



Het team van NWST.

De Hovenier: een nieuw vakblad, maar wie maakt dat?

Waarom geïnterviewd worden veel moeilijker is dan interviewen

Journalisten, redacties, 'de media' – je wordt er af en toe doodmoe van. Maar ze kunnen soms ook verrekte handig zijn om een bepaalde boodschap te verspreiden. Samenwerken is daarom vaak een noodzakelijk kwaad. Maar hoe pak je de zaken het beste aan als je ineens een journalist aan de lijn hebt? NWST geeft tips en een kijkje achter de schermen.

Auteur: Peter Voskuil



8 min. leestijd

INTERVIEW

je verhaal dus voorbereiden.' Hoofdredacteur en uitgever Hein van Iersel: 'Tijdens interviews zeg ik vaak: "Wat jij me niet vertelt, kan ik ook niet opschrijven." Als vakblad willen wij gelezen worden. Dat houdt volgens mij ook in dat een verhaal een beetje schuurt en kritisch is. Ik denk dat dit doorgaans ook in het belang is van de geïnterviewde.'

Lezers prikken genadeloos door mooiweerverhalen heen. Niemand zit volgens Van Iersel te wachten op een brave nietszeggende foldertekst die je na twee alinea's al voor gezien houdt. Een objectief gebrachte boodschap is vaak veel overtuigender. In de dagelijkse praktijk van een vakblad dat leeft van de samenwerking met marktpartijen kost het echter veel moeite iedereen daarvan te overtuigen. Redactiecoördinator Peter Jansen: 'Iedereen wil dat we objectief en kritisch zijn. Totdat ze zelf worden geïnterviewd.'

Jip en Janneke

Uitgangspunt van de redactie is voor iedereen begrijpelijke en aansprekende verhalen te maken. Soms is dat ingewikkeld: een vakman die niet uit de branche komt, moet het blad zonder problemen kunnen lezen, maar tegelijkertijd moeten vakmensen ook niet beledigd worden of vervuild raken door jip-en-janneketaal.

Naast tal van freelancers heeft NWST daarvoor drie vakredacteurs in vaste dienst. Redacteur Kelly Kuenen werkt voor alle bladen en is tevens verantwoordelijk voor de websites van de verschillende bladen. Zij studeerde Nederlands en deed eerder al ervaring op bij een andere vakuitgeverij.

Hoe zij mensen interviewt, is afhankelijk van het soort nieuws en het medium. 'Vraag ik iemand naar specificaties van een bepaalde machine voor een webbericht, dan kies ik een andere aanpak dan bij een interview in het blad. Ik ben kritisch, probeer bijvoorbeeld graag beweegredenen of keuzes te doorgronden', aldus Kuenen, 'en ik prik graag door superlatieven heen, maar houd tegelijkertijd van het "gezamenlijk creëren".'

Wat zou zij geïnterviewden willen meegeven? 'Denk goed na over wat je zegt. Ik bel liever een uur later terug, dan dat iemand vluchtig mijn vragen beantwoordt en achteraf wellicht niet blij is met de formulering. Als je de tijd voor elkaar neemt, dan komt er vaak ook een beter verhaal tot stand.'

Overval

Een zeker overval effect bij interviews hou je echter altijd, weet uitgever Palsgraaf. 'We hebben bijvoorbeeld heel veel verhalen die worden uitgesteld. Dan bellen we volgens afspraak drie weken van tevoren, maar dan blijkt het niet uit te komen. Vaak is het dan zo dat ze eigenlijk niet goed weten wat ze willen vertellen en er daarom maar voor kiezen het nog even uit te stellen. Onze taak is dan om die mensen te helpen.'

Journalisten visualiseren artikelen vaak; ze hebben het artikel inclusief fotografie en kop al voor ogen. Geïnterviewden kunnen dat net zo goed doen en proberen om de redactie daarvoor te winnen.

Bij het schrijven voor internet is het verloop veel hoger, vertelt Kelly Kuenen. Het nieuwsaanbod op de websites wordt zo divers mogelijk gehouden. Algemeen nieuws wordt in de gaten gehouden, maar ook voor leuke producten en nieuwe materialen is volop plaats. In het algemeen wordt

Hein van Iersel,
hoofdredacteur:

'Ik zeg heel vaak tijdens interviews: 'Wat jij me niet vertelt, kan ik ook niet opschrijven'

Je komt ergens, krijgt koffie, pakt je blocnote en pen en kijkt op naar de overkant van de tafel. Daar zit de geïnterviewde. Handen over elkaar, afwachtend, met zo'n blik van: zeg het maar. Iedere journalist herkent dit beeld en weet dan dat hij een moeilijke middag tegemoet gaat.

