

Checklist: Opstellen persbericht

Een persbericht is bedoeld om naar de (lokale) pers te sturen en zo bepaalde activiteiten/nieuwsberichten onder de aandacht van de pers te brengen. Een persbericht is vaak kant-en-klaar, dat wil zeggen dat de media het bericht integraal kunnen overnemen indien ze dit willen. Onder het persbericht staan aanvullende gegevens vermeld, onder meer de contactgegevens van de persoon die benaderd kan worden indien de pers meer wil weten.

Denk bij het opstellen van een persbericht aan de onderstaande aandachtspunten:

- Benoem in de eerste alinea kort het wie, wat, waar, waarom en wanneer;
- Geef in verdere alinea's toelichting op de vermelde gegevens in de alinea. Waarom is het zo interessant voor de media?;
- Schrijf de tekst zo dat deze makkelijk ingekort kan worden. Vaak is er weinig ruimte in de media voor aankondigingen, dus hoe makkelijker een tekst in te korten is, hoe groter de kans dat de tekst geplaatst wordt;
- Bedenk goed wat je publiek is en welke media het bericht op zouden kunnen nemen. Natuurlijk is het bereik van landelijke kranten het grootst, maar hiermee spreek je niet direct je doelgroep aan en bovendien nemen landelijke media niet of nauwelijks lokale persberichten op;
- Wees op tijd met je persbericht. Kondig je iets aan, doe dit dan een aantal weken van tevoren;
- Schrijf zakelijk en netjes. Let op de lay-out;
- Probeer een (kwalitatief goede) foto mee te sturen die gebruikt mag worden in de media;
- Voeg onder aan het persbericht een 'noot voor redactie' toe. Hier vermeld je de contactgegevens van de persoon waarmee contact gezocht kan worden door de pers voor aanvullende informatie. Wanneer het persbericht gepubliceerd wordt, wordt deze noot niet gepubliceerd;
- Verzend het persbericht per email. Let er wederom dat dit netjes gebeurt: voeg het juiste bestand toe, geef een zeer korte toelichting in de email en vergeet niet om bij meerdere ontvangers iedereen in de bcc te zetten. Dit komt netter over en voorkomt dat het emailadres van ontvangers bekend wordt bij andere ontvangers;
- Indien gewenst en relevant, kan je een aantal dagen na verzending contact opnemen met de redactie en het bericht nog eens onder de aandacht brengen. Sla hier echter niet in door.