

## Hoe schrijf ik een goed persbericