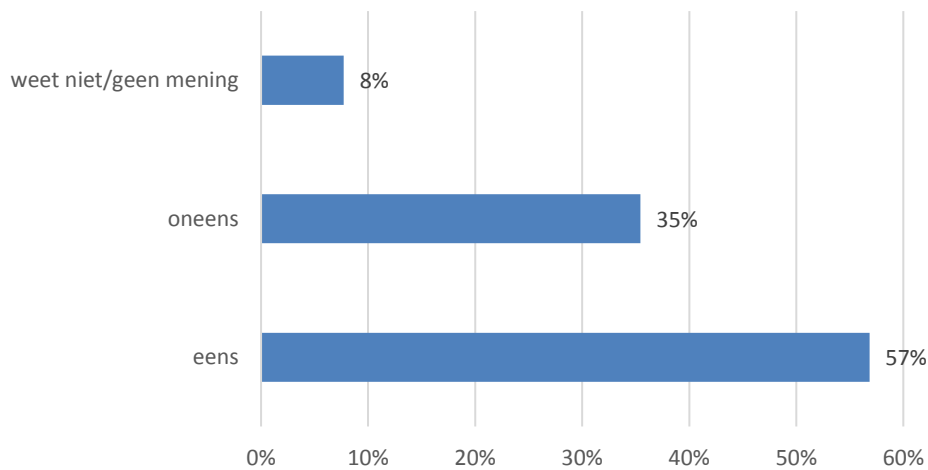


Interne afstemming vraagt een substantieel deel van de werktijd. Gemiddeld genomen gaat hieraan bijna de helft van de werktijd op; substantieel meer dan de tijd die er is voor perscontacten.

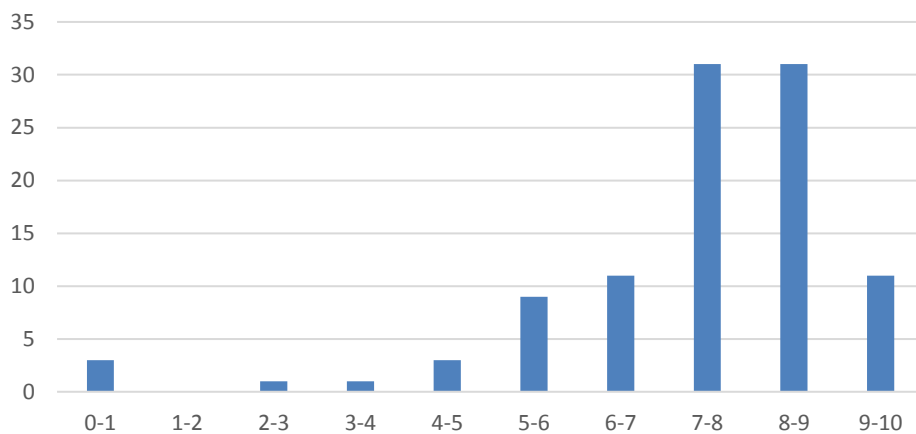
7. Reacties op stellingen over “In mijn werk als woordvoerder merk ik dat er:”



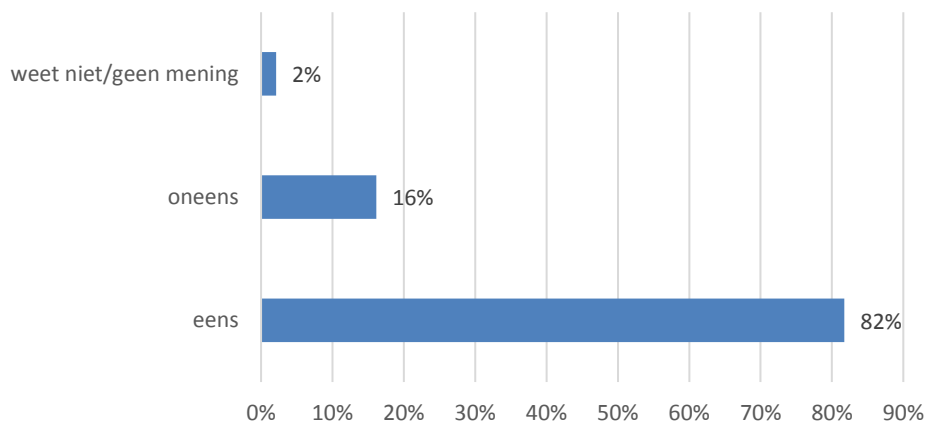
De werkdruk steeds hoger wordt

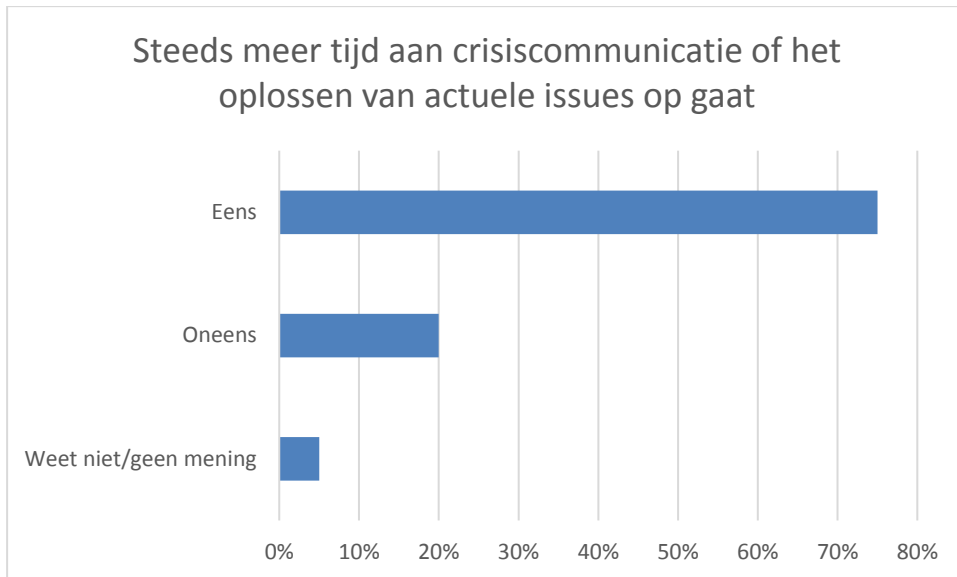


Hoe hoog ervaar je de werkdruk op een schaal van 1 (= zeer laag) tot 10 (= zeer hoog)?



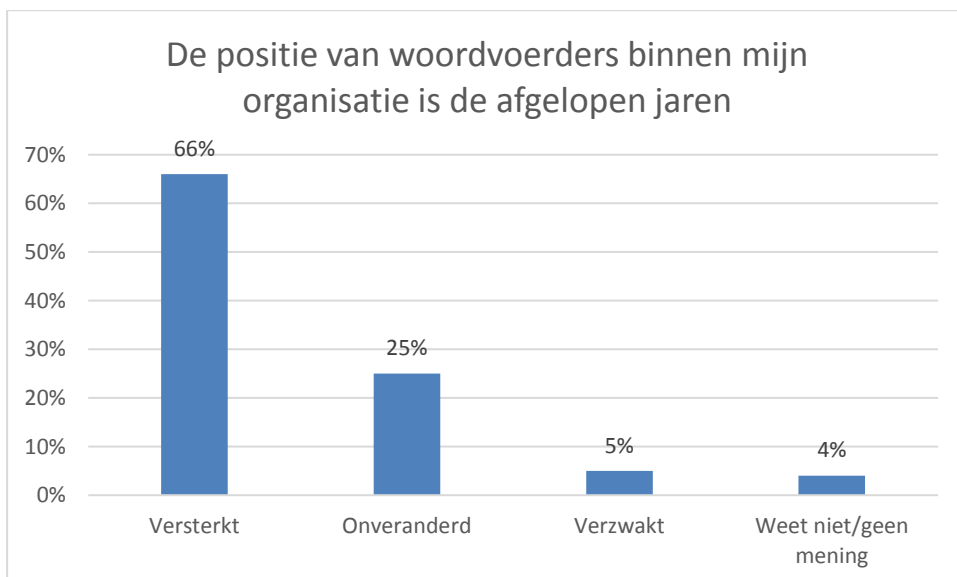
Geëist wordt dat je 24/7 bereikbaar en beschikbaar bent

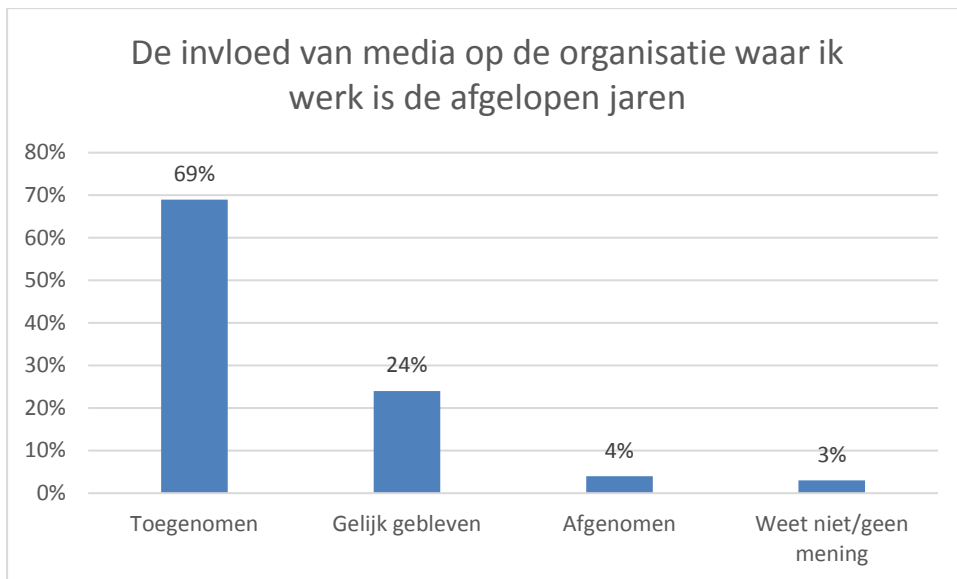




Werkdruk neemt volgens de meerderheid toe (57%) en wordt als hoog ervaren (gemiddeld een 7.2 op een schaal 1 – 10). Onder meer door waan van de dag (crisis en issues), de eis dat je 24/7 beschikbaar bent en de toegenomen invloed van media op de organisatie. Daardoor is de positie van de woordvoerder wel versterkt (volgens 66%).

8. Trends & veranderingen



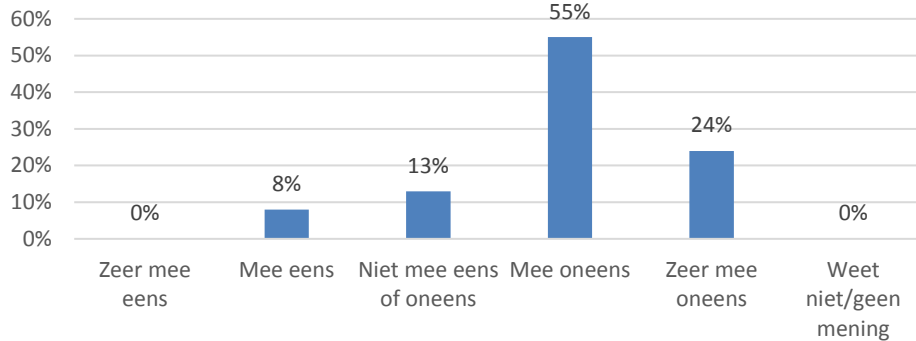


Organisaties onderkennen in toenemende mate de toegevoegde waarde van professionele woordvoering. Drie op de vijf respondenten zegt dat sprake is van een versterkte positie van de woordvoerder(s) binnen hun organisatie. Dit wordt waarschijnlijk (mede) gevoed door de toegenomen invloed van media die men ervaart op het functioneren van de organisatie.



De meerderheid van de respondenten vindt het werk als woordvoerder (veel) leuker geworden. Daarentegen vindt 11% het werk minder leuk geworden.

Door de opkomst van sociale media hebben voorlichters redactionele media niet meer nodig om een boodschap goed te kunnen communiceren

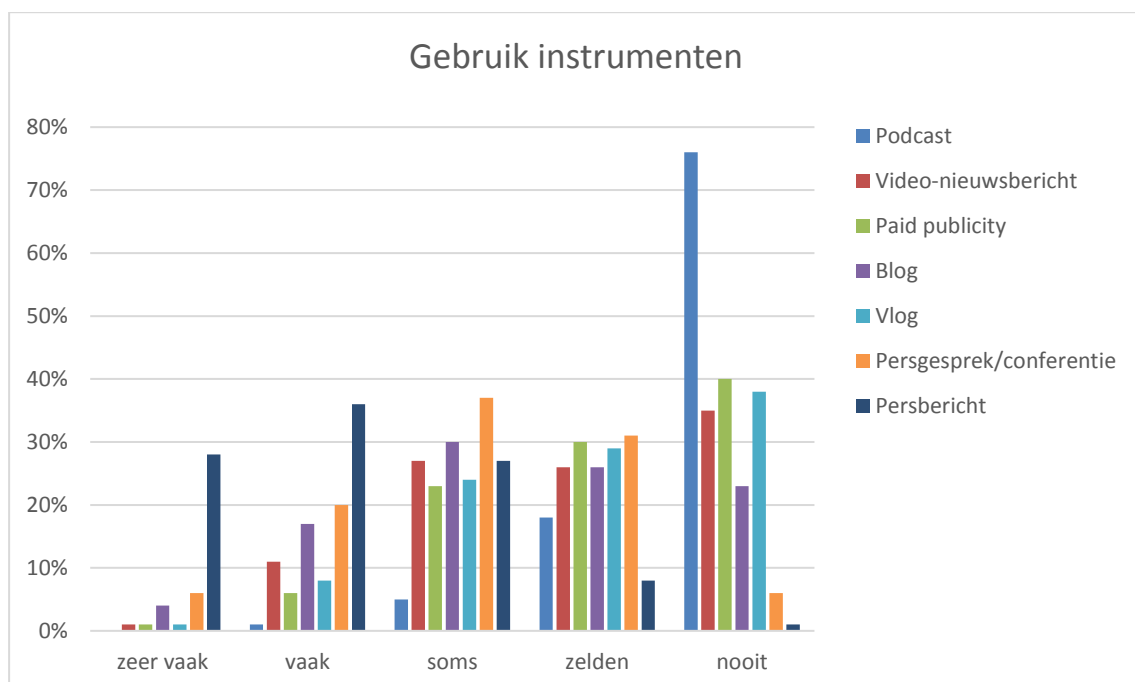


De opkomst van sociale media hebben mijn werk:

