

# praktijkcongres succesvol persbeleid

8 oktober 2019 - Spant | Bussum



**8 oktober**  
**Praktijkcongres**  
Verantwoordelijkheid nemen

**9 oktober**  
**Masterclass**  
Online Newsroom 2.0

**21 november**  
**Masterclass**  
Issuemanagement

**Kleur  
bekennen:**  
Jeroen van der Veer  
en Wim van der Meeren

Communicatie  
over terreur:  
**Gemeente  
Utrecht**

## Verantwoordelijkheid nemen



uw dagvoorzitter  
**Rick Nieman**

### MET MEDEWERKING VAN:

Shell, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Nieuwsuur, Jeroen van der Veer, Milieudefensie, NRC Handelsblad, Perdiep Ramesar, Gemeente Utrecht, Publistat, AD, Marc Oosterhout, VMBO Maastricht, de Volkskrant, Wim van der Meeren, NOS Nieuws, Eneco, Charles Huijskens, Rijksvoorlichtingsdienst, Google



# Praktijk

## 25 Jaar Succesvol Persbeleid

09.30 \* Charles Huijskens



Het Praktijkcongres Succesvol Persbeleid beleeft haar 25e editie. Charles Huijskens, een van de bekendste crisiscommunicatie-experts van ons land, was er vanaf het begin bij. In zijn column schetst hij de belangrijkste ontwikkelingen van het vak in de afgelopen 25 jaar en haalt hij de meest spraakmakende cases naar voren.

## Hoe zichtbaar is de bestuurder?

09.45 \* Jeroen Scholten | Publistat

Welke bestuurder is het meest zichtbaar in traditionele en op social media? Wie uit zich het meest over maatschappelijke issues? Publistat deed onderzoek. De belangrijkste resultaten besproken.

## Verantwoordelijkheid nemen

Meer dan ooit liggen organisaties en hun bestuurders onder het vergrootglas. Bij de media maar ook bij burgers en andere stakeholders. Je moet als organisatie duidelijk maken waarvoor je staat, hoe je je wilt gedragen, wat je vindt van maatschappelijke issues... en verantwoordelijkheid nemen als het onverhoopt misgaat. Maar hoe doe je dat op een goede manier? En vooral ook: hoe communiceer je hierover? Dat is de insteek van het 25<sup>e</sup> Praktijkcongres Succesvol Persbeleid.

Tijdens het Jaarcongres 2019 kijken we o.m. naar hoe topbestuurders: Jeroen van der Veer (ex-Shell) en Wim van der Meeren (ex-CZ) kleur bekennen in hun media-optredens, hoe je als communicatie-professional je management hierbij succesvol adviseert en hoe je stakeholders kunt betrekken door dilemma's te delen ('het nieuwe woordvoeren'). We bespreken hoe je je boodschap beter laat landen in deze tijd van vluchtigheid en 'peer' beïnvloeding. Verder is er natuurlijk (Praktijkcongres) volop aandacht voor praktijk-ervaringen en cases. Kortom: genoeg redenen om op dinsdag 8 oktober aan te schuiven bij dagvoorzitter **Rick Nieman**.



Foto: Tom Cornelissen



## Optreden bestuurder onder de loep

DISCUSSIE

10.40 \* Lodewijk Hekking | ministerie van Justitie en Veiligheid  
\* Frank van Hoorn | Shell  
\* Siebe Sijtsma | Nieuwsuur  
\* Daan van Lent | NRC Handelsblad

Onderzoek wijst uit dat het publieke vertrouwen in bestuurders in Nederland laag is. Alle reden derhalve om als topman/topvrouw meer en duidelijker naar voren te treden. Hoe adviseer je hen hierbij? Welke optredens/interviews wel en welke niet? Hoe ga je om met (media)

training? Welke eigen media (podcasts, video's etc.) zet je in ter profilering? En: hoe staan journalisten tegenover het optreden van bestuurders? Hoe gaan ze het gesprek in? Wat gebeurt er als het moeizaam verloopt en wat betekent dat voor hun berichtgeving?

