

Hypes zijn te hanteren

De hypes die ons vrijwel dagelijks om de oren suizen, maken veel duidelijk. Hoe jaloers we zijn op mensen die aan de macht zijn of veel verdienen. Hoe argwanend we zijn dat ze zich dubbel verrijken: Veerman, Peper, topmensen van het uww.

TEKST DRS. TON PLANKEN

Hyypes laten ook zien hoe lichtzinnig politici reageren op krantenverhalen en vermeende verontwaardiging “in het land”. Zodat ze zelfs nietsvermoedende voorzitters van Raden van Bestuur die, na een carrière van hard werken en enorme verantwoordelijkheden dragen, pakweg 8 ton verdienen, ineens als zakkenvullers bestempelen.

Zelfs onze minister-president gaat dan voorop in de kruistocht tegen vermeend onetisch gedrag. “Naming and shaming” is de remedie, zegt hij. Wat er vervolgens in de omgeving van die mannen gebeurt, beseft onze kamergeleerde niet eens.

Journalisten hebben zelfs een dubbel shot van die paranoia te pakken, geweten van Nederland als ze denken te moeten zijn. Zeker, zuiverheid moet er wezen. Mooi weer spelen van “onze centen” is er niet bij. Maar hou het zindelijk. Noem je duidelijke criteria, doe je huiswerk en presenteer dan de feiten. Bij gebleken juistheid kunnen we altijd nog oordelen en veroordelen. Niet eerder.

Zelf heb ik te maken met twee kanten van die hypes. Mijn opdrachtgevers horen tot de doelgroep en hebben klemmende behoefte aan advies en training als dergelijke publicitaire stormen over hen heen trekken. Spannender opdrachten zijn er niet. Alles wat je geleerd en ervaren hebt met betrekking tot politiek, media, massapsychologie en management kun je aanspre-

ken om de ravage te beperken en soms zelfs je opdrachtgever letselvrij te houden.

Aan de andere kant sta jij zelf. Journalisten en andere mediamakers verdenken je er per definitie van dat jij als consultant en trainer er op uit bent de waarheid te helpen verbloemen. De verwijtende dames en heren hebben nog nooit een training of een overleg van mij met een klant bijgewoond, maar weten het toch zeker: dat is niet pluis wat daar gebeurt. Zeker als je dan ook nog zelf oud-journalist bent, zien ze je nog als “verraaier” van hun nobele vak ook.

Mijn inbreng is fundamenteel anders. De kunst bij elke hype is de angel er zo snel mogelijk uit te trekken. Als er al wat mis is, meteen naar buiten ermee. Grif toegeven. Geen halfzachte praatjes er omheen verkopen. Fout is fout. Meteen aangeven welke maatregelen zijn getroffen of welke oplossing voorhanden is. Onafhankelijke inspecteurs of controleurs zo snel mogelijk naar binnen laten marcheren.

Media permanent voeden, is een tweede lijn. Niet met dunne verklaringen waarom wat mis ging toch eigenlijk wel heel begrijpelijk en menselijk was. Geen gejammer over al die oneerlijke berichtgeving. Het communicatieproces *bewaken* is het juiste woord. Het is verbazend hoeveel er uit de bocht kan vliegen als je in zo'n crisissfeer even niet oplet. Bijvoorbeeld het advocatenkantoor dat zich wil indekken voor de Securities and Exchange Commission in New York en hier een verklaring van cliënt uitgegeven wil hebben, die gezien door de ogen van de communica-



Dr. Ton Planken

Communicatie-adviseur en mediatrainer.
tonplanken@speakersacademy.nl

tieman in deze vorm eenvoudig op zelfmoord neerkomt. Feiten toegeven is één ding, maar zelfverbranding is ook weer zo wat. Want je weet uit ervaring dat slechts matig ingevoerde journalisten in zinsnedes ten behoeve van een SEC heel andere dingen lezen dan er bedoeld is. Dan moet je de moed hebben dwars voor zo'n verklaring te gaan liggen, die soms al door de president-commissaris en de voorzitter van de RvB is afgezegd. Of de heren vervolgens over je heen stampen, of je haast geroerd bedanken, merk je dan wel.

In de politieke gremia gaat het al niet veel anders. Bij echte hypes of meer reguliere crises is het aantal medespelers ook vrij fors. Ze willen of moeten zich er allemaal mee bemoeien. Vaak zijn die gezelschapjes ook nog eens onderling hevig verdeeld. Het kost de reguliere voorlichters en politieke adviseurs dan de grootste moeite nog enige lijn in het geheel te brengen. Externe ondersteuning kan dan wel eens welkom zijn. Zeker van iemand die hun Kamerleden of raadsleden al eens trainde en dus weet wat voor vlees hij in de kuip heeft.

In tegenstelling tot wat journalisten dus denken, probeer je nu juist de waarheid te dienen en de media *in all fairness* te geven wat hen toekomt.

Hypes kun je best hanteren. Crises kun je wel bezweren. Integriteit en de waarheid zijn dan de voornaamste plechtankers, hoe lelijk de waarheid er soms ook uit kan zien. Veelzijdig communicatiemanagement kan daarbij uiterst nuttig zijn om de zaken weer binnen proporties te brengen. 🎓