

DE "PUBLIC RELATIONS" BIJ DE N.M.B.S.

« Public relations », propaganda, publiciteit.

De « public relations » zijn geenszins een verkapt vorm van propaganda, noch een moderne versie of een uitwas van de publiciteit. Ze zijn een geheel van interne en externe betrekkingen die een voor het eigen bedrijf gunstige sfeer willen scheppen, onderhouden of bevorderen. De voornaamste bedoeling ervan is, het publiek eerlijk en objectief voor te lichten over de wijze waarop de onderneming haar taak opvat en werkelijk ten uitvoer brengt.

Misverstanden zijn vaak uitsluitend te wijten aan onwetendheid of onbegrip betreffende het nut en het leven van de onderneming, haar problemen. Slechts door eerlijk de waarheid te verspreiden, kunnen de « public relations » hun doel bereiken. Ze moeten vooral beducht zijn voor leugenachtige verklaringen, het verhelen of het eenzijdig verdraaien van feiten, want zulke tekortkomingen kunnen schade berokkenen aan de goede faam van de onderneming en deze op de duur zelfs alle vertrouwen en krediet bij het publiek doen verspelen.

De *propaganda* is een geheel van middelen waarmee men de openbare mening poogt warm te maken voor een ideologie; het is geleide informatie, meestal vermengd met fanatisme, en speculerend op de lichtgelovigheid en de emotionaaliteit van de massa. Propaganda heeft niets gemeens met de objectieve en dialogerende berichtgeving van de « public relations ».

De *publiciteit*, van haar kant, is het geheel van de technieken die gebruikt worden in het onmiddellijk belang van een produkt, een firma of een groep ondernemingen, met de bedoeling een cliënteel te werven, te behouden of uit te breiden. Het voornaamste doel ervan is dus uitsluitend commercieel, d.w.z. de verkoop van produkten of diensten in de hand werken door de technische of commerciële voordelen ervan bekend te maken. Daartoe maakt de publiciteit onvermijdelijk gebruik van verleidingsmiddelen en van argumenten die tot de verbeelding spreken, meestal met een neiging tot overdrijving die, naargelang het land, min of meer belangrijk is. In tegenstelling tot de « public relations » zegt de publiciteit niet de hele waarheid. Ze doet vrijwel nooit een beroep op het redeneervermogen en het kritisch oordeel van

de cliënteel tot wie ze zich richt. Maar er is publiciteit die behoort tot de essentie van de « public relations ».

Waarom ook « public relations » bij de N.M.B.S. ?

De « public relations » van onze Maatschappij beogen een voor het bedrijf gunstige atmosfeer te scheppen, in stand te houden of te bevorderen, zulks dan hoofdzakelijk door het verstrekken van objectieve voorlichting. M.a.w. ze hebben tot taak het publiek welwillend te stemmen door middel van dialoog en informatie, het « image » van de N.M.B.S. te verbeteren, haar een goede reputatie te bezorgen en deze zoveel mogelijk bekend te maken.

Maar als voornaamste openbare vervoerder in België is het voor de N.M.B.S. vooreerst van fundamenteel belang te weten welk gebruik het publiek van haar diensten maakt. Immers, geheel haar activiteit steunt op de kennis van de vervoerbehoefte van de gemeenschap en op de gestadige aanpassing van de spoorwegorganisatie aan de evolutie van die behoeften. Het bevredigen van die behoeften is dan ook de beste en meest dankbare vorm van « public relations ». De technici van het spoor zijn in feite onze eerste en beste verdedigers.

Andere « public relations » worden bovendien individueel verzorgd door alle personeelsleden die in betrekking staan met de cliënteel. Men mag zelfs beweren dat bij de N.M.B.S. elke bediende en zelfs elke gepensioneerde een « public relations »-taak is toebedeeld.

Het komt er dus op aan elke spoorman door voorlichting (bijv. via het tijdschrift *Het Spoor*) in staat te stellen de vooroordelen en de kritiek te bestrijden. Bovendien moet iedereen zich in die strijd door de hogere overheid gesteund weten.

