

Online module: Hoe schrijf ik een persbericht?

Een persbericht kan leiden tot gratis media-aandacht. Het enige wat je zelf hoeft te doen is het persbericht schrijven. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Een journalist krijgt meerdere persberichten per dag binnen, hoe zorg je dat de media jouw bericht publiceren?



Tien tips voor een goed persbericht

1. **Je bericht is nieuws.** Zorg dat je persbericht nieuws bevat en zet dat ook direct in de titel. Geen enkele journalist neemt een bericht over dat promotie is. Beperk het persbericht tot één onderwerp. Houd daarbij het doel, oftewel de nieuwswaarde, van je bericht in gedachten. Journalisten nemen een persbericht alleen over als het iets toevoegt aan hun blad of krant.
2. **De vijf W's.** Elk persbericht bevat antwoorden op de vijf W's en de H: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe.

Wie:	Wie doet iets? Vaak is dit je eigen partij.
Wat:	Wat doet diegene? Oftewel: wat is je nieuws?
Waar:	Waar doet diegene dat? Op welke plek vindt het plaats?
Wanneer:	Wanneer vindt het plaats of begint het?

Waarom: Waarom gebeurt juist dit?
Hoe: Hoe regel je de gebeurtenis? Vertel kort wat je doet zodat de gebeurtenis door kan gaan.

3. **Schrijf 'oprolbaar'.** Een journalist heeft geen tijd om alle binnengekomen persberichten helemaal te lezen, dus zorg dat hij in de eerste alinea alle belangrijke informatie leest. Dit is in elk geval de antwoorden op de eerste vier w's. Het 'waarom' en 'hoe' zet je in de tweede alinea. Eventuele aanvullende informatie plaats je in alinea's daaronder, waarbij je van 'belangrijk' naar 'steeds minder belangrijk' gaat. Elke alinea vanaf de derde bevat een tussenkopje erboven dat de lading van die alinea dekt. Door enkel de tussenkopjes te lezen, moet de journalist kunnen zien waar het persbericht over gaat.
4. **Maak je persbericht overzichtelijk.** Schrijf tussen de mailtekst en het persbericht het woord *PERSBERICHT* in hoofdletters ter onderscheid. Meteen daaronder staan de plaats en datum van verzenden. Waar het persbericht eindigt en de mailtekst verdergaat, schrijf je de woorden *EINDE PERSBERICHT* in hoofdletters. Hieronder zet je een noot voor de redactie met informatie die alleen voor de journalist is, niet voor publicatie. Vermeld hier de gegevens van je contactpersoon en zorg ervoor dat deze mobiel bereikbaar is.
5. **Lengte en stijl.** Gebruik geen jargon of ingewikkelde afkortingen, zorg dat er geen of weinig dubbele informatie in staat, schrijf in de tegenwoordige tijd en gebruik zo min mogelijk hulpwerkwoorden (zoals kunnen, zouden en worden). Houd het persbericht kort. Een ideale lengte is tussen een half en één A4. Online persberichten zijn zelfs nog korter, maximaal driehonderd woorden.
6. **De journalist gaat je persbericht kopiëren en plakken.** Plak het persbericht in de mail en stuur eventuele rapporten of achtergrondinformatie in een bijlage. Voeg ook een relevante foto en een citaat toe. Een journalist kan de tekst tussen aanhalingstekens - het citaat - niet veranderen, dus zal deze letterlijk overnemen.
7. **Investeer in de relatie.** Journalisten zijn afhankelijk van nieuws om hun media te vullen. Je doet hen dus een plezier als je jouw nieuws met hen deelt. Tegelijkertijd is het ook een gunst van de journalist als hij jouw nieuws overneemt. Investeer daarom in de relatie, bel als je nieuws hebt of bel na als je een persbericht hebt gestuurd. Nodig de journalist een keer uit bij een werkbezoek of andere interessante activiteit.
8. **BCC.** Zet de adressen van journalisten in de BCC, zodat de adressen onzichtbaar blijven voor de ontvangers.
9. **Houd rekening met de planning van de journalist.** Als je je bericht op maandag naar een weekblad stuurt waarvan de publicatiedag ook op maandag is, ben je te laat. Dan is je bericht de week erna oud nieuws en wordt het niet geplaatst. Zorg daarom dat je weet wanneer de deadline van een krant of weekblad is en houd daar rekening mee.
10. **Meer informatie op de website.** Tot slot, zorg ervoor dat de website of socialmediapagina van je partij actueel is en relevante informatie bevat. Je kunt ook een archief maken met nieuwsberichten over een bepaald onderwerp en dat als link in je persbericht opnemen. Als de journalist geïnteresseerd is, zal hij ook jouw online mediakanalen bezoeken. Zorg dus dat je website op orde is en de lezer uitnodigt om verder te kijken.

Format persbericht

Naam van de partij.

Het logo van de partij.

Telefoonnummer van de partij.

Mailadres van de partij.

Website van de partij.

Datum van versturen.

Plaats van versturen.

- - - PERSBERICHT - - -

Titel

Schrijf op deze plek het wie, wat, waar en wanneer van je verhaal. Deze alinea bevat de belangrijkste informatie van je persbericht en is in dikgedrukt lettertype. Gebruik maximaal 50 woorden.

In deze alinea schrijf je waarom en hoe jouw gebeurtenis plaatsvindt. Waarom gebeurt juist dit? En hoe regel je dat? Gebruik maximaal 50 woorden. "Hier plaats je ook een citaat tussen aanhalingstekens, maar dit kan ook in de volgende alinea."

Tussenkopje

Hier schrijf je een extra alinea met achtergrondinformatie. Deze informatie is minder belangrijk dan alle tekst die boven deze alinea staat, maar belangrijker dan de informatie die hieronder staat.

Eventueel een tussenkopje

Indien nodig zet je hier een extra alinea met achtergrondinformatie. Deze alinea bestaat uit de minst belangrijke informatie die toch noodzakelijk is voor het bericht. Denk aan een korte uitleg van je partij of de geschiedenis van de gebeurtenis waarover het persbericht gaat.

Tussenkopje

In deze alinea sluit je af. Herhaal kort het wat, waar en wanneer uit de dikgedrukte inleiding hierboven.

Voeg hier een relevante foto toe.

- - - EINDE PERSBERICHT - - -

Noot voor de redactie: Voeg hier een noot voor de redactie toe. Dit deel wordt niet gepubliceerd. Plaats ook de contactgegevens van degene die de redactie kan bellen bij vragen.