Moeilijker gemaakt	49%
Niet wezenlijk veranderd	21%
Makkelijker gemaakt	30%
Totaal	100%

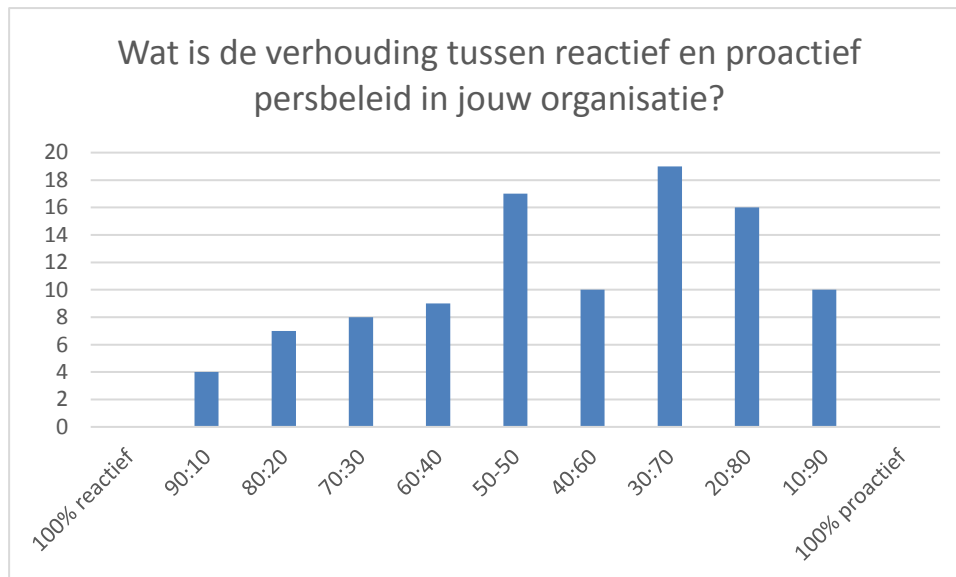
Bijna de helft van de woordvoerders vindt dat sociale media het werk moeilijker hebben gemaakt. Volgens 21% is er niet veel veranderd, terwijl 30% het werk er juist eenvoudiger op geworden vindt. En ondanks de opkomst van social en online media zijn redactionele media nog steeds onmisbaar volgens woordvoerders (79%).

9. Gebruik instrumenten



De instrumenten die respondenten voor hun werk zeggen te gebruiken, zijn nog vrij klassiek. Het persbericht blijft met afstand het meest gebruikte instrument, gevolgd door persgesprekken/ persconferenties. Er wordt wel gewerkt met blogs of een video-nieuwsbericht, zij het in veel mindere mate. Vlogs worden nog minder vaak gebruikt, de podcast heeft nog nauwelijks voet aan de grond in Nederland. Paid publicity wordt door woordvoerders maar soms in gezet (23%). 70% gebruikt dit zelden tot nooit. Slechts 7% maakt hier (zeer) veel gebruik van.

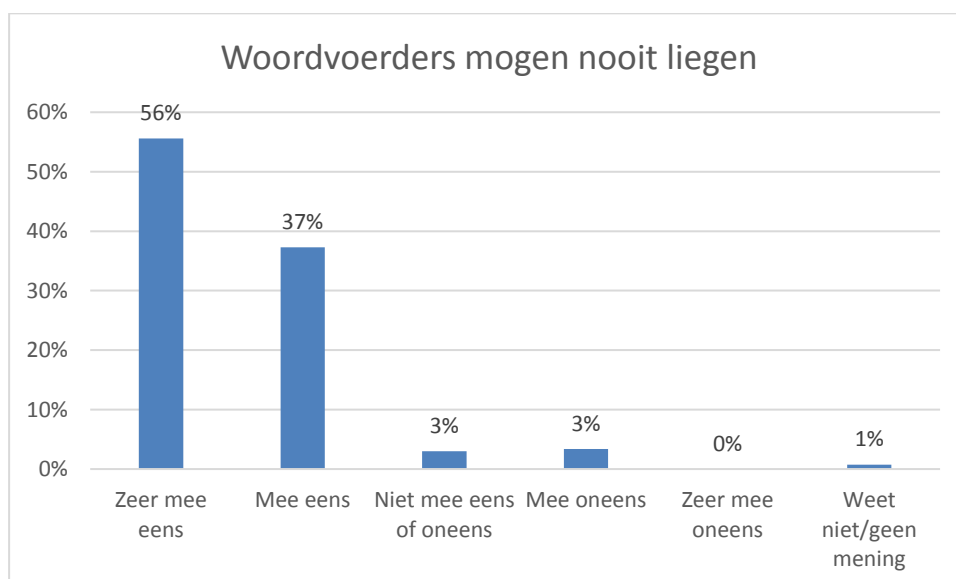
10. Pro-actief versus re-actief persbeleid



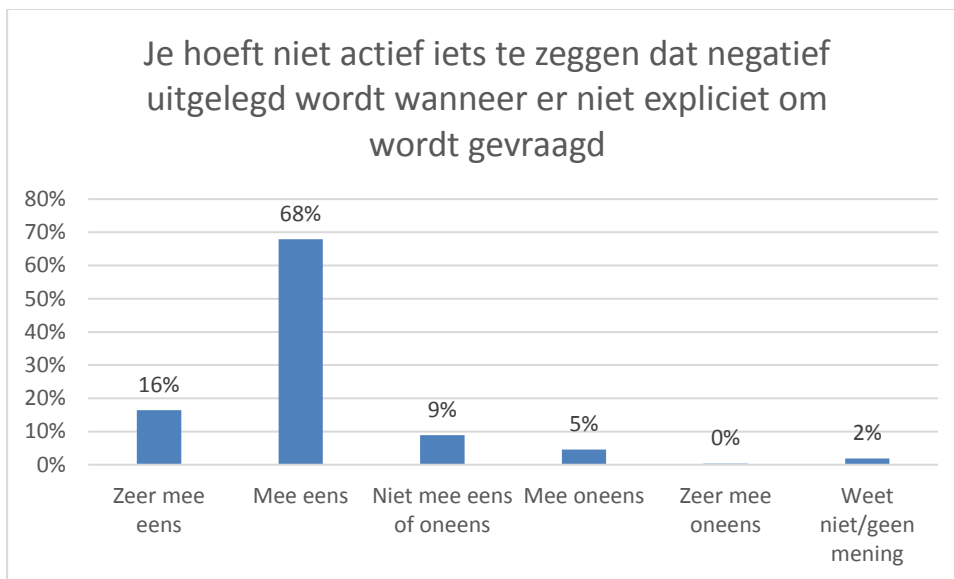
54% van de respondenten geeft aan een proactief persbeleid te voeren, bij 17% is dat 50/50 terwijl in 29% van de gevallen het persbeleid van organisaties vooral reactief is.