Toveren

'Veel geïnterviewden', zegt uitgever Alberto Palsgraaf, 'denken dat journalisten kunnen toveren. Vooraf zijn de verwachtingen vaak hooggespannen. Automatisch wordt aangenomen dat journalisten feilloos aanvoelen hoe de geïnterviewde het artikel hebben wil. Maar zo werkt het natuurlijk niet. De journalist schrijft op wat jij vertelt. Je moet

vakspecifieke informatie het beste gelezen. Absolute toppers zijn fusieberichten en – helaas maar waar – faillissementen. Google Analytics en het content management systeem van NWST zijn belangrijke hulpmiddelen om te kijken hoe de online content wordt ontvangen, bijvoorbeeld of een artikel veel wordt gelezen.

Een van de andere redacteurs is Guus van Rijswijk. Hij studeerde Journalistiek in Amsterdam en werkte bij kranten als de Haagsche Courant (inmiddels het AD), de Gelderlander en als redacteur bij een communicatiebureau. Tijdens een interview vat een journalist vaak al samen, of trekt hij conclusies. Van Rijswijk heeft wat dat betreft

een tip voor de geïnterviewden: 'Als een journalist dat doet, luister dan goed of het klopt wat hij zegt. Op dat moment kun je het verhaal bijsturen en zo'n samenvatting enigszins aanvullen of corrigeren. Houd er rekening mee dat een journalist niet enkel geïnteresseerd is in het hoe en wat, maar misschien nog wel meer in het waarom achter je verhaal.'

Kuenen en Van Rijswijk krijgen enkele dagen per week hulp van Nino Stuivenberg. Zijn stage op de redactie beviel hem zo goed, dat hij "bleef plakken" als volwaardig redacteur. Stuivenberg is nog bezig met zijn master communicatiewetenschappen, maar is vrijwel alle "vrije uren" op de redactievloer te vinden. Stuivenberg: 'Toen ik hier kwam was ik redelijk blanco; inmiddels heb ik al veel bijgeleerd en zo krijg je steeds beter een idee van wat er allemaal speelt in de sector. Ik ben er wel achter gekomen dat er van alles speelt in deze sectoren en dat is heel interessant om van dichtbij te zien. Daarnaast vind ik het leuk om contact te hebben met partners en uiteindelijk een artikel te schrijven waar beide partijen tevreden mee zijn, daar doe je het uiteindelijk voor.'

Net als Kuenen en Van Rijswijk besteedt hij veel tijd aan de websites. 'Je kunt het je anno 2018 als vakblad niet meer veroorloven om naast een gedrukt blad geen actuele website te hebben. We steken als redacteurs daarom veel tijd in het bijhouden van de websites. Online is het vooral belangrijk om met korte, actuele berichten te komen en zo lezers op de hoogte te houden.

**Alberto Palsgraaf, uitgever:
'Iedereen leest graag hoe
groen het gras bij de
buurman is. Wees dan de
buurman'**

De berichten zijn vaak een stuk korter dan de longreads in het blad: die hebben vaak meer verdieping en achtergrond. Daarnaast proberen we ook met onze tijd mee te gaan en investeren we in sociale media. Je ziet dat we daar heel snel vooruitgang mee boeken. Ik denk dat we daar de komende jaren alleen maar verder mee zullen groeien.' Dat betekent volgens hem niet dat de papieren versie van de bladen snel zal verdwijnen. 'Volgens mij is het nog altijd een waardevolle toevoeging door de diepgang en vakartikelen die we daarin plaatsen.'

Spammen

Input voor de sites en bladen wordt onder meer uit persberichten gehaald. Die druppelen via de mail-

box de hele dag door binnen.

'Insturen loont altijd', tipt operationeel manager Peter Jansen. Van bijna elke bericht wordt minimaal een webbericht gemaakt. Desondanks zijn marktpartijen in de praktijk nogal terughoudend. Die hebben de neiging zelf al te beoordelen of iets interessant is of niet. Mijn advies is echter: opsturen die handel; dan komt het wel goed.' Palsgraaf: 'Spam ons maar!'

Kuenen: 'Ik vind het fijn als geïnterviewden een proactieve houding hebben: zelf nogmaals contact opnemen, extra informatie of foto's aanleveren. Natuurlijk beslissen wij als redactie uiteindelijk hoe iets geformuleerd wordt en wat er wel of niet geplaatst wordt, maar input is altijd welkom.'



Lieke van der Weijde, sales support.



Uitgever Alberto Palsgraaf (l) in overleg met Peter Jansen.

Marie Cecile Oosterhout, vormgever: 'Foto's kunnen beter, ja. Maar goed, ik weet dan weer niet hoe je een boom moet snoeien'

Nalezen

Als een verhaal dan klaar is, volgt vaak nog het stadium van het nalezen. Journalisten stellen daaraan vaak twee eisen. Controleren op feitelijke onjuistheden (klopt alles?) en een tijdige reactie. In de praktijk grijpen veel geïnterviewden dit stadium aan om meningen 180 graden bij te stellen, allerlei maren en mitsen toe te voegen en hele stukken tekst te schrappen, terwijl alles exact op lengte geschreven is.