Een typische taak van de spoorweg-« public relations » bestaat er dan ook in de knibbelkritiek te neutraliseren; zulks gebeurt best door een dienst die een groot publiek bereikt en over ruimere middelen beschikt.

M.a.w., het komt erop aan op het niveau van de algemene directie en met middelen die het hele land bestrijken :

- 1) de openbare mening te bewijzen en ervan te overtuigen dat de Maatschappij niets onverlet laat om de behoeften van haar cliënteel te kennen en die

behoeften in de mate van het mogelijke te bevredigen ;

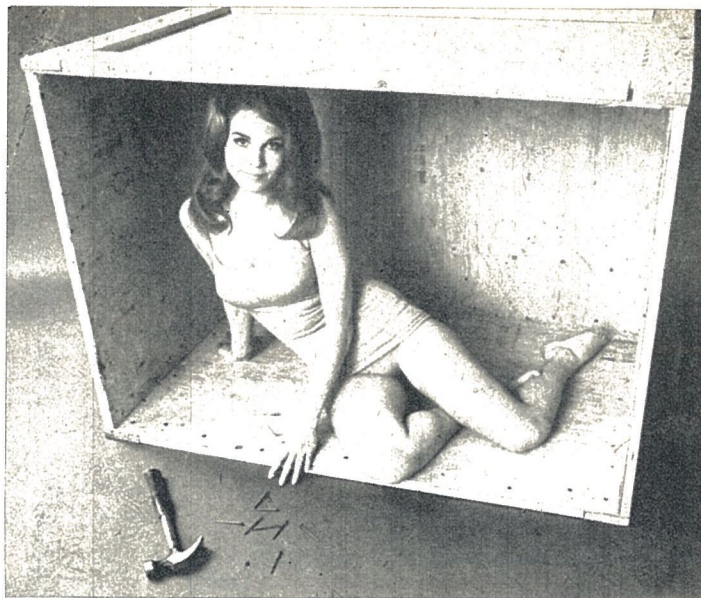
- 2) *gegronde kritiek van het publiek te beantwoorden* door het vooreerst onze spijt te betuigen en het vervolgens objectief te informeren, niet alleen over de moeilijkheden die een goede dienstverlening hebben gehinderd of belet, maar eveneens over de inspanningen die worden gedaan om de vastgestelde tekortkomingen te verhelpen.

Taak van de dienst

« Pers en public relations ».

Om elke spoorman in zijn persoonlijke inspanning te steunen, en om de verschillende soorten van publiek (volwassenen, jongeren, studenten ; reizigers- en goederencliënteel ; ontevreden, onverschilligen, sympathisanten, enz.) te bereiken en in te lichten, gebruikt de dienst « Pers en public relations » de meest verscheiden middelen, waaronder de voornaamste zijn :

- *de persmededelingen*, die over 't algemeen naar alle kranten evenals naar radio en televisie worden gezonden, hetzij rechtstreeks over de post, hetzij door bemiddeling van het agentschap Belga, dat ze per telex of per post verspreidt ;
- *de uitreiking aan de pers van het tijdschrift SPOORVARIA* (uitgegeven door de International Spoorwegunie), en af en toe van *vulgarisatieartikelen*, wanneer de behandelde stof zulks verantwoordt ;
- *het schriftelijk beantwoorden en rechtzetten* van in de pers verschenen klachten of kritiek (gebruik van het recht op antwoord) ;
- *de persoonlijke contacten met journalisten*, hetzij in onze kantoren, hetzij in de kantoren van de dagbladen, hetzij elders, in dit laatste geval naar aanleiding van spoorweg- of andere gebeurtenissen. Dank zij die contacten zijn de betrekkingen tussen de N.M.B.S. en de pers over 't algemeen uitstekend en kunnen hun resultaten, ofschoon weinig spectaculair, toch zeer positief worden genoemd (voorkomen van kritiek, kosteloze publicatie van mededelingen, enz.) ;
- *de verspreiding in de pers van brochures, berichten, foto's en andere documenten*, inzonderheid ter gelegenheid van persconferenties, plechtigheden, recepties, bezichtiging van werkterreinen of spoorweginstallaties, enz. ; bovendien wordt dezelfde documentatie telkens op eenvoudig verzoek verstrekt aan personen, scholen, groeperingen, enz., die inlichtingen over de spoorweg wensen te bekomen ;
- *de effectieve medewerking aan radio- of televisie-uitzendingen* waarin de spoorweg of zijn installaties als thema of als kader worden gebruikt. Die



