

Persbericht

Persberichten

In een persbericht maak je nieuws bekend. Het is een kort, getypt bericht om de redactie van een krant op de hoogte te brengen van jullie acties, in dit geval de deelname aan het project maatschappelijke stages. Persberichten schrijf je ook om mensen te interesseren deel te nemen aan de activiteit, in dit geval leerlingen (potentiële stagiaires).

De inhoud (of een gedeelte) van het persbericht kan ook in folders of brochures gebruikt worden. Het is de eerste informatie die verstrekt wordt.

Stappen

1. Ga achter de computer zitten en open het programma 'Word'.
2. Zet boven aan het a-4'tje duidelijk het woord 'persbericht', je naam, adres en telefoonnummer. Vergeet ook niet de datum te vermelden.
3. In de kop staat in maximaal 6 woorden wat het nieuws is (bv. Vrijwilligersorganisatie doet mee aan Maatschappelijke Stages).
4. In de 1e alinea (lead) zet je meteen alle belangrijke informatie door antwoord te geven op de vijf W's: Wie doet het? Wat is er aan de hand? Waar gebeurt het? Wanneer gebeurt het? Waarom gebeurt het?
5. De rest van je bericht is voor details en achtergrond informatie.
6. Sluit af met de zin <einde persbericht> Zo maak je duidelijk waar het persbericht ophoudt.
7. Vermeld waar de journalist of leerling terecht kan met vragen. Geef de naam van een contactpersoon en de telefoonnummer(s) waarop hij/ zij bereikbaar is.
8. Een persbericht stuur je per post ter attentie van de redactie. Als dit bericht in een schoolkrant of informatieboekje van school wordt opgenomen, is het handig van te voren door te spreken welke algemene informatie er al in staat. Je kunt je dan beperken tot informatieverstrekking over de vrijwilligersorganisatie. Hierover later meer.



TIP

- Een persbericht is een kans om je te laten gelden in de omgeving. Maak daar gebruik door regelmatig een persbericht te publiceren. Mensen zijn eerder geneigd zich bij een actieve club aan te sluiten dan bij een club waar nooit iets gebeurt. Als de vereniging zich specifiek richt op jongeren, probeer je taal daar op aan te passen. Niet al te hippe termen gebruiken, want ook daar prikt de jeugd zo doorheen. Wees helder en duidelijk bij het formuleren van de boodschap.
 - Zelf kan je vinden dat je nieuws hebt, maar de ontvanger (de redactie) bepaalt of het stuk (helemaal) wordt geplaatst. Soms kan je inspanning dus uitlopen op een teleurstelling.
 - Laat die krantenartikelen nu maar komen. En natuurlijk allemaal bewaren. Artikelen kan je weer gebruiken om de activiteiten bij sponsors en subsidiegevers te promoten.
-