

Verenigd Koninkrijk PR en influencer whitepaper 2020

Internationaal medialandschap

Onderstaande medialandschappen zijn geschreven in het voorjaar van 2020* en zijn bedoeld om te worden gebruikt als een basisgids voor het werken met media uit de volgende landen:

België

China

Frankrijk

Duitsland

Verenigd Koninkrijk

Verenigde Staten van Amerika

Ze kunnen worden gebruikt als gids voor het werken met traditionele media en influencers, voornamelijk voor persbezoeken naar Nederland. De informatie die in de bestanden wordt aangeboden, deelt niet alleen kennis van het medialandschap in de afzonderlijke markten maar ook ervaringen met het werken met de media en geeft adviezen over the do's and dont's tijdens persbezoeken.

Voor zover relevant, bieden zij gesegmenteerde informatie: een algemeen overzicht, de traditionele media, travel media, culturele pers en social influencers. Dit zijn de sectoren van de media waarmee op dit moment in de bovengenoemde markten het meest wordt gewerkt. De medialandschappen tonen duidelijk culturele verschillen en verwachtingen maar benadrukken ook de overeenkomsten tussen sectoren en landen.

*Het is belangrijk op te merken dat deze medialandschappen zijn geschreven tijdens de Covid-19-pandemie en dat het daarom duidelijk mag zijn dat het medialandschap, de voorkeuren voor perstrips en voor reizen in het algemeen de komende jaren in het post-corona-tijdperk aanzienlijk zullen veranderen.



Verkenning van het medialandschap

Het Verenigd Koninkrijk kent twee soorten kranten: de tabloid en de kwaliteitskrant. Kwaliteitskranten hebben langere artikelen en brengen serieus nieuws. Tabloids brengen meer celebrity-verhalen, kortere nieuwsitems en veel sport. De belangrijkste kwaliteitskranten zijn: The Guardian, The Times, The Daily Telegraph, The Independent en The Financial Times. De belangrijke tabloids zijn onder meer: The Sun, The Daily Mirror, The Daily Mail, The Star en The Daily Express. The Independent had vroeger een gedrukte oplage maar verschijnt nu alleen nog maar online. Het is nog steeds een van de belangrijkste kranten in het Verenigd Koninkrijk. The I, de compacte versie van The Independent, wordt wel nog steeds gedrukt. Om de digitale versie van sommige kranten te kunnen lezen, is een betaald abonnement nodig. Dit geldt onder meer voor: The Daily Telegraph, The Times, The Financial Times en hun weekendedities. Belangrijke gratis bladen zijn The Metro, de London Evening Standard en de City AM.

Schotland heeft nationale gedrukte dagbladen: The Scotsman, The Herald, The National en de Daily Record. Er zijn ook Schotse versies van The Times, The Daily Mail, The Sun en een aantal andere kranten.

Publieke tv-zenders zijn onder andere BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four en BBC News. Deze zenders worden bekostigd uit een verplichte tv-licentie. Channel 4 is ook een publieke zender, maar heeft betaalde reclame, net als haar zusterkanalen E4, 4Seven, More4 en 4 Music. Andere commerciële zenders zijn ITV en Channel 5. Sky UK is de populairste aanbieder van satelliet-tv. BBC-journalisten en -crews gaan soms mee op trips maar moeten zelf betalen voor hun reis en accommodatie.

Traditionele pers

- Veel editors in vaste dienst moeten vakantiedagen opnemen om deel te kunnen nemen aan trips.
- Kortere trips hebben mede hierom de voorkeur. Veel journalisten vinden het prima om in het weekend te reizen.
- Britse journalisten krijgen graag feiten, cijfers, citaten en interviews/quotes. Een focus op het nieuws of een speciale interesse is erg belangrijk.
- Journalisten geven de voorkeur aan een minder druk programma waarin genoeg ruimte is voor vrije tijd.
- Maaltijden hoeven niet altijd luxueus te zijn maar zorg voor genoeg te eten. Journalisten verwachten wijn of bier bij de lunch en altijd bij het diner. Wanneer een locatie bekend is om een specialiteit op het gebied van eten of drinken, zorg er dan voor dat de journalisten dit kunnen ervaren. Dit geldt zeker ook voor reisjournalisten.



