



## **Appendix C**

### **Application for review of manuscript/abstract**

---

Application #:

Date received:

Date approved:

To be filled in by The Maastricht Study.

---

1.  **Abstract**     **Manuscript**    Check the applicable box.

2. **Congress or Journal the abstract/manuscript will be submitted to:**

[Click here to enter text.](#)

3. **Title**

[Click here to enter text.](#)

4. **First author**

Name: [Click here to enter text.](#)

Function: [Click here to enter text.](#)

Institute: [Click here to enter text.](#)

Address: [Click here to enter text.](#)

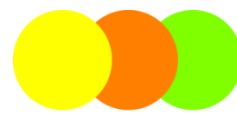
Email: [Click here to enter text.](#)

Phone number: [Click here to enter text.](#)

5. **Co-authors**

List all co-authors within this project and their role in the project :

[Click here to enter text.](#)



**6. Project details**

Has an application for data/materials been submitted for this publication: Yes\* No

Is this publication part of a PhD project: Yes\* No

\* What is the title of the application and/or PhD project:

[Click here to enter text.](#)

**7. Website The Maastricht Study**

The first author agrees that the abstract will be published on the website of The Maastricht

Study: *(Once your manuscript has been accepted for publication)* Yes No

**8. Dutch summary in lay language**

[Click here to enter text.](#)

\*\*\* FOR ENGLISH VERSION SEE BELOW \*\*\*

## De Maastricht Studie PR Richtlijn

### Waarom een PR richtlijn?

Binnen DMS vinden we het belangrijk om maatschappelijke impact genereren. Hiervoor moeten de bevindingen van het wetenschappelijk onderzoek vertaald worden naar de algemene bevolking en andere belanghebbenden. PR in de vorm van artikelen in kranten, interviews en bijdragen in sociale media is daar een belangrijk onderdeel van.

Deze vertaling dient op een verantwoorde manier te gebeuren. Er kan een discrepantie zitten tussen de wens vanuit de pers om krachtige en aansprekende verhalen te schrijven en de wetenschapper, die hierachter moet kunnen staan gezien de methodologische sterktes en zwaktes van het onderzoek.

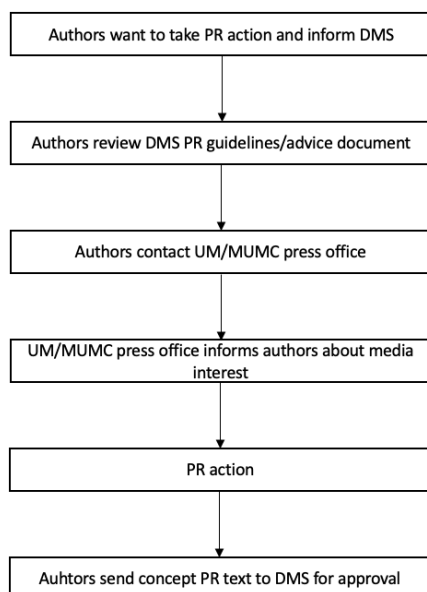
Met deze richtlijnen willen we de onderzoekers een leidraad meegeven om hun bevindingen onder de aandacht te brengen en ervoor te waken dat geen verkeerde uitspraken gedaan worden, b.v. over een oorzakelijke samenhang tussen de gemeten factoren. Het gaat er dus om [slechte pers](#) te voorkomen.

### Ik wil graag PR genereren – wat zijn de stappen?

Elke manuscript wordt samen met de bijbehorende Appendix C goedgekeurd door het DMS Management Team voordat het voor publicatie wordt aangeboden. De nieuwswaarde van het manuscript/ Appendix C wordt besproken in de 2-wekelijkse zitting van het Management Team, en wordt er een advies gegeven aan de onderzoekers hieromtrent. Dit advies (voor dan wel tegen) is niet bindend. De onderzoekers mogen doorgaans zelf beslissen of ze de bevindingen breed onder de aandacht willen brengen. Soms worden onderzoeker ook direct door de media benaderd n.a.v. een gepubliceerd artikel. In beide gevallen is het belangrijk om contact op te nemen met de persvoorlichters van het MUMC+ en het PR-team van DMS (zie beneden voor contactgegevens).

Verder dient er voor alle media-uitingen (print, radio, TV) akkoord verkregen te worden van de hoofdonderzoeker met wetenschappelijke eindverantwoordelijkheid, prof. Coen Stehouwer, waar dit haalbaar is (een live uitgezonden interview op TV valt er b.v. niet onder). Serieuze verslagleggers sturen doorgaans een afschrift of proef van het conceptartikel of conceptinterview door voor eventuele revisies. Als dit niet aangeboden wordt adviseren we om dit nadrukkelijk te vragen, idealiter al voorafgaande aan de media-uiting.

De stappen zijn uiteengezet in onderstaande figuur.