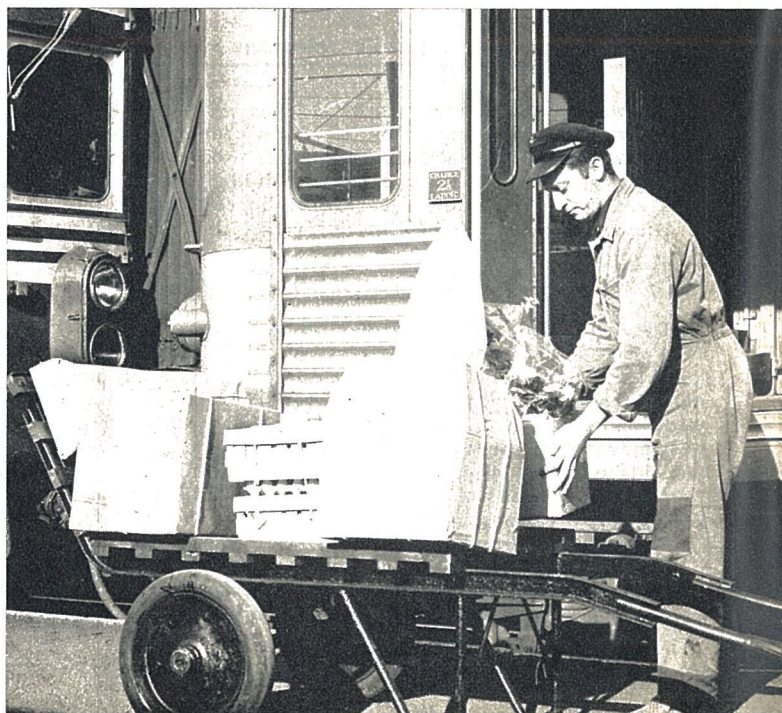
**We'll handle your 120 lb. shipments
or your carload.**

*« Wij vervoeren zowel uw colli van 60 kg als uw wagenladingen... »
De tekst behoort tot de bevoegdheid van de « public relations ».*

medewerking, welke doorgaans ook aan filmvennootschappen en aan amateurkineasten of -fotografen verleend wordt, kan eventueel gaan tot het verhuren van rollend materieel en het inleggen van speciale treinen ;

- *de medewerking aan spoorwegreportages* waarvan de exclusiviteit aan sommige dagbladen of tijdschriften wordt toegestaan ;
- *het beheer en de exploitatie van het spoorwegmuseum*, dat een grote aantrekkingskracht uitoefent op scholen en groeperingen en dat elk jaar door zowat 50 000 personen wordt bezocht ;
- *de organisatie van geleide collectieve bezoeken* aan installaties en diensten van de N.M.B.S. (stations, werkplaatsen, stapelplaatsen, werkterreinen, enz.), meestal op verzoek van belangstellende groeperingen ;
- *het openen van spoorwegstands* op tentoonstellingen ;

*Elke spoorman
is een agent
van de
« public relations ».*



DE "PUBLIC RELATIONS" BIJ DE N. M. B. S.



Een spoorwegstand.

- allerlei inlichtingen, hulp en medewerking bij allerhande gelegenheden, aan allerlei personen of verenigingen die de N.M.B.S. en de spoorweg gunstig gezind zijn.

Andere vormen van « public relations » bij de Maatschappij.

Benevens de activiteiten van de afdeling « Pers en public relations » aan de top van de onderneming, bestaan er bij de Maatschappij ook nog aanvullende vormen van « public relations ». Die « public relations » worden op gepastere wijze en op andere niveaus uitgeoefend, hetzij omdat ze een duidelijk omlijnd en bijzonder doel nastreven, hetzij omdat hun actieradius geografisch beperkt is.