Opvallend is dat in de antwoorden op de in het onderzoek opgenomen open vraag ‘wat is de grootste uitdaging voor woordvoerders’, relatief vaak genoemd wordt dat het persbeleid proactiever zou mogen.

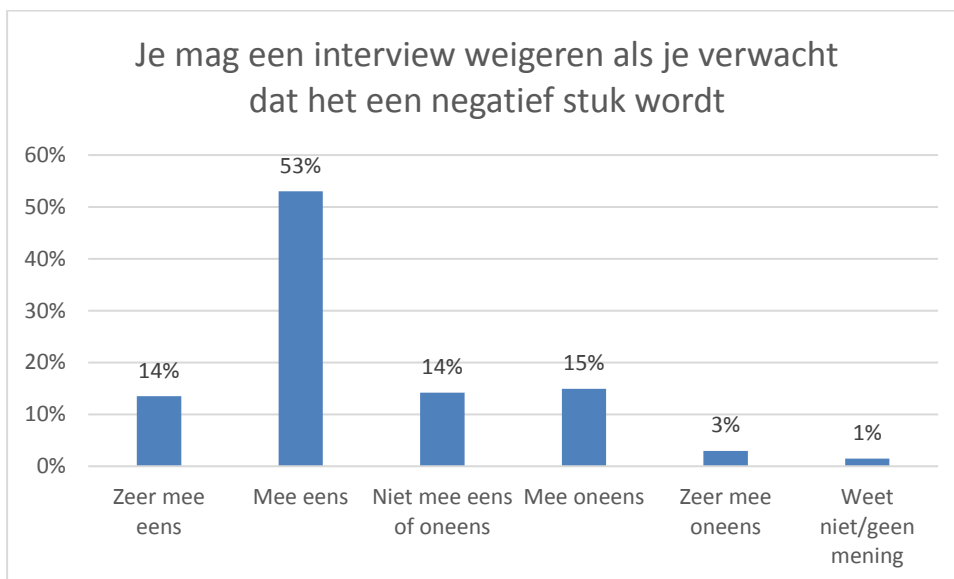
11. Dilemma's



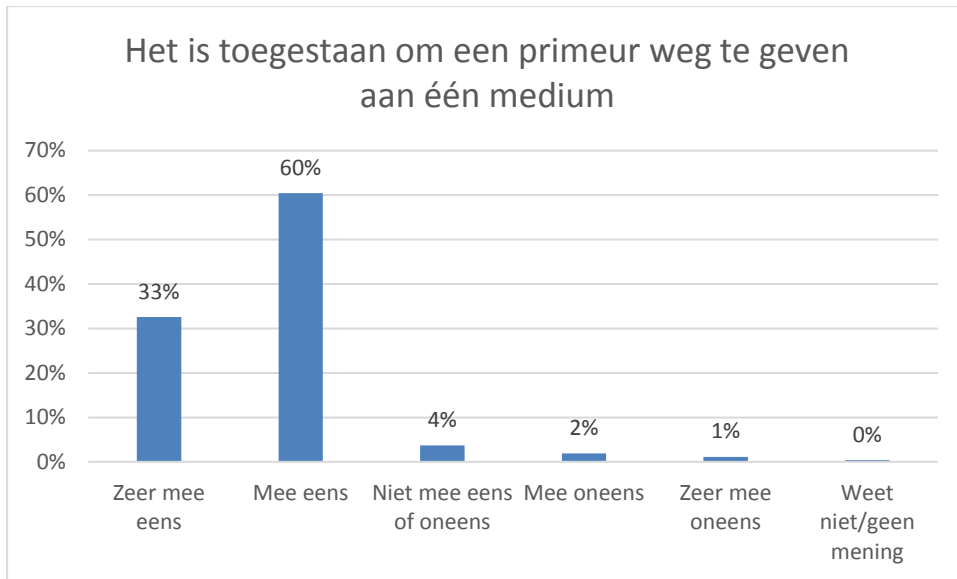
Nagenoeg alle respondenten vinden dat liegen voor woordvoerders uit den boze is.



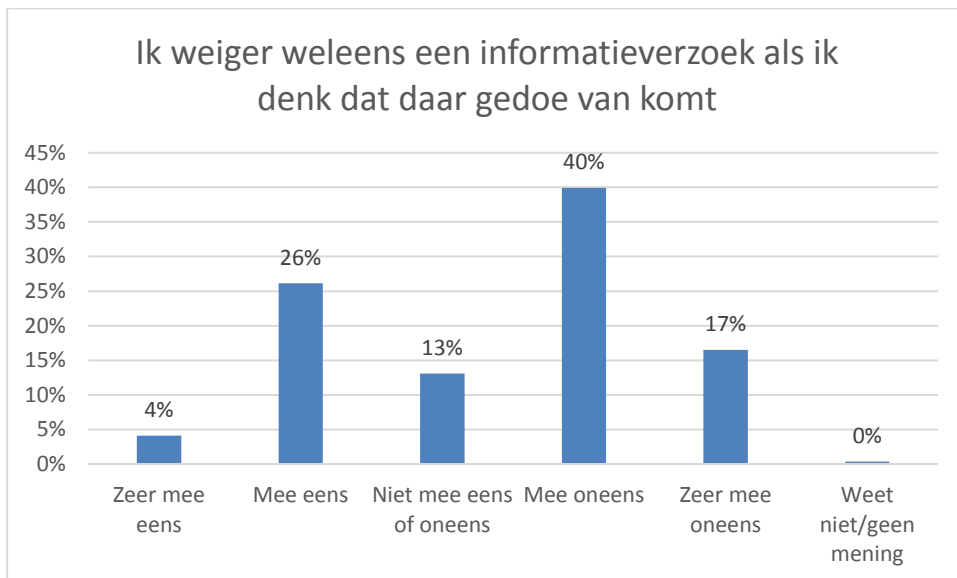
Slechts 5% van de respondenten vindt dat je – ook als er niet expliciet om wordt gevraagd - actief iets moet zeggen waarvan je weet dat het negatief uitgelegd zal worden. De meerderheid vindt dat je dat niet hoeft te vertellen.