### Geschreven artikelen en interviews

- Zorg ervoor dat je alle vragen op voorhand ontvangt. Vraag om verheldering waar vragen onduidelijk/ambigu zijn.
- Vraag bedenktijd als je vragen niet direct kunt of wilt beantwoorden. Deze kunnen altijd later nog beantwoord worden als je de resulterende tekst hebt gezien.
- Bekijk de resulterende tekst voordat deze wordt gepubliceerd en behoud het recht om feitelijke wijzigingen aan te brengen.
- Stuur de tekst met je aanpassingen door naar het PR-team van DMS en naar de hoofdonderzoeker met wetenschappelijke eindverantwoordelijkheid, prof. Coen Stehouwer ter accordering.

### Uitgezonden interviews

- Bij radio- en televisie-interviews is het gebruikelijk dat je een briefing voorafgaande aan het interview voert met pers.
- Ook hier ontvang je normaliter de vragen voorafgaande.
- Ga nooit in op ad-hoc interviews (“Heeft uw even?”).
- Neem bij twijfel altijd vooraf contact op met de persvoorlichter en het PR-team van DMS.

### Sociale media

- Hierbij horen b.v. facebook, twitter en LinkedIn.
- Je kunt berichten via eigen accounts/accounts van je instelling verspreiden of via DMS-account.
- Voor dit laatste kun je contact opnemen met Brightlands, die de sociale mediakanalen van DMS beheren (zie contactgegevens beneden).
- Als je via eigen kanalen verspreidt, tag dan #DeMaastrichtStudie of @DeMaastrichtStudie in de tekst of onderaan het bericht zodat we het makkelijk kunnen delen via het DMS-account.

### Disclaimer voor de pers

Veel journalisten, ook wetenschapsjournalisten, hebben onvoldoende kennis over de valkuilen van wetenschappelijk onderzoek. Vaak wordt een associatie gelijkgesteld aan een causaal effect. Gezien het niet-experimentele design van DMS zijn causale uitspraken over “effecten” van een blootstellende factor op een (gezondheids)uitkomst echter niet mogelijk. Het blijven correlaties die al dan niet vertekend kunnen zijn. We vragen daarom om bij contact met de pers via email of mondeling onderstaande disclaimer mee te geven:

*“De Maastricht Studie is een observationele bevolkingsstudie waarin deelnemers worden gevolgd en hun natuurlijk gedrag en gezondheid bestudeerd wordt. De gevonden resultaten beschrijven een statistisch verband tussen de gemeten factoren. Door de aard van de studie is het niet mogelijk uitspraken te doen of deze verbanden ook oorzakelijk (of: causaal) zijn.”*

### Contactpersonen

#### **Persvoorlichting MUMC+**

Dhr. Rik van Laake

E: [rik.van.laake@mumc.nl](mailto:rik.van.laake@mumc.nl)

T: 06-21884122

#### **Brightlands Maastricht Health Campus (social media)**

Iris van Brandenburg

Marketing & Communication

E: [iris.vanbrandenburg@brightlands.com](mailto:iris.vanbrandenburg@brightlands.com)

T: 06-46705186

#### **DMS hoofdonderzoeker**

Prof. dr. Coen Stehouwer

PI De Maastricht Studie

E: [cda.stehouwer@mumc.nl](mailto:cda.stehouwer@mumc.nl)

***DMS pers team***

Dr. Sebastian Köhler

DMS Management Team

E: [s.koehler@maastrichtuniversity.nl](mailto:s.koehler@maastrichtuniversity.nl)

T: 043-3884087

Dhr. Colin Rosenau

PhD student De Maastricht Studie

E: [c.rosenau@maastrichtuniversity.nl](mailto:c.rosenau@maastrichtuniversity.nl)

Verdere informatie

- <https://www.maastrichtuniversity.nl/nl/nieuws-agenda/pers/mediatips-voor-wetenschappers/een-persbericht>

# The Maastricht Study PR guideline

## Why a PR guideline?

Within DMS, we believe it is important to generate societal impact by translating the results of the scientific research to the general population and other stakeholders. PR in the form of articles in newspapers, interviews and social media is an important part of this.

Knowledge transfer must be done in a responsible manner. Often there is a discrepancy between the desire of the press to write powerful and eloquent stories and the scientist, who must be able to support this while being aware of the methodological strengths and weaknesses of the research.