Hierna een beknopte beschrijving van de bedoelde activiteiten :

Dienst « Onthaal en betrekkingen met de reizigerscliënteel ».

Die dienst behandelt, hoofdzakelijk op het niveau van de Handelsdirectie, de beginselkwesties betreffende de reizigers, groepeerde klachten en bezwaren en tracht zoveel mogelijk sommige moeilijkheden op te lossen. Bovendien moet hij zorgen voor contacten met de nog op te richten « comités van gebruikers », die tot taak zullen hebben de goede betrekkingen tussen de N.M.B.S. en haar cliënteel te bevorderen.

Om de sympathie van de reizigers voor de spoorweg te winnen, verspreidt de bedoelde dienst ieder jaar, in vier talen, een geïllustreerde brochure « Goede reis met de trein », waarin er o.m. uitvoerig wordt gehandeld over al de diensten die de reizigers van de spoorweg mogen verwachten.

Hij organiseert, onder het stations- en treinpersoneel dat met het publiek in betrekking komt, campagnes voor goed onthaal en neemt daartoe verscheidene initiatieven, zoals bij voorbeeld : de uitgave van het vademecum « Onthalen is een kunst » ; projectie van films over hetzelfde onderwerp ; het aanbrengen van kleine aanplakbiljetten voor

goed onthaal, in de stations ; het plaatsen van veeltalige reclamezuilen of van verlichte kerstbomen in sommige stationshallen ; de muziekuitzendingen in grote stations, enz.

Ten slotte wint hij inlichtingen in over de houding van het stations- en treinpersoneel en organiseert hij, een- of tweemaal per jaar, in aanwezigheid van vertegenwoordigers van de pers, de uitreiking van hoffelijkheidsdiploma's en herinneringsgeschenken aan bijzonder verdienstelijke bedienden.

Inlichtingscentra.

De N.M.B.S. heeft, ten gerieve van het publiek, volgende inlichtingscentra opgericht :

- een centraal inlichtingskantoor « reizigers » in Brussel-Noord en hulpkantoren in de voornaamste stations van het net. In die kantoren worden door hostesses en beambten ter plaatse, per telefoon of per brief, alle inlichtingen verstrekt betreffende de reizigersdienst : dienstregelingen, reizen, prijzen, bagage, enz. ;
- twee centrale inlichtingskantoren « goederen », het ene te Brussel (in de kantoren van de Belgische Dienst voor Buitenlandse Handel, Ravensteingalerie), het andere in het station Antwerpen (Dokken-Stapelplaats) ; ze antwoorden vooral op vragen betreffende tariefkwesties ;
- dertien handelsagentschappen, gelegen in 13 belangrijke steden, waaronder de provinciehoofdsteden, en die elk een bepaalde streek bedienen ; de inlichtingen inzake reizigers- en vooral goederenvervoer worden er verstrekt in het kantoor zelf, per telefoon of per brief ;
- een twintigtal inlichtingskantoren « reizigers » die gedurende de zomerperiode open zijn in de belangrijkste plaatsen aan de kust, alsmede op het de Brouckereplein te Brussel, waar een hostess van de N.M.B.S. gedetacheerd is bij het onthaalkantoor van de stad ;
- negen buitenlandse handelsagentschappen, gevestigd te Basel, Keulen, Rijsel, Londen, Luxemburg, New-York, Parijs, Rotterdam en Wenen.

Al die inlichtingskantoren zijn bij het publiek bekend geraakt dank zij de in de betrokken stations of centra verstrekte aanwijzingen, of de inlichtingen opgenomen in de officiële reisgids (rubriek « Inlichtingen en toerisme »), in de tijdschriften van de N.M.B.S., in sommige reclamefolders, enz.

Dienst « Behandeling, vervoer, voorkomen van beschadigingen ».

De taak van die in hoofdzaak technische dienst bestaat erin de cliënteel « goederen » van de spoorweg raadgevingen te verstrekken bij het bestuderen van de

laad- en losverrichtingen en haar keuze te richten naar de geschikste vervoermiddelen.