# Perscongres

DINSDAG  
8 oktober

Verantwoordelijkheid  
nemen

## Kleur BEKENNEN

09.55 \* Jeroen van der Veer | ex-CEO Shell  
\* Wim van der Meeren | tot mei '19  
Bestuursvoorzitter CZ

2 TOPBESTUURDERS



In de transparante wereld van vandaag is het onmogelijk neutraal te blijven. Je moet als organisatie en bestuurder duidelijk maken waarvoor je staat, wat je vindt van maatschappelijke en politieke issues. Rick Nieman interviewt twee topbestuurders over hun (media-)ervaringen. Eerst Jeroen van der Veer, vele jaren CEO bij Shell, daarna o.m. President Commissaris bij ING en momenteel o.m. President Commissaris bij Philips en Boskalis.

Werd 'Groene Jeroen' genoemd omdat hij duurzaamheid in de jaren negentig al hoog in het vaandel voerde. Daarna gaat Rick in gesprek met Wim van der Meeren, tot mei van dit jaar bestuursvoorzitter van Zorgverzekerings CZ en uitgeroepen tot 'meest invloedrijke beslisser in de zorg van de afgelopen tien jaar'. Rick Nieman in gesprek met twee topbestuurders met een 'track-record' als het gaat om het beïnvloeden van het publieke debat.

## Het Nieuwe Woordvoeren: Delen van dilemma's

12.15 \* Guido Rijnja |  
Rijksvoorlichtingsdienst



De roep om transparantie is groot. Burgers, belangengroepen, media en andere stakeholders eisen verregaande openheid van organisaties. Ook van de overheid. Ze willen weten waarom beslissingen worden genomen en welke afwegingen daarbij worden gemaakt. En dan vanzelfsprekend in een vroegstadium stadium. Vandaar dat ministeries meer en meer opereren vanuit het 'dilemmalogica' concept: communiceer

over de spanningen rond problemen en de oplossing daarvan. Waarom vindt de Rijksoverheid dit belangrijk? Hoe krijg je hiermee de silent majority in beweging en versterk je de dialoog over maatschappelijke opgaven? Waarom past juist deze aanpak goed bij de huidige media-reality waarbij emoties vaak belangrijker zijn dan feiten? Guido Rijnja licht toe, natuurlijk geïllustreerd met voorbeelden uit de overheidspraktijk.

08.30 Registratie en koffie

09.25 Opening door de dagvoorzitter

\* Rick Nieman | TV-Journalist

09.30 25 Jaar Succesvol Persbeleid

\* Charles Huijskens | Directeur Huijskens Communications

09.45 Onderzoek: Hoe zichtbaar is de bestuurder?

\* Jeroen Scholten | Directeur Publistat

09.55 Kleur bekenen

\* Jeroen van der Veer | ex-CEO Shell  
\* Wim van der Meeren | tot mei '19  
Bestuursvoorzitter CZ

10.40 Discussie: Optreden bestuurder onder de loep

\* Lodewijk Hekking | Woordvoerder Ministerie van Justitie en Veiligheid  
\* Frank van Hoorn | Head Media Relations Shell  
\* Siebe Sietsma | Reporter Nieuwsuur  
\* Daan van Lent | Chef Economie NRC Handelsblad

11.15 Ochtendpauze

11.45 3X à la TEDx

1. Een verhaal dat 'pakt'  
\* Marc Oosterhout | Directeur N=5  
2. Hoe klikgedrag het nieuws beïnvloedt  
\* Jaap van Zessen | Chef Digitaal AD.nl  
3. Klimaatmars: voorbeeld van 'peer'-beïnvloeding  
\* Donald Pols | Directeur Milieudefensie