Reispublicaties en journalisten

- De trip moet nieuwswaarde bevatten, bijvoorbeeld een nieuwe opening, een jubileum, of de eerste keer dat er op de Britse markt promotie voor wordt gemaakt.
- Journalisten vinden het prima om tijdens een persreis te mingelen met andere media en social influencers.
- Sommige kranten en tijdschriften berichten vanwege de klimaatcrisis alleen over nabije bestemmingen die zonder vliegen te bereiken zijn.
- Het is belangrijk om de juiste woordvoerder naar voren te schuiven die kan worden geïnterviewd. Dit hoeft niet altijd de CEO of directeur te zijn. Maar zorg ervoor dat deze persoon zich op zijn/haar gemak voelt bij de pers, vloeiend Engels spreekt en begrijpt en een sterke persoonlijkheid heeft.
- Editors mogen niet publiceren over iets dat niet beschikbaar is voor het publiek. Zorg er dus voor dat alle activiteiten voor internationale gasten te boeken zijn en publiek toegankelijk zijn.
- Sommige media nemen uit principe niet deel aan groepsreizen. Zij geven de voorkeur aan individuele trips op maat.

Tip: Britten houden van goodie bags. Wanneer u een goodie bag uitdeelt, stop er dan ook nuttige, duurzame artikelen in. Liever geen plastic voorwerpen, artikelen met overdreven merkopdrukken of ouderwetse souvenirs.

Cultuurpublicaties en journalisten

- Cultuurjournalisten vinden het vaak lastig te schrijven over hotels, vervoer, restaurants etc. tenzij er een directe relatie is met het onderwerp, bijvoorbeeld het restaurant was vroeger de studio waar de kunstenaar ooit werkte.
- Kunst-en cultuurpagina's in kranten zijn zeer concurrerend. Een expositie moet de hoogste kwaliteit hebben, wil er aandacht aan worden besteed in het Verenigd Koninkrijk. De kunstsectie in de kranten schrijft eerst over Londen en dan over de regio's in het Verenigd Koninkrijk. Daarna heel af en toe over de rest van de wereld. Kunstmagazines schrijven wat vaker over buitenlandse exposities.
- Cultuurjournalisten staan niet echt te springen om een persbezoek te delen met influencers.
- Ze hebben interviews en kwaliteitsfoto's nodig en ontvangen graag een catalogus voor research.
- Plan bij een opening van een expositie ruim voldoende tijd in om de expositie te bezoeken. Dit bezoek is immers vaak de enige reden voor de trip. Zorg er liever voor dat speeches en conferenties niet de toegewezen tijd overschrijden.

Tip: Kunstjournalisten in het Verenigd Koninkrijk zijn veelal uiterst serieus! Neem geen al te luchtige of frivole items op in het programma.



Social influencers

- Social influencers hebben meer tijd nodig om foto's te maken en dingen te ervaren, bijvoorbeeld in het hotel en in restaurants voor het fotograferen van voedsel of meer tijd om selfies voor te bereiden. Wees voorbereid hen te helpen of foto's te nemen tijdens de reis.
- Informeer vooruitlopend op een bezoek, restauranteigenaren, winkeliers, hoteliers etc. dat influencers wellicht foto's willen maken en dan mogelijk rekwisieten gebruiken of items verplaatsen om hun foto's te stileren.
- Zorg ervoor dat je vooraf aan de trip duidelijke richtlijnen geeft en afspraken maakt over wat er geleverd moet worden, welke hashtags moeten worden gebruikt en of de influencers al of niet betaald krijgen.
- Influencers hoeven niet altijd te worden betaald. Als ze worden betaald, verstrek dan een gedetailleerde briefing en een contract, en zorg ervoor dat het contract is ondertekend voordat de trip begint.
- Influencer-trips moeten zeer ervaringsgericht en positief zijn en moeten veel inhoud hebben.
- Social influencers moeten in hun content aangeven dat een trip of ervaring #gifted #ad is. Dit dicteert de Britse wetgeving. Verwacht dit tegen te komen in hun content. Hoewel ze vrij zijn om te schrijven wat ze willen, moeten ze het wel degelijk benoemen als reclame.



Deze whitepaper is samengesteld door:
Simone Sagi - PR & Influencer manager - NBTC Verenigd Koninkrijk
Vragen of opmerkingen?
Stuur een mail naar ssagi@holland.com