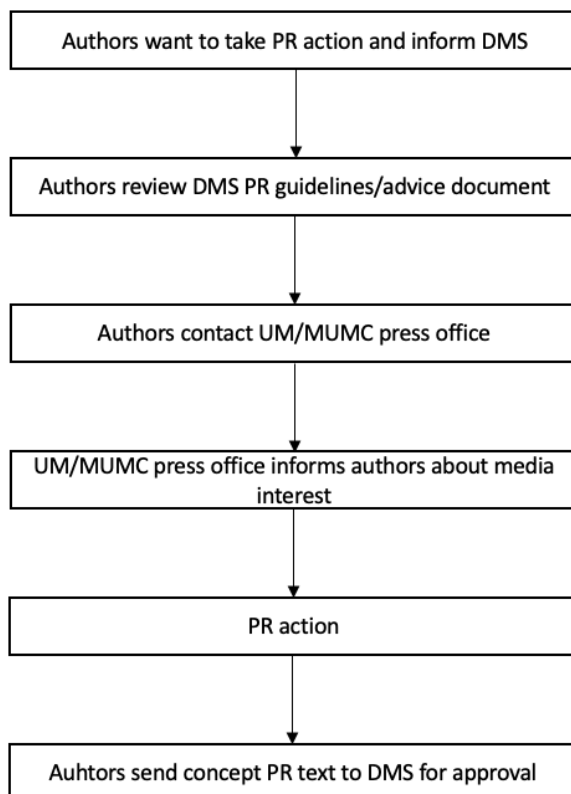
With these guidelines, we aim to provide guidance to researchers for promoting their results and to ensure that no interrupted statements are made, e.g., about a causal relationship between the measured factors.

## I would like to generate PR – what are the steps?

Each manuscript, along with the Appendix C, is approved by the DMS Management Team prior to submission for publication. The news value of the manuscript/Appendix C is discussed in the bi-weekly meeting of the Management Team, and advice is given to the researchers in this regard. This advice (for and against) is not binding. The researchers can always decide for themselves whether to seek media attention. Sometimes researchers are also directly contacted by the media in response to a published article. In both cases it is important to contact the MUMC+ press officers and the PR team of DMS.

Furthermore, all media communications (print, radio, TV) require the approval of the principal researcher and scientifically responsible Prof. Coen Stehouwer, where this is reasonable (e.g., an interview broadcast live on TV is not covered). Serious reporters usually forward a copy or proof of the draft article or draft interview for possible revisions. If this does not happen, we advise you to ask this explicitly, ideally before the media statement.

The steps are outlined in the figure below.



#### Written articles and interviews

- Make sure you receive all questions in advance. Ask for clarification where questions are unclear/ambiguous.
- Ask for reflection time if you cannot or do not want to answer questions immediately. These can always be answered later when you have seen the resulting text.
- Review the resulting text before publication and reserve the right to make factual changes.
- Send the text with your adjustments to the PR team of DMS and the PI Prof. Coen Stehouwer for approval (see below for contact details).

#### Broadcasted interviews

- It is good practice for radio and television interviews to have a briefing with the interviewee prior to the interview.
- Again, you normally receive the questions beforehand.
- Never agree to give ad hoc interviews (“Do you have a moment?”).
- In case of doubt contact the MUMC+ press officer and DMS PR team in advance.

#### Social media (e.g., facebook, twitter and LinkedIn)

- You can distribute messages via your institution's own accounts/accounts or via the DMS account.
- For the latter you can contact Brightlands, who manage DMS's social media channels (see contact details below).
- If you distribute via your own channels, tag *#DeMaastrichtStudie* or *@DeMaastrichtStudie* in the text or at the bottom of the message so that we can easily share it via the DMS account.

#### Press Disclaimer

Many journalists, including science journalists, have insufficient knowledge about the pitfalls of scientific research. An association is often equated with a causal effect. However, given the non-experimental design of DMS, causal statements about “effects” of an exposing factor on outcome B are not possible. They remain correlations that can be biased. We therefore ask that you provide the following disclaimer when contacting the press via email or verbally:

*“The Maastricht Study is an observational population study in which participants are followed and their natural behaviour and health is studied. The results describe a statistical relationship between the measured factors. Due to the nature of the study, it is not possible to say whether these relationships are also causal.”*

#### Contact persons

##### **Press officer MUMC+**

Rik van Laake

E: [rik.van.laake@mumc.nl](mailto:rik.van.laake@mumc.nl)

T: 06-21884122

##### **Brightlands Maastricht Health Campus (social media)**

Iris van Brandenburg

Marketing & Communication

E: [iris.vanbrandenburg@brightlands.com](mailto:iris.vanbrandenburg@brightlands.com)

T: 06-46705186

##### **DMS Principal Investigator**

Prof. dr. Coen Stehouwer

PI De Maastricht Studie

E: [cda.stehouwer@mumc.nl](mailto:cda.stehouwer@mumc.nl)

##### **DMS PR team**

Dr. Sebastian Köhler

DMS Management Team

E: [s.koehler@maastrichtuniversity.nl](mailto:s.koehler@maastrichtuniversity.nl)

T: 043-3884087

Colin Rosenau

PhD student De Maastricht Studie

E: [c.rosenau@maastrichtuniversity.nl](mailto:c.rosenau@maastrichtuniversity.nl)

Further information

- <https://www.maastrichtuniversity.nl/news-events/press/academics-media/press-release>