

PERSBERICHT: TIPS!

Een persbericht is een vrij kort bericht dat je schrijft aan de pers om ze op de hoogte te brengen van jouw project.

VOOR WIE?

Een persbericht stuur je naar de kranten, regionale televisiezenders, huis-aan-huisbladen, websites en online nieuwsbrieven die gelezen worden door de doelgroep van je evenement.

Media krijgen enorm veel persberichten, dus zorg ervoor:

- dat je de juiste media aanschrijft, liefst met naam van een redacteur,
- dat je de juiste toon treft voor het blad (niet te jolig voor de stadskrant, niet te serieus voor een jongerenmagazine),
- en dat je iets relevants te vertellen hebt.

WAT MAAK EEN PERSBERICHT GOED?

- Open je persbericht met wie, wat, waar en waarom. Wie ben je en wat is je initiatief, wie is de afzender van de actie? Wat houdt de actie in, wat gebeurt er? Waar is de actie? En waarom organiseer je deze actie?
- Wees concreet en bondig. Nooit meer dan 1 pagina. Als een journalist meer informatie wil, neemt hij of zij wel contact met je op.
- Sluit aan bij het medium dat je aanschrijft: serieus of sensationeel, maar altijd informatief.
- Zorg voor een pakkende titel en een informatieve ondertitel.
- Vergeet niet om je telefoonnummer en emailadres te vermelden in het persbericht.
- Verbind je persbericht met een actuele gebeurtenis, als dat mogelijk is.
- Noem opvallende feiten: bijvoorbeeld percentages die horen bij het maatschappelijke vraagstuk waarvoor je iets organiseert.
- Noem opvallende en bijzondere uitkomsten van je actie, wanneer je je persbericht achteraf stuurt.
- Schrijf in de derde persoon. Geen 'ik', 'wij' of 'onze' organisatie, maar 'zij' of 'de organisatie'.

TIP

Vergeet geen logo's op de flyer en poster te zetten van organisaties waarmee je samenwerkt of van wie je geld krijgt voor het project.