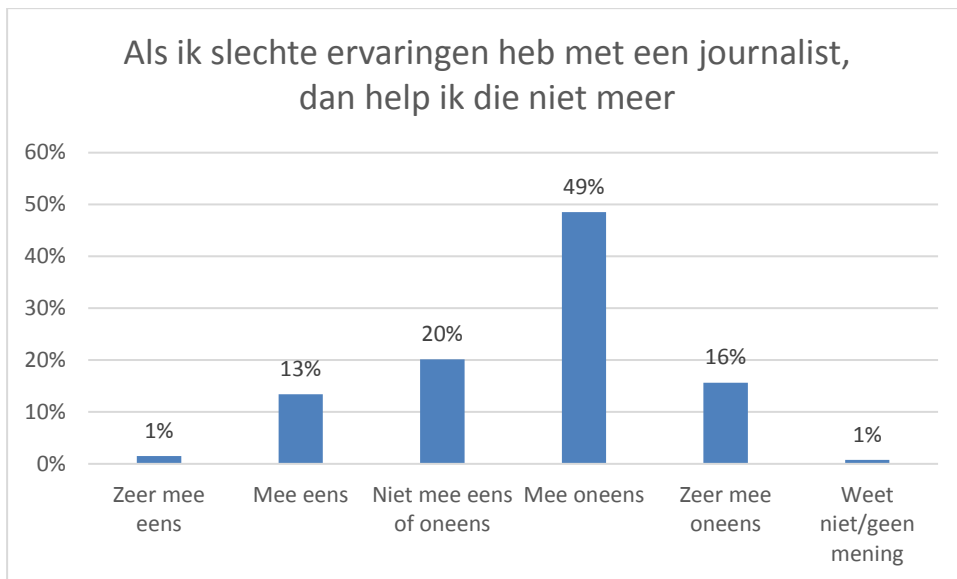
18% Vindt dat je een interview niet mag weigeren als je verwacht dat het leidt tot een negatief stuk. De meerderheid (67%) vindt dat in dat geval wel toegestaan.



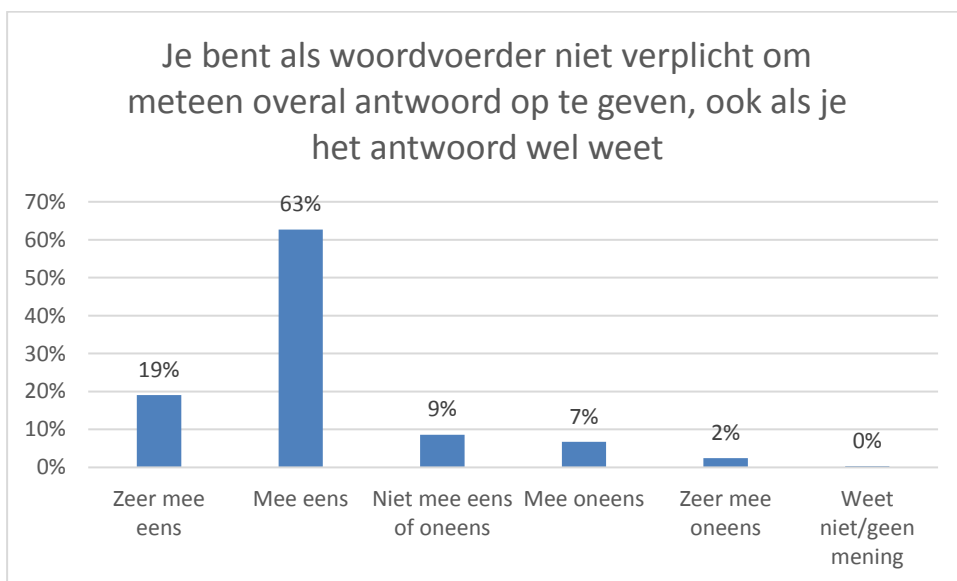
Bijna alle respondenten (93%) vinden het geoorloofd om een primeur aan één medium weg te geven.



30% Weigert weleens een informatieverzoek als men verwacht dat daar gedoe van komt. Voor de meerderheid (57%) is dat evenwel geen reden om zo'n verzoek te weigeren.

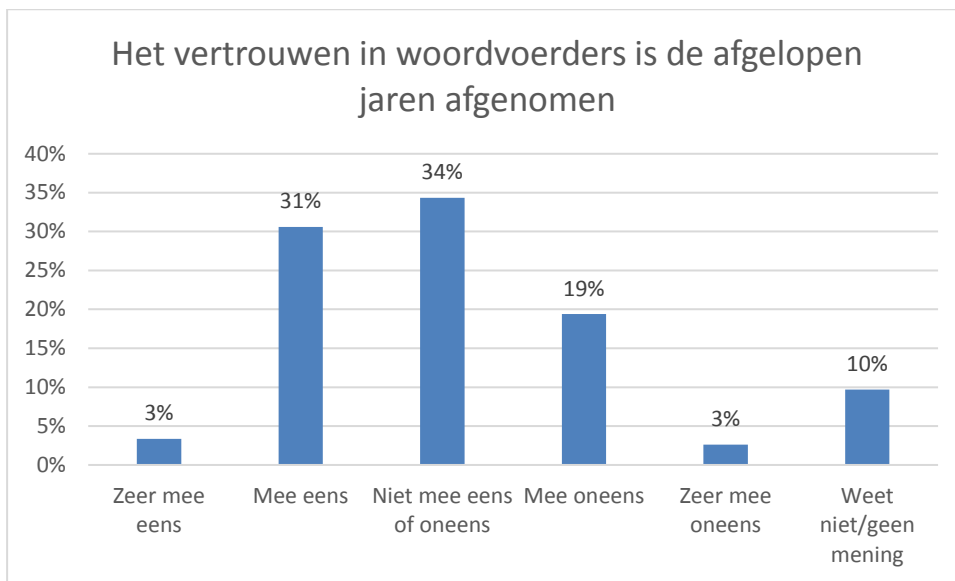


Voor de meeste respondenten zijn slechte (eerdere) ervaringen met een journalist geen reden om hem/haar een volgende keer niet te helpen. Voor een op de zeven respondenten (14%) is dit wél een reden om niet meer te helpen.

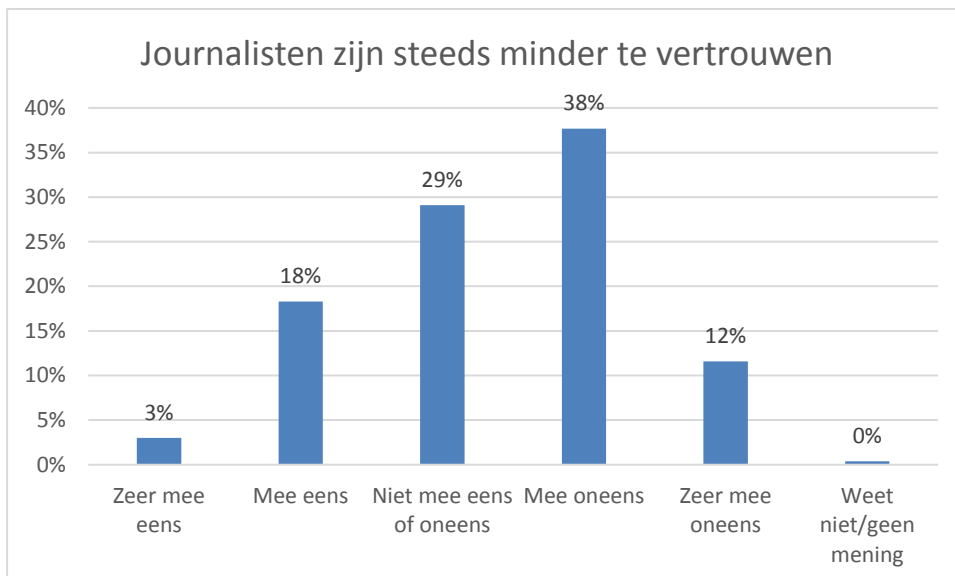


9% Vindt dat je als woordvoerder verplicht bent om meteen antwoord te geven als je het antwoord weet. De overgrote meerderheid (82%) vindt evenwel dat je daartoe niet altijd verplicht bent.