Die dienst, welke in 1959 bij de Directie van de Exploitatie werd opgericht, legt er zich op toe ook «nadien» goede betrekkingen te onderhouden met de klanten waarmee een contract werd afgesloten.

Opiniepeilingen, klachtenformulieren, enz.

Ten slotte past er ook nog een andere activiteit in het kader van de «public relations» van de N.M.B.S., nl. de opiniepeiling nopens sommige vraagstukken die de cliënteel rechtstreeks aanbelangen.

Die opiniepeilingen worden niet stelselmatig, maar bij gelegenheid uitgevoerd. Aldus worden bijv. de belanghebbende reizigers desnoods persoonlijk gepolst met het oog op een wijziging van de dienstregeling van een trein; meestal wordt het controlepersoneel met het inwinnen van de gewenste adviezen belast.

Soms wordt ook om de mening van de reizigers gevraagd door middel van een brief of een briefkaart met antwoordstrook. Zulks werd bijv. gedaan vóór de uitgave van de nieuwe «Officiële reisgids» (de gestelde vraag had betrekking op de inhoud van de reisgids), bij de bouw van een nieuw type van internationaal rijtuig (inwendige inrichting en comfort), enz.

In datzelfde verband kunnen wij ook nog aanstippen dat :

- de stations speciale kaarten ter beschikking van het publiek stellen, waarop het klachten kan formuleren ;
- de dertien handelsagentschappen echte «voelhorens» zijn in hun respectieve streken. Bij de periodieke vergaderingen op de directie, bespreken de handelsagenten de evolutie van de economische toestand en van het verkeer; zij brengen eveneens verslag uit over de gegevens die zij hebben verzameld bij de cliënteel en bij instellingen van diverse aard (kamers van koophandel, verenigingen tot bevordering van het verkeer, enz.).

A. VANBERGEN,
Eerste Inspecteur.



Een inlichtingskantoor.

Jaarlijkse wedstrijd voor bebloemde stations - 1970

De speciale prijs van de lenteversiering van de wedstrijd 1970 voor bebloemde stations werd toegekend aan de stations en stopplaatsen Brussel-Noord, Deinze, Gent-St.-Pieters en Hastière.

De Maatschappij werft aan zonder examen

De Maatschappij vraagt, voor onmiddellijke indiensttreding, statutaire spoorleggers voor de groepen Antwerpen en Gent en dagloners-spoorleggers voor de groep Gent. Belangstellenden worden verzocht een schriftelijke aanvraag te zenden naar een der hiernavolgende adressen :

N.M.B.S. — Groep Antwerpen, Bureau Personeel,
Koningin Astridplein 27, 2000 Antwerpen ;

N.M.B.S. — Groep Gent, Bureau Personeel,
Koningin Maria Hendrikaplein 2, 9000 Gent.

Vakantie met Railtour

«Railtour» organiseert reizen tegen een vooraf vastgestelde prijs waarop uitsluitend in reisbureaus kan worden ingeschreven. De statutaire bedienden van de N.M.B.S. kunnen aan al die reizen deelnemen en zulks tegen de hierna vermelde speciale voorwaarden :

- Betaling van de vooraf vastgestelde prijs die voorkomt in de door «Railtour» gepubliceerde catalogus, na aftrek evenwel van het bedrag vermeld in kolom 13 van dat tarief, onder voorbehoud nochtans :
 - a) dat er generlei vermindering toegestaan wordt wanneer de reis door FTS georganiseerd wordt (in dat geval fungeert «Railtour» alleen als bemiddelaar) ;
 - b) dat voor de reizen met bestemming naar Duitsland, Oostenrijk, Joegoslavië en de Dolomieten, het bedrag van 850 fr. moet worden afgetrokken van de in kolom 13 vermelde vermindering (de kosteloze internationale biljetten zijn niet geldig in de «charterrijtuigen» die rijden tussen Brussel en München en omgekeerd) ;
- Tijdens het traject genieten de spoor mannen gratis de door «Railtour» aangeboden diensten zoals, bijv., het ontbijt en het avondmaal in de treinen, de diensten van de hostesses en gidsen.

De catalogussen en de folders kunnen geraadpleegd of bekomen worden bij de reisbureau's.