12.15 Het Nieuwe Woordvoeren: Delen van dilemma's

\* Guido Rijnja | Adviseur Communicatiebeleid Rijksvoorlichtingsdienst

12.45 Lunch

13.45 Case Google: With power comes responsibility (and scrutiny)

\* Cindy Penders | Communicatiemanager Google Benelux

14.15 Case Perdiep Ramesar: Van journalist via zondetok naar eigen baas

\* Perdiep Ramesar | Eigenaar Perdiep.nl Communicatietraining & Coaching

14.45 Cases 'Onder Vuur'

\* Paul 't Lam | Woordvoerder VMBO Maastricht, Zelfstandig Communicatieadviseur  
\* Edwin van de Haar | Woordvoerder Eneco  
\* Rik Kuiper | Binnenlandverslaggever de Volkskrant  
\* Henrik-Willem Hof | Verslaggever NOS Nieuws

15.20 Middagpauze

15.40 Case Gemeente Utrecht: Alle hens aan dek bij terreuraanslag

\* Hanneke de Korte | Directeur Marketing en Communicatie Gemeente Utrecht  
\* Sjoukje Volten | Woordvoerder Gemeente Utrecht

16.15 Case van het moment

17.00 Borrel

#Perscongres



## CASE

### Van journalist via zondebok naar eigen baas



14.15 \* Perdiep Ramesar

De ene dag ben je een gevierde journalist, de andere dag ben je gefaald. Dat overkwam Perdiep Ramesar van dagblad Trouw toen hij de journalistieke codes niet naar behoren had gevolgd. Nu 4 jaar later vertelt hij zijn verhaal. Hoe het is – nadat je van je voetstuk valt en de media met jouw verhaal er vandoor gaan (en je dat begrijpt, want je deed het zelf eerder ook) – om weer de weg naar boven te vinden en zelf de regie terug te pakken. Wat zijn de wijze lessen die Perdiep heeft geleerd en hoe kom je langzamerhand weer terug? Een persoonlijk verslag.

11.45

## 3x 'à la TEDx'

### 1 EEN VERHAAL DAT 'PAKT'



Met feiten alleen, kom je er niet meer als woordvoerder. Je moet een verhaal brengen dat raakt, duidelijk maakt waarom je iets doet en waarom dat belangrijk is. Hoe maak je zo'n verhaal? **Marc Oosterhout**, merkstrateeg en auteur van 'De Kunst van het Kiezen' (over politieke campagnes), neemt je mee.

### 2 HOE KLIKGEDRAG HET NIEUWS BEÏNVLOEDT



Veel journalisten en persvoorlichters zijn erg gefocust op Twitter wanneer ze willen zien waarover gediscussieerd wordt. Maar Facebook en Instagram spelen een veel belangrijkere rol in nieuwsselectie en -berichtgeving. **Jaap van Zessen**, Chef Digitaal van AD.nl laat zien hoe dat werkt.

### 3 'PEER-BEÏNVLOEDING': DE KLIMAATMARS ALS VOORBEELD



De recente klimaatmars in Amsterdam was met 40.000 bezoekers de grootste klimaatdemonstratie in Nederland ooit. Via social media en een uitgekende big-organizing strategie verspreidde het evenement zich als een inktvlek. Hoe zet je zo'n actie op? Wat betekent het voor de structuur van je organisatie? Hoe kun je 'peer'-beïnvloeding aanwakkeren en lokale netwerken activeren? En hoe betrek je daar dan de reguliere media bij? **Donald Pols**, directeur Milieudefensie, licht toe.



13.45 \* Cindy Penders |  
Google Benelux

## With power comes responsibility (and scrutiny)

CASE Google

Privacy, EU-onderzoek.... Google ligt onder een vergrootglas en wordt door de media kritisch gevolgd. Tegelijkertijd is Google nog steeds een van de meest populaire werkgevers en scoort het hoog in alle merkonderzoeken. Hoe ga je daarmee om? Waarvoor en hoe neem je verantwoordelijkheid?

Welke invloed heeft de cultuur op de wijze van communiceren en het persbeleid? En hoe werkt dat in een groot internationaal bedrijf? Cindy Penders, Communicatiemanager Google Benelux legt uit, deelt haar learnings en reageert op wat journalisten vinden van het persbeleid van Google.