12. Vertrouwen & relatie met journalisten

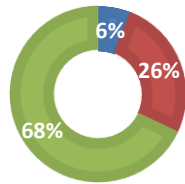


Opvallend is hoe men denkt over het vertrouwen dat anderen hebben in woordvoerders. Hoewel het oordeel gemêleerd is, is 34% van de ondervraagden het (zeer) eens met de stelling dat het vertrouwen in woordvoerders de afgelopen jaren afgenomen is. 22% is het hier (zeer) mee oneens, waarbij 44% van de ondervraagden neutraal is of geen mening heeft.



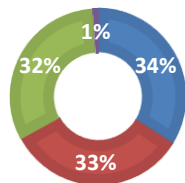
21% Van de respondenten vindt dat journalisten steeds minder te vertrouwen zijn. 50% Procent is het daar (zeer) mee oneens. 29% Geeft hier een neutraal antwoord op.

ZELF OPNAMEN MAKEN VAN EEN GESPREK/INTERVIEW



■ Ja heel vaak ■ Soms ■ Nooit

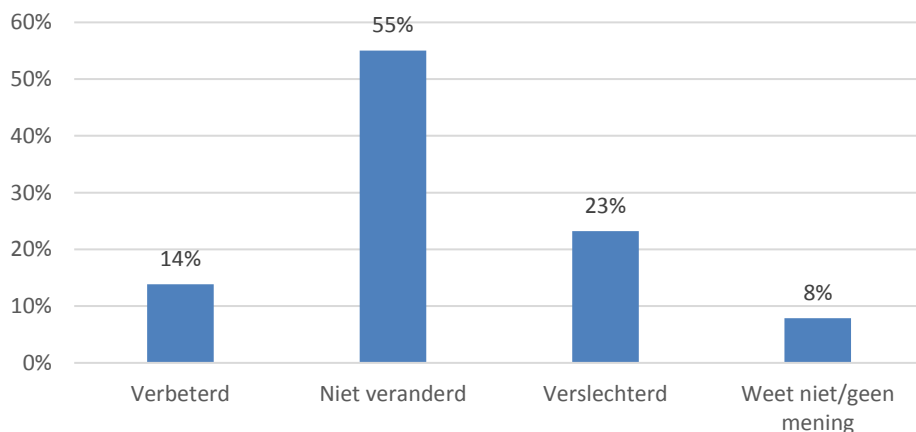
VOORAF VERZOEK TOT INZAGE TEKST VOOR AUTORISATIE?



■ Altijd ■ Meestal ■ Soms ■ Nooit

De meerderheid werkt op basis van vertrouwen en neemt zelf een interview of persgesprek niet op. Dat gebeurt soms in 26% van de gevallen en slechts 6% zegt dit vaak te doen. Daarentegen vraagt nagenoeg iedereen vooraf weleens om een interview of quote van te voren in te zien.

Is jouw contact met journalisten de laatste jaren veranderd?



De samenwerking met journalisten is voor de meesten niet veranderd (55%). 14% Geeft aan dat die is verbeterd, terwijl 23% juist een verslechtering ervaart. Die verslechterde verstandhouding loopt ongeveer gelijk met de ontwikkeling van het vertrouwen in journalisten.

Top 5 Ergernissen van woordvoerders over journalisten

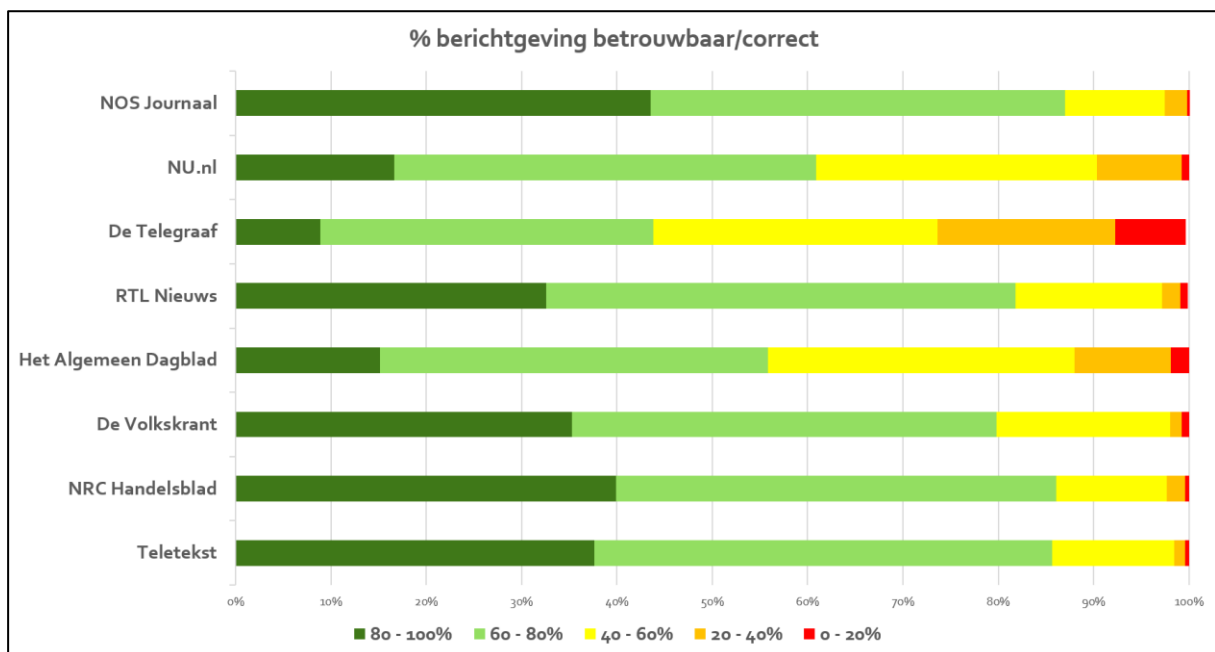
Gevraagd naar hun grootste ergernis over journalisten (open vraag), komt uit de antwoorden de volgende 'top 5 ergernissen' naar voren:

