

JOUW PERSBERICHT IN DE KRANT

Bij het schrijven van een persbericht kom heel wat kijken. Je moet je verplaatsen in de rol van een journalist. Wat is de nieuwswaarde? Wat is belangrijk? Hoe bouw je een persbericht op?

HOE SCHRIJF JE EEN GOED PERSBERICHT?

STAP 1 VOORBEREIDING	STAP 2 OPBOUW										
<p>Wie is de lezer?</p> <p>Hoe bereik ik mijn lezer?</p> <p>Wat is het nieuws?</p> <p>Denk als buitenstaander.</p> <p>Wat is het doel van het bericht?</p> <p>Wat is er gebeurd/ gaat er gebeuren?</p> <p>Wie heeft het gedaan/ gaat het doen?</p> <p>Waar is het gebeurd/ gaat het gebeuren?</p> <p>Waarom is het gebeurd/ gaat het gebeuren?</p> <p>Hoe is het gebeurd/ gaat het gebeuren?</p> <p>Welke van de boven genoemde vragen is het meest belangrijk?</p>	<p>Nu je de informatie hebt, giet je deze in het persbericht-format door de volgende opbouw aan te houden.</p> <table border="1"><tbody><tr><td>Kop</td><td>De kop moet in 1 zin de boodschap samenvatten.</td></tr><tr><td>Onderkop</td><td>Eventueel ter verduidelijking van de kop.</td></tr><tr><td>Intro-lead</td><td>Wie, wat, waar, wanneer en waarom? Wat is de strekking van het bericht?</td></tr><tr><td>Broodtekst</td><td><p>Een lead bevat 30 tot 50 woorden. Wissel tussenkoppen en alinea's af. Vermeld normaal het belangrijkste nieuws, maar nu met toelichting en context.</p><p>Let op: een persbericht heeft altijd de belangrijkste informatie bovenaan. De eerste alinea bevat dus meer informatie dan de laatste. Zo kunnen ze makkelijk ingekort worden.</p></td></tr><tr><td>Noot voor de redactie</td><td>Toevoegingen zoals contactgegevens en informatie die pas na een bepaalde datum gedeeld mag worden staan hier. Deze worden niet gepubliceerd. Geef dit duidelijk aan door een aantal witregels of een horizontale lijn.</td></tr></tbody></table>	Kop	De kop moet in 1 zin de boodschap samenvatten.	Onderkop	Eventueel ter verduidelijking van de kop.	Intro-lead	Wie, wat, waar, wanneer en waarom? Wat is de strekking van het bericht?	Broodtekst	<p>Een lead bevat 30 tot 50 woorden. Wissel tussenkoppen en alinea's af. Vermeld normaal het belangrijkste nieuws, maar nu met toelichting en context.</p> <p>Let op: een persbericht heeft altijd de belangrijkste informatie bovenaan. De eerste alinea bevat dus meer informatie dan de laatste. Zo kunnen ze makkelijk ingekort worden.</p>	Noot voor de redactie	Toevoegingen zoals contactgegevens en informatie die pas na een bepaalde datum gedeeld mag worden staan hier. Deze worden niet gepubliceerd. Geef dit duidelijk aan door een aantal witregels of een horizontale lijn.
Kop	De kop moet in 1 zin de boodschap samenvatten.										
Onderkop	Eventueel ter verduidelijking van de kop.										
Intro-lead	Wie, wat, waar, wanneer en waarom? Wat is de strekking van het bericht?										
Broodtekst	<p>Een lead bevat 30 tot 50 woorden. Wissel tussenkoppen en alinea's af. Vermeld normaal het belangrijkste nieuws, maar nu met toelichting en context.</p> <p>Let op: een persbericht heeft altijd de belangrijkste informatie bovenaan. De eerste alinea bevat dus meer informatie dan de laatste. Zo kunnen ze makkelijk ingekort worden.</p>										
Noot voor de redactie	Toevoegingen zoals contactgegevens en informatie die pas na een bepaalde datum gedeeld mag worden staan hier. Deze worden niet gepubliceerd. Geef dit duidelijk aan door een aantal witregels of een horizontale lijn.										





STAP 3 INHOUD

- Voorkom dubbele informatie
- Persberichten zijn zelden langer dan 1 A4-tje
- Zoek synoniemen of verwijzingen voor veelgebruikte woorden.
- Schrijf in een actieve vorm en de tegenwoordige tijd.
- Combineer zakelijke en persoonlijke informatie.
- Vermijd jargon en onnodige benamingen, houd het simpel.
- Schrijf vanuit de informatie die een lezer heeft en nodig heeft.
- Niet vanuit jouw eigen kennis.
- Vermijd lange zinnen, lijdende vormen en overbodige woorden.
- Voeg passend beeld, bijv. een foto, toe.
- Schrap overbodig namen en acties van betrokkenen.
- Schrijf Search Engine Optimized (SEO).
(Op welke woorden wil je online gevonden worden?)



STAP 4 VERSTUREN

Een persbericht slim versturen vergroot de kans op lezen en dus ook publiceren bij de journalisten. Waar moet je rekening mee houden?

- Bel de redactie om de redacteur te spreken die over het onderwerp gaat.
- Mail de redacteur in geval van interesse persoonlijk.
- Zet de kern van het persbericht in de onderwerp regel van de e-mail.
- Noem de naam van de redacteur in de mail.
- Stuur de foto en het persbericht als bijlagen en verwijs ernaar in de mail.