# ktijkcongres

## Alle hens aan dek bij terreuraanslag



15.40 \* Hanneke de Korte | Gemeente Utrecht  
\* Sjoukje Volten | Gemeente Utrecht

CASE GEMEENTE UTRECHT

En dan ineens is het zover: 18 maart. Ook Nederland wordt getroffen door een terroristische aanslag. Terwijl de schok groot is, communiceren Politie, gemeente, Openbaar Ministerie en NCTV open over wat ze op dat moment weten, met als middelpunt Burgemeester van Utrecht: Jan van Zanen. Directeur Marketing en Communicatie Hanneke de Korte en Woordvoerder Sjoukje Volten waren nauw betrokken en doen verslag. Wat was hun taak? Hoe begeleidden zij de burgemeester bij zijn media-optredens? Wat liep wel en wat niet volgens draaiboek? Wat vonden zij van de berichtgeving: in de reguliere media en op social media (want ineens telt ons land 17 miljoen crisiscommunicatie-experts)?



Foto: ANP



Schrijf je in vóór 20 juli en ontvang **GRATIS** het boek 'Issuedenken: echte bazen maken impact' van Mayke en Sybrig van Keep

## 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 2019 bezighoudt.

## Onder VUUR



14.45 \* Paul 't Lam | VMBO Maastricht  
\* Edwin van de Haar | Eneco  
\* Rik Kuiper | de Volkskrant  
\* Henrik-Willem Hofs | NOS Nieuws

Twee organisaties onder vuur: allereerst **VMBO Maastricht** dat maandenlang in het nieuws was vanwege het examendebacle. Paul 't Lam was woordvoerder en geeft inzicht in zijn persstrategie. En dan **Eneco** dat te maken heeft met steeds meer maatschappelijke weerstand tegen windmolens, tot aan windmolenterrorisme toe. Hoe ga je om met kritische burgers en hoe verwoord je dat in de media? Edwin van de Haar van Eneco legt uit. Vanuit het principe hoor en wederhoor geven journalisten Rik Kuiper (de Volkskrant) en Henrik-Willem Hofs (NOS Nieuws) hun mening over het gevoerde persbeleid van deze twee organisaties.



# WOENSDAG 9 oktober Masterclass

08.30 Registratie en koffie

09.00 Kennismaking & introductie

09.30 EC=MC: Every company is a media company

- \* Invloed van tech op medialandschap
- \* De newsroom binnen het krachtenveld van owned-, earned-, paid-, en borrowed media
- \* Meest voorkomende newsroom typologieën
- \* Laatste newsroom trends en toekomstvisie (influencers, SEO & Distributie)

10.30 Ochtendpauze

10.45 Van relatie naar reputatie

- \* Newsroom in de praktijk met vb van Albert Heijn en KraftHeinz
- \* Interactie database, newsroom en logboek
- \* Content is King
- \* Accountability: wat kun je meten in je newsroom?

12.30 Lunch

13.30 De ideale newsroom

- \* In groepsverband werken aan ideale newsroom: van doelen, strategie en organisatie tot implementatie en meetbaarheid

14.30 Terugkoppeling naar andere teams

15.00 Middagpauze

15.15 De crisis newsroom: real time engagement

- \* Pre-crisis, crisis en postcrisis met voorbeelden van KLM, California State University San Marcos en St. Johns Ambulance

16.30 Vragen, tops en flops

17.00 Borrel

## ONLINE NEWSROOM 2.0

### Benut de laatste inzichten en technologische mogelijkheden!

De 'newsroom' op de website van een organisatie is steeds vaker het conversatieplatform richting haar stakeholders. En ook journalisten maken er meer en meer gebruik van, zoals o.m. duidelijk naar voren komt uit de resultaten van Het Grote Journalistenonderzoek 2018\*). Alle reden dus om ervoor te zorgen dat je newsroom technologisch up-to-date is en ingericht volgens de laatste inzichten. Hoe ziet die Online Newsroom 2.0 eruit? En hoe benut je deze optimaal in je relatie met journalisten en andere stakeholders?

Op deze en andere vragen krijg je antwoord tijdens de Masterclass Newsroom 2.0. Bart Verhulst (oprichter van PressPage) en Menno van der Vlist (tot voor kort Manager Externe Communicatie bij Albert Heijn) laten je zien hoe je meer resultaat kunt halen uit je newsroom; wat goede content is, hoe je deze het beste kunt distribueren en hoe je de newsroom accountable maakt. Natuurlijk gelardeerd met praktijkvoorbeelden uit binnen- en buitenland.

\*) zie [www.corner-stone.nl](http://www.corner-stone.nl)

's Middags werk je in groepsverband aan de opzet van een 'ideale' newsroom en krijg je aan de hand van praktijkvoorbeelden inzicht in hoe je een 'crisis newsroom' kunt inzetten vóór, tijdens en na een crisis.

Wil je meer resultaat uit je newsroom halen, door kennis en toepassing van de laatste inzichten en technologieën, dan is deze Masterclass beslist een waardevolle investering.

# DONDERDAG 21 november Masterclass

09.00 Issuemanagement als leidraad

- \* Inside-in en inside-out
- \* Belang van maatschappelijke waarde groeit
- \* Burgerinitiatieven, one-issue organisaties, etc.

10.00 Een issue: wat nu?

- \* Van incident naar issue en crisis
- \* Belang van het juiste frame
- \* Welke actie neem je op korte en lange termijn?
- \* Praktijkvoorbeelden
- \* Case-uitwerking in groepsverband

11.00 Ochtendpauze

11.15 Bepaling van de strategie

- \* Prioriteiten en scenario's
- \* Aandacht voor omgeving, beleid en communicatie
- \* Strategieën en tactieken

12.30 Lunch

13.30 Presentatie Cases

14.30 Agendering van issues

- \* Het zelf pushen van issues
- \* Praktijkvoorbeelden
- \* Case-uitwerking in groepsverband

15.10 Middagpauze

15.15 Vervolg case-uitwerking in groepsverband en presentatie

16.30 Do's & don'ts, vragen

17.00 Borrel

## Issue-management

### Issues die je reputatie maken of kraken

Organisaties worden steeds meer aangesproken op hun maatschappelijke impact: wat is de waarde van de organisatie voor maatschappij, mens en milieu? Hoe gaat de organisatie om met maatschappelijke issues? Issues, variërend van plofkip tot plastic soep, van ouderenzorg tot vluchtelingenproblematiek, van klimaat tot inclusie: elke burger heeft er wel een mening over en verwacht dat ook van organisaties. Maar veel organisaties weten eigenlijk niet goed wat ze moeten doen met die issues waar andere partijen in de samenleving aan duwen en trekken.

Mayke en Sybrig van Keep – oprichters van De Issuemakers en in Nederland toonaangevend op dit vakgebied – laten je tijdens de eendaagse Masterclass zien hoe je issuemanagement binnen je eigen organisatie kunt vormgeven. Met veel aandacht voor strategie en tactiek en gelardeerd met praktijkvoorbeelden. In groepsverband werk je vervolgens aan een case hoe je een issue

goed op de agenda krijgt én hoe je het beste kunt handelen wanneer een issue je reputatie bedreigt.

Wanneer je meer strategisch wilt omgaan met issuemanagement, gebruik wilt maken van de kansen, maar ook een crisis wilt voorkomen, is deelname aan deze Masterclass de investering meer dan waard.

# Over je trainers:

**Bart Verhulst** was er vanaf het allereerste begin van online newsrooms in Nederland bij. Richtte in 2011 PressPage (mede) op, een tech bedrijf dat gespecialiseerd is in online newsrooms, email-distributie, media-databases en -analyses. In 2015 zette Bart een filiaal op in Chicago, waar hij ook drie jaar vertoefde. Bart werkte voor klanten als KLM, Booking.com, Toyota, University of Manchester, Curacao Tourist Board, Ohio Health, NS, Logitech, Marathon Petroleum Corporation en Kuehne + Nagel.

**Menno van der Vlist** is een gepassioneerde en ervaren communicatie-expert met meer dan 17 jaar ervaring. Was tot voor kort Head of External Communications bij Albert Heijn – Etos – Gall & Gall. Werkte daarvoor 8 jaar in diverse communicatie-functies bij KraftHeinz (waaronder Head of Communications Benelux & South West Europe) en bij Hinfelaar PR Consultancy (nu onderdeel Edelman). Inmiddels is hij als zelfstandig communicatie-expert in dienst bij Heineken Nederland. Menno maakte als een van de eersten in Nederland gebruik van een online newsroom.



# Over je trainers:

Mayke en Sybrig van Keep zijn de oprichters en eigenaren van De Issuemakers, een communicatieadviesbureau dat al tien jaar gespecialiseerd is in adviseren op het gebied van de impact van maatschappelijke issues en hoe organisaties daar het beste mee om kunnen gaan.

**Mayke van Keep** heeft meer dan 30 jaar ervaring in de communicatie-advieswereld. Naast managing partner is zij vooral actief op het gebied van issuemanagement, maatschappelijke agendering en positionering, persbenadering en crisiscommunicatie.

**Sybrig van Keep** heeft een achtergrond in politiek en public affairs. Naast managing partner is ze gespecialiseerd in issue-management, strategie, public affairs, politieke agendering en stakeholdermanagement.



# Wat vooraf ging



2019 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 2019**. Ik kies voor de volgende optie(s):  
(graag de hokjes van je keuze aankruisen)

- ☐ **PRAKTIJKCONGRES SUCCESVOL PERSBELEID**  
op **DINSDAG 8 OKTOBER**
- ☐ **MASTERCLASS 'Online Newsroom 2.0'**  
op **WOENSDAG 9 OKTOBER**
- ☐ **MASTERCLASS 'Issuemanagement'**  
op **DONDERDAG 21 NOVEMBER**

Voor-/Achternaam: \_\_\_\_\_ m/v

Functie: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Voor-/Achternaam: \_\_\_\_\_ m/v

Functie: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

**Bedrijf:** \_\_\_\_\_

**Adres:** \_\_\_\_\_

**Postcode:** \_\_\_\_\_ **Plaats:** \_\_\_\_\_

**Telefoon:** \_\_\_\_\_

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

**Datum:** \_\_\_\_\_

**Handtekening:** \_\_\_\_\_

Schrijf je in vóór 20 juli  
en ontvang **GRATIS** het boek  
**'Issuedenken: echte  
bazen maken impact'**  
van Mayke en  
Sybrig van Keep



# details



## ORGANISATIE

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

## LOCATIE

Praktijkcongres en Masterclasses:  
Spant! Bussum  
Dr. Abraham Kuyperslaan 3  
1402 SB Bussum

## DEELNAMEPRIJS

- |                                     |         |
|-------------------------------------|---------|
| * Jaarcongres                       | € 795,- |
| * Masterclass 'Online Newsroom 2.0' | € 795,- |
| * Masterclass 'Issuemanagement'     | € 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](mailto:info@corner-stone.nl)
- ☐ [www.corner-stone.nl](http://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 aangetekend  
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).

## PRIVACY STATEMENT

De door jou opgegeven persoonsgegevens worden  
door ons strikt vertrouwelijk bewaard en niet  
verstrekkt aan derden tenzij dat wettelijk verplicht is.  
We registreren jouw gegevens om je maatgerichte  
informatie te kunnen verstrekken over (je deelname  
aan) door Corner-Stone georganiseerde programma's.

## MET MEDEWERKING VAN:

Shell, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Nieuwsuur, Jeroen van der Veer, Milieudefensie, NRC Handelsblad,  
Perdiep Ramesar, Gemeente Utrecht, Publistat, AD, Marc Oosterhout, VMBO Maastricht, de Volkskrant,  
Wim van der Meeren, NOS Nieuws, Eneco, Charles Huijskens, Rijksvoorlichtingsdienst, Google