1. Slecht voorbereid/niet ter zake kundig
2. Vooringenomenheid
3. Geen nuance/eenzijdige berichtgeving/context weglaten
4. Geen hoor/wederhoor of factchecking
5. Onzorgvuldigheid

Enkele markante uitspraken daarbij:

- 'Er worden geen vragen meer gesteld. Steeds vaker worden stellingen geponeerd en dan mag je daarop reageren'
- 'Journalisten die een programma of artikel over jouw organisatie geheel researchen zonder in de 'hoor'-fase iets te vragen, waardoor je alleen nog in het kader van wederhoor op een eenzijdig getoonzet verhaal mag reageren'
- 'Grootste ergernis blijft toch wel als een journalist je antwoord zodanig inkort of parafraseert dat het niet meer volledig is of zelfs onjuist. En dat je vervolgens je handen vol hebt aan de reacties die dat weer oplevert'
- 'Onjuiste bewerking als nieuws brengen en in de laatste alinea de organisatie citeren dat het onjuist is in plaats van hele berichtgeving nuanceren of weglaten'
- 'Ik ben zelf journalist geweest. Ik erger me soms meer aan het onbegrip binnen de organisatie voor de werkwijze en belangen van een journalist'

13. De belangrijkste media & betrouwbaarheid/correctheid in berichtgeving.



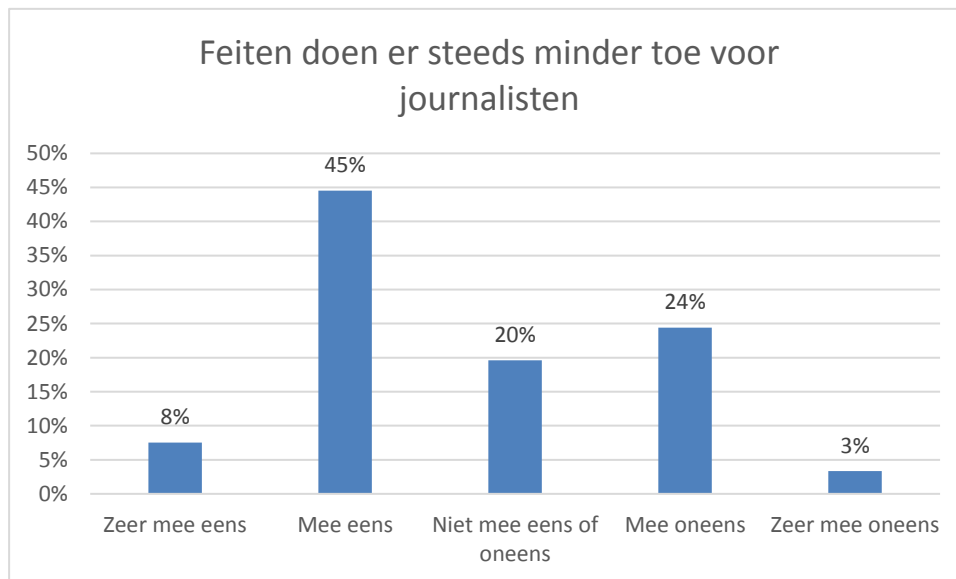
De top-drie belangrijkste media in Nederland zijn volgens de respondenten:

- 1^e plaats: NOS-Nieuws
- 2^e plaats: NU.nl
- 3^e plaats: De Telegraaf

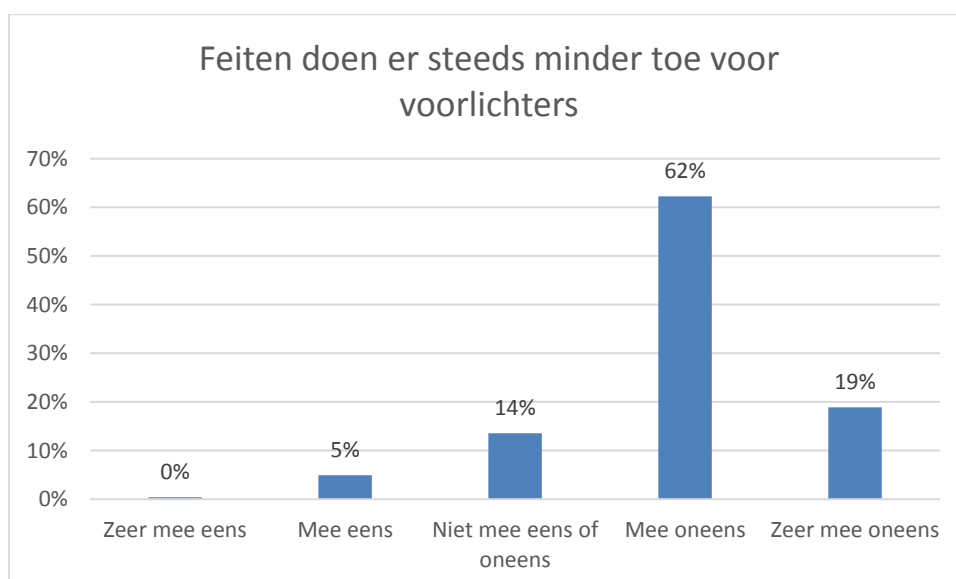
Gevraagd naar de inschatting van de betrouwbaarheid van de acht grootste redactionele media in Nederland, geven respondenten aan dat naar hun oordeel zo'n 29% van alle berichtgeving betrouwbaar/correct is en zo'n 43% grotendeels. 8% Van de berichtgeving acht men grotendeels of geheel onbetrouwbaar of incorrect.

Het NOS-journaal wordt niet alleen het belangrijkste medium van Nederland gevonden, maar ook het betrouwbaarst. Opmerkelijk is het oordeel van respondenten dat de betrouwbaarheid/correctheid van de berichtgeving van het tweede (NU.nl) en derde belangrijkste medium (de Telegraaf) achterblijft.

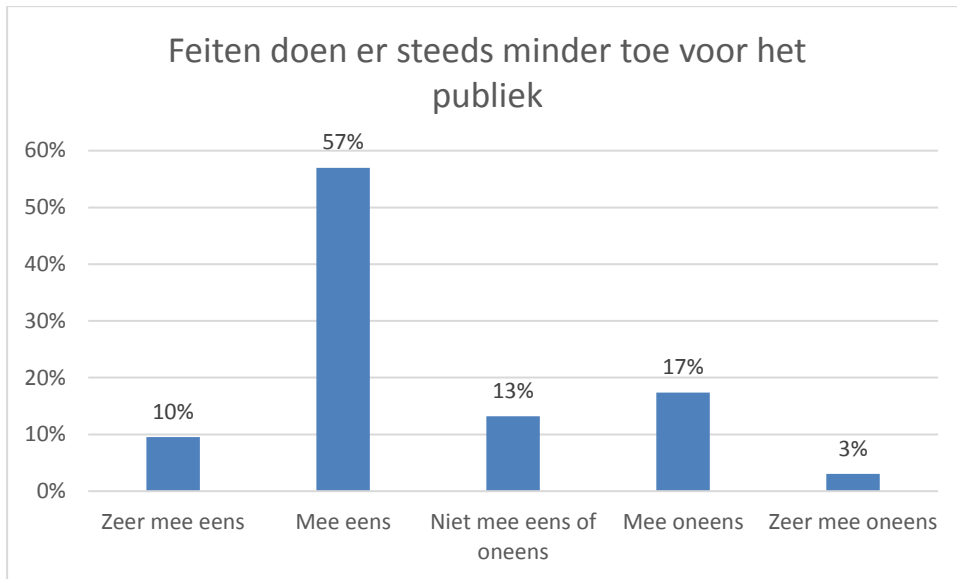
14. Over nepnieuws



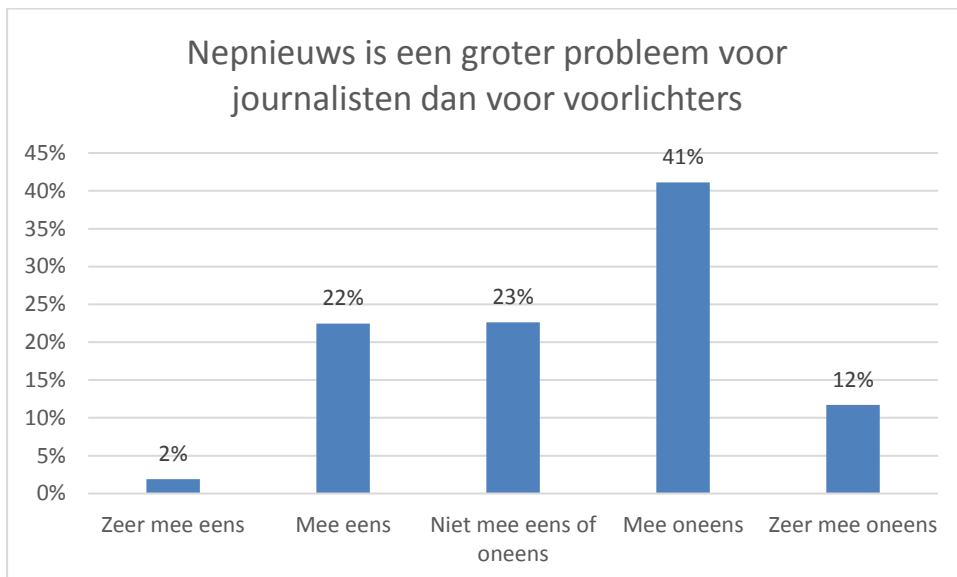
Iets meer dan een kwart van de respondenten (27%) is het niet eens met de stelling dat feiten er voor journalisten er steeds minder toe doen. De meerderheid vindt dat dit wel het geval is.



De overgrote meerderheid is het niet eens met deze stelling (81%). Feiten blijven voor het functioneren essentieel.



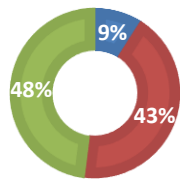
De meerderheid (67%) van de respondenten is van oordeel dat feiten er voor het publiek steeds minder toe doen. Een op de vijf denkt dat dat niet zo is.



Zo'n kwart van de respondenten is van oordeel dat nepnieuws een groter probleem is voor journalisten dan voor voorlichters. De meerderheid (53%) daarentegen ervaart nepnieuws als een groter probleem voor henzelf dan voor journalisten

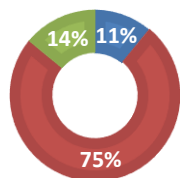
Voor het publiek (67%) en journalisten (53%) doen feiten er volgens respondenten steeds minder toe. Voor zichzelf zien ze dat anders: 81% is het (zeer) oneens met de stelling dat feiten er voor hen minder toe zouden doen.

KOMT NEPNIEUWS VOOR IN NEDERLAND?



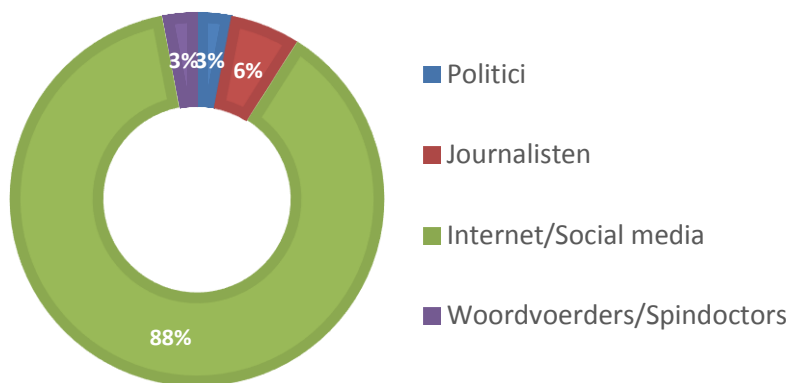
■ Vaak ■ Geregeld ■ Soms ■ Nooit

NEPNIEUWS: HYPE OF BLIJVEND PROBLEEM?



■ Hype ■ Blijvend probleem ■ Weet niet

DOOR WIE WORDT NEPNIEUWS VOORAL VEROORZAAKT?



Nepnieuws is geen hype volgens woordvoerders (75%). En ook in Nederland hebben we er veel mee te maken. Volgens 52% komt het geregeld of zelfs vaak voor. De oorzaak van onbetrouwbare berichtgeving wordt voor 88% toegewezen aan internet en sociale media; veel meer dan journalisten (6%), politici of woordvoerders/spindoctors (beiden 3%).

15. Uitdagingen voor woordvoerders

Gevraagd naar wat op dit moment de belangrijkste uitdaging is voor het vak van woordvoerder (open vraag), blijken de grootste uitdagingen:

1. Invloed en inzet van social media
2. Balans snelheid en zorgvuldigheid
3. Pro-actief persbeleid
4. Dealen met nepnieuws en tendentieuze berichtgeving
5. Managers en medewerkers bekwamen in woordvoering

Enkele 'spreekende' antwoorden van respondenten:

- 'Prioriteiten stellen: Echt nieuws van nepnieuws onderscheiden'
- 'Voortrekkersrol nemen in het creëren van nieuwe inspirerende en authentieke content, om op innovatieve wijze nieuws en je boodschap te verspreiden'
- 'Omgaan met toenemende druk van individuele meningen en een toenemend wantrouwen tegenover bedrijven/instanties/overheid/specialisten'
- 'Woordvoerder is niet meer nodig: hoogst verantwoordelijke moet zelf het woord voeren en wij moeten voorbereiden en ondersteunen etc.'
- 'Geaccepteerd worden als advocaat van de duivel'
- 'Het klassieke woordvoerderschap te verbinden met de moderne visie van communicatie die veel meer uitgaat van het bouwen aan partnerschappen, waarbij het zenden een minder voor de hand liggende werkvorm is, en je bestuurder daarin meenemen'
- '24/7 op de hoogte zijn van wat de impact is van je organisatie en wat de impact van je woordvoerderslijn is op de diverse doelgroepen