

Tips voor een persbericht

Inhoud en opmaak

1. In een persbericht moet u kort en bondig beschrijven wat u wilt vertellen. Het is belangrijk om een meerwaarde te creëren door iets bijzonders, karakteristieks over de organisatie/activiteiten te vertellen.
2. Een persbericht:
 - a. Heeft PERSBERICHT bovenaan staan
 - b. Heeft een goede, pakkende kop
 - c. Heeft een 1e alinea (vet) die de belangrijkste informatie bevat: wie, wat, waar, wanneer, waarom en eventueel hoe. De hoe kunt u ook in alinea 2 uitleggen.
 - d. Heeft overige alinea's die een uitwerking zijn op de 1e. De verschillende alinea's bevatten steeds 'minder belangrijke' informatie.
 - e. Bedenk een leuke quote van projectleider/deelnemer/vrijwilliger die past bij het nieuws.
 - f. Is niet langer dan 1 A4
 - g. Heeft onderaan een scheidingsstreep, met daaronder *noot voor de pers*. Daarin vermeld je contactgegevens, website en eventueel informatie over een bijgevoegde foto.
 - h. Wordt niet in de 'we'-vorm geschreven (persbericht moet meteen te plaatsen zijn, pers is objectief)

Verzending

1. Maak een verzendlijstje waar het persbericht heen moet
2. Kijk in het colofon van kranten en magazines voor contactgegevens
3. Bel van tevoren om te vertellen over de activiteit en dat u een persbericht gaat sturen (niet altijd nodig), of bel na als er geen reactie komt en u het nieuws toch nog extra onder de aandacht wilt brengen. Het is handig om dan een extra optie aan te kunnen bieden. Een leuk interview? Een mooie foto?
4. Bedenk wat een goede timing is: wanneer komt de krant uit en hoe vaak? Bv elke woensdag? Houdt rekening met de deadline (evt. naar vragen)
5. Plak het persbericht zichtbaar in de e-mail (niet als bijlage!)
6. Geen standaard zin: 'geachte redactie, hierbij ons persbericht, graag plaatsen'
7. Het persbericht niet in 1 keer naar de hele adressenlijst sturen, apart of als BCC

'Nazorg'

1. Verzamel media waarin aandacht is besteed aan uw persbericht. Dit is handig voor een volgende keer (naam verslaggever noteren)
2. Is het een lang/mooi artikel geweest waardoor u bv veel nieuwe deelnemers/vrijwilligers heeft gekregen? Een telefoontje/mailtje om een compliment te maken is helemaal niet gek.

Algemeen

1. Heeft u contact met een journalist gehad? Vraag ALTIJD zijn/haar naam, telefoonnummer en emailadres.
2. Benader media persoonlijk, met een goed voorbereid verhaal over de manier waarop en de onderwerpen waarover zij publiceren.
3. Werkt u veel samen met de gemeente? Pleegt u dan een telefoontje met de afd. Communicatie, misschien willen zij u wel helpen!
4. Kijk of u het persbericht kunt opvrolijken met een quote van bv. de directeur, initiatiefnemer, deelnemende buurtbewoners e.d.

Voorbeeldpersbericht

PERSBERICHT

Plaats, datum

[naam organisatie] ONTVANGT € VAN HET ORANJE FONDS

[Naam organisatie] krijgt een bijdrage van € van het Oranje Fonds voor [beschrijving project]. [Nadere beschrijving project/doel etc. Bijvoorbeeld: in dat dienstencentrum komen allerlei voorzieningen voor ouderen en andere kwetsbare groepen uit de kern 't Hof, zoals zorgbemiddeling, fysiotherapie, een prikpost en een klussendienst. Ook komen er een restaurant, een soos, een recreatieruimte en een fitnessruimte].

[Informatie over het project/organisatie, bijvoorbeeld: De bouw van het dienstencentrum maakt onderdeel uit van een grootscheepse verbouwing van het zorgcentrum. Die is begonnen met de bouw van 48 nieuwe woningen en het renoveren van 32 bestaande zorgwoningen. Dat gedeelte is inmiddels gereed. In januari wordt gestart met de ombouw van het bestaande verzorgingshuis tot een verpleeghuis met 57 verpleeghuisplaatsen en de bouw van het dienstencentrum. Als alles volgens plan verloopt wordt het dienstencentrum in het voorjaar van 2007 in gebruik genomen].

[Eventueel quote van directeur Oranje Fonds die u hieronder terugvindt of quote van uw eigen directeur/bestuur]

Het Oranje Fonds steunt jaarlijks ruim 7.500 sociale initiatieven in Nederland en het Caribische deel van het Koninkrijk. Het afgelopen jaar ondersteunde het met € 27,4 miljoen initiatieven die ervoor zorgen dat mensen elkaar ontmoeten, minder eenzaam zijn, begrip krijgen voor elkaar en zich inzetten voor een ander. Het Oranje Fonds wordt o.a. gesteund door de Nationale Postcode Loterij, De Lotto en door Vrienden en bedrijven. Koning Willem-Alexander en Koningin Máxima zijn sinds de oprichting het beschermbaar van het Oranje Fonds.

Noot voor de redactie:

Voor informatie over [organisatie], contactpersoon en telefoonnummer, website

Voor informatie over het Oranje Fonds: www.oranjefonds.nl of neem contact op met Rosanne Prinsen, Adviseur Pers en Publiciteit, T 030 656 45 24.

Te gebruiken quotes van directeur Oranje Fonds

Eén van de onderstaande quotes kunt u eventueel verwerken in uw persbericht. Kies degene die het meest van toepassing is op uw initiatief.

1.

Ronald van der Giessen, directeur Oranje Fonds: "Het Oranje Fonds wil met deze bijdrage een aanjaagfunctie hebben voor organisaties die daadwerkelijk een verschil maken in de opzet en uitvoer van hun project."

2.

Ronald van der Giessen, directeur Oranje Fonds: "Het Oranje Fonds bevordert betrokkenheid in de samenleving. Door onze steun ontmoeten mensen elkaar of vinden zij een nieuwe plek in de maatschappij. We verwachten dat onze bijdrage dit bijzondere project een goede stimulans geeft en zo onze doelstelling helpt bereiken."

3.

Ronald van der Giessen, directeur Oranje Fonds: "Het Oranje Fonds wil graag op een duurzame manier de sociale kant van de samenleving stimuleren. Onze bijdrage aan dit bijzondere project is daarvan een uitwerking. We verwachten dat, mede door onze steun, dit project succesvol zal zijn en de lokale samenleving leefbaarder maakt."