

# Communiceren in crisistijd

Als overheid moet je bij rampen en incidenten direct vol aan de bak. En met 'totale openheid'. Iedereen komt namelijk altijd overal achter.

Door **Sebastiaan Timmermans**

**S**tel, je bent de burgemeester van een middelgrote stad. De stroom valt uit of er wordt een verdacht pakketje op het station gevonden. Opeens sta je in het brandpunt van de belangstelling. De media beginnen te bellen, Twitter slaat op hol en bezorgde burgers komen verhaal halen op het gemeentehuis. Wat doe je?

In de realiteit reageren de bestuurders vaak erg langzaam. Als er een crisis is sluit de burgemeester zich samen met de voorlichters op in een kamer. Na vier uur hevig discussiëren komen ze er met een rood hoofd weer uit. De oogst: een persbericht. Daar zullen de media en het publiek wel tevreden mee zijn.

'Volstrekt achterhaald', zegt communicatiedeskundige Frank Vergeer. Samen met zijn compagnon Anne-Marie van het Erve traint hij met hun bedrijf Inconnect overheden in hoe ze hier goed mee om kunnen gaan. 'Totale openheid', zo propageert Vergeer. Iedereen komt overal achter en er zijn altijd mensen sneller. 'Wie zit er na vier uur nog te wachten op een persbericht, als alles binnen een paar minuten bekend is?'

Bij het drama tijdens Koninginnedag in Apeldoorn was de politie er snel bij om het nummerbord van de Suziki Swift om te buigen. Niet snel genoeg. Een actieve twitteraar stuurt het de wereld in. Een ander vraagt de gegevens op. Niet veel later staan de eerste 'followers' bij het huis van Karst T. en laten iedereen weten dat de politie invalt. Kom dan nog maar eens aan met je persbericht.

'Je moet juist gebruik maken van al die nieuwe media', zo stelt Van het



De burgemeester van Apeldoorn, Fred de Graaf, tijdens een persconferentie

na de aanslag op Koninginnedag 2009.

Foto ANP

Erve. Door tijdens een persconferentie dezelfde woorden te gebruiken als de mensen op Twitter doen, laat je zien dat je oprecht betrokken bent. Ook kun je geruchten de kop indrukken. In Apeldoorn ging het verhaal dat er schoten zouden zijn gehoord. De korpchef pikte dit goed op en vertelde tijdens de persconferentie meteen dat zij hiervan wist en dat het niet klopte. Betrouwbaarheid is cruciaal bij rampen.

Vergeer vindt het niet vreemd dat de burgemeester van Volendam in 2001 na de ramp op oudejaarsnacht uiteindelijk aftrad. 'Vlak voor een persconferentie waarin hij moest zeggen dat er veertien doden waren, belde hij lachend met de commissie-

ris van de koningin en vertelde dat alles onder controle was. De camera's draaiden al. Dat pikte het publiek niet. De camera is dan meedogenloos. Daarentegen was één zucht van de koningin na Apeldoorn genoeg.'

Ook de media worstelen. Volgens Van het Erve kunnen de media niet meer pretenderen altijd de eerste te zijn. 'Er is altijd iemand eerder op Twitter of een weblog, alles is in no-time bekend.' Het gevaar is volgens haar dat media te veel de agenda willen bepalen en soms de realiteit uit het oog verliezen.

In 2008 ontstond grote opwindning toen in Gouda een groepje Marokkanen een buschauffeur had belaagd.

De buslijn werd gestaakt en er kwamen Kamervragen. Volgens Van het Erve, omdat de media hier bovenop sprongen, terwijl er niet zoveel aan de hand was. Dat hield de media niet tegen. 'Uiteindelijk waren ze druk bezig om elkaar te interviewen, omdat er verder geen verhaal was.'

Je moet als overheid direct aan de bak bij een crisis. Het liefst met één website, waarop alle informatie voor iedereen beschikbaar is. In Nederland gaat bij rampen altijd de site [www.crisis.nl](http://www.crisis.nl) in de lucht. Met deze 'éénloket-manier' van communiceren kun je volgens Vergeer iedereen hetzelfde verhaal vertellen. Zowel pers als publiek. 'Dan hoef je ook niet meer te zweten op dat persbericht.'

## Geen Commentaar

In het deze week verschenen boek *Geen Commentaar, communicatie in turbulente tijden*, analyseren Frank Vergeer, Anne-Marie van het Erve, Hugo Marynissen, Stijn Pieters en Sofie van Dorpe crisiscommunicatie. Hoe moet je als gemeente of bedrijf omgaan met een schandaal? Hoe reageren media en publiek en hoe stralen gemeenten uit dat ze alles onder controle hebben? Het boek is vooral bedoeld voor de zogenaamde 'stakeholders': overheden, voorlichters en media. De opbrengsten van het boek gaan naar het Rode Kruis.