Soms duurt het ook nog eens dagen voordat er überhaupt een reactie komt, terwijl journalisten bijna altijd strakke deadlines hebben. Omdat het nalezen van een tekst op feitelijke onjuistheden hooguit twintig minuten duurt, hanteren gevestigde kranten en bladen daarbij soms een strenge regel: geen reactie binnen de gestelde deadline

geven, betekent dat de geïnterviewde het kennelijk niet belangrijk genoeg vindt om te reageren. NWST gaat daarbij iets genuanceerder te werk. Van Iersel: 'Iets zeggen in een interview is een, maar als je het daarna zwart op wit terugleest, is het toch net iets anders. Ik neem altijd ruim de tijd voor een discussie over een concepttekst. Maar ik ben soms wel wat strenger voor de directeur van een groot bedrijf dan voor een eenpitter die nog nooit contact met de pers heeft gehad.'

Van Iersel legt de geïnterviewde vaak uit wat zijn belang is bij een goed journalistiek verhaal en waarom bepaalde zaken extra aandacht krijgen. 'Dat is geen sensatiezucht – ook al wordt dat wel eens als zodanig gezien – maar een doodnormale journalistieke praktijk. Als wij bepaalde citaten gebruiken of zaken benadrukken, moet dat altijd tot doel hebben het achterliggende verhaal duidelijk te krijgen. Ik neem graag de tijd om met geïnterviewden te overleggen over de opzet van een artikel. Maar een ding moet duidelijk zijn. Uiteindelijk bepalen wij of we iets publiceren.'

Feitelijke onjuistheden – dingen die niet kloppen – worden uit de tekst gehaald. Over opmerkingen over stijl en opbouw of andere opmerkingen wordt zorgvuldig nagedacht. Maar uiteindelijk beslist de redactie op welke manier dingen worden geformuleerd.

Van Rijswijk: 'Mijn advies bij telefonische interviews is om duidelijk en niet te snel te spreken, zodat de journalist de essentie van het verhaal goed kan vastleggen. Dat bespaart meestal tijd

achteraf bij het schrijven. Daarnaast komt het meestal het eindresultaat ten goede als de geïnterviewde van tevoren heeft nagedacht over hetgeen hij wil vertellen. Daardoor is zijn verhaal – inclusief woordkeus – vaak scherper en het levert soms leuke en boeiende anekdotes op. Zijn we allebei tevreden.'

Alberto Palsgraaf: 'De best gelezen verhalen zijn toch vaak de human interest-verhalen. Neem bijvoorbeeld een onkruidmachine. Heel leuk om te vertellen dat het apparaat zes pk en zeven wielen heeft, maar het verhaal hoe dat ding ontstaan is, het anekdotische, doet het vaak beter. Klanten realiseren zich dat niet altijd. We vinden het allemaal mooi om te lezen hoe groen het gras bij de buurman is. Wees dan de buurman.'

Peter Jansen: 'Wij willen gewoon een goed blad maken.'

Kelly Kuenen, vakredacteur:

'Ik bel liever een uur later terug, dan dat iemand vluchtig mijn vragen beantwoordt'

Jansen is als operationeel manager de leidinggevende spil op de redactie. Hij geeft opdracht artikelen te schrijven, brieft freelancers en houdt in de gaten of alles op tijd binnen en publicatieklaar is. Het hele proces van inhoud en opmaak ligt op zijn bordje. Hij doet dat voor zeven titels tegelijk, die allemaal zes tot acht keer per jaar verschijnen. Met alle eenmalige uitgaven erbij rollen er bijna elke week een of meerdere bladen van de pers. Daarnaast werd onlangs het online platform Sportsturf.eu gelanceerd, gericht op de internationale markt voor sportgrassen.

Groen = geel

NWST lanceerde in 2016 een nieuwe vormgeving. Marie Cecile Oosterhout, die samen met Tessa Benders als Studio Bont de vormgeving van de bladen verzorgt, heeft die in overleg met Van Iersel ontwikkeld. Oosterhout: 'De bladen worden frisser, met meer wit.'

Een sleutelrol bij elk artikel speelt het illustratiemateriaal. Is het beeld – en met name de hoofdil-



lustratie – goed, dan is de tekst uitnodigend om te lezen. NWST is daarbij vaak afhankelijk van wat er aan fotomateriaal aangeleverd wordt. Regelmatig komt het voor dat foto's onscherp, te donker of te laag van resolutie zijn. 'Dan wordt er snel wat van internet geplukt, terwijl er tegenwoordig met iPhones al heel acceptabele foto's te maken zijn,' vertelt Oosterhout. Dan zegt ze, met enige relativeering: 'Maar goed, ik weet dan weer niet hoe je een boom moet snoeien.'

Omdat het steeds drukker wordt en de zaken goed gaan, wordt er vaak tegen de deadline aan gewerkt (of soms zelfs iets eroverheen). Dan is het stressen om op tijd naar de drukker te gaan. De indeling van het blad wordt bepaald, de laatste nieuwtjes en advertenties worden nog toegevoegd. Van Iersel bemoeit zich op die momenten intensief met de bladen. Niets ontsnapt aan zijn oog. Het blad gaat pas weg als hij zijn akkoord geeft.

Uitgever Alberto Palsgraaf is ondertussen verantwoordelijk voor de verkoop. Redactioneel heeft hij een zogeheten antennefunctie – hij komt op veel plaatsen en signaleert interessante onderwerpen om over te schrijven. 'Ik zorg dat het netwerk groter wordt. Journalisten cirkelen vaak in hetzelfde netwerkje rond.'

Palsgraaf heeft sinds 2016 hulp bij de acquisitie. Rik Groenewegen is aangenomen als junior accountmanager in de binnendienst. Volgens Groenewegen heeft het werken voor special interest-bladen een bepaalde charme. 'Ooit was er een klant die mij zelfs bedankte voor het plaatsen van een advertentie. Dat heb ik tot nu toe nog nergens anders meegemaakt.'

Groenewegen heeft bij een aantal andere uitgeverijen gewerkt en kan zodoende de vergelijking maken. Wat hem opvalt, is de prettige sfeer die in de sector hangt: 'Natuurlijk wordt er hard gewerkt in de sector, maar er lijkt toch meer respect voor de ander dan in veel andere sectoren.'

Sinds begin dit jaar worden Palsgraaf en Groenewegen ondersteund door Lex Veenstra en Erik Hoogma. Hoogma deed eerder ervaring op in de sales, maar is relatief nieuw in de groensector en bekijkt de branche daarom met een frisse blik. Allereerst dacht hij dat die een wat oubollig imago had. 'Maar nu ik een aantal mensen heb gesproken, valt dat reuze mee! De charme zit in de mensen. Ze zijn vaak eerlijk en gepassioneerd en dat is erg leuk om te zien. Ieder mens heeft zijn eigen verhaal en het is leuk om dat aan te horen. Ik denk dat mijn kracht ook zit in een oprechte interesse in hetgeen mensen bezighoudt.'

De ruggengraat van NWST wordt gevormd door officemanager Lieke van der Weijde en administrateur Harry Hijmans. Zij regelen zaken als facturen, de invulling van de partnerschappen, congressen, abonnementen, traffic (binnenhalen advertenties) en websitebeheer. Lieke van der Weijde is vooral verantwoordelijk voor de contentpartners van NWST. Het woord adverteerder is bij NWST inmiddels een verboden woord. Van der Weijde: 'Onze partners investeren veel geld bij ons en mogen dan verwachten dat wij hen ook actief bijstaan om hun boodschap naar buiten te brengen.' Van der Weijde beheert daarom onder andere een agenda waarin de redactie bijhoudt hoe vaak partners worden gebeld. Doel daarvan is ontwikkelingen in de markt die niet als persbericht worden opgestuurd, op de website te krijgen.

TIEN GOUDEN TIPS

- 1 Journalisten toveren zelden. Wat jij vertelt, is het verhaal.
- 2 Bereid je voor. Wat is de boodschap die je wilt uitdragen?
- 3 Neem de tijd om je verhaal te doen; laat je niet overvallen.
- 4 Doe je verhaal in hoofdlijnen. Zorg voor enkele oneliners.
- 5 Jij hebt de kennis in pacht. Niet de journalist, die vat samen.
- 6 Verlies je niet in technische details (mensen lezen over mensen).
- 7 Teksten nalezen is geen probleem. Maar weet wat je positie is.
- 8 Denk niet te snel: 'dat weet iedereen al van mijn organisatie'.
- 9 Help met goed illustratiemateriaal; het is in je eigen belang.
- 10 Praat niet off the record, maar probeer wel vrijuit te spreken.

Ook neemt ze de verantwoordelijkheid voor de events op zich. Het organiseren van een event lijkt heel makkelijk, maar is vaak lastiger dan het samenstellen van een magazine of website, omdat er ontzettend veel zaken samenkomen en alles tot in de puntjes verzorgd moet zijn.

Heb je nieuws? Toesturen mag altijd neem contact op met de redactie via redactie@nwst.nl



Be social

Scan of ga naar:

www.dehovenier.nl/artikel.asp?id=7-7305



Guus van Rijswijk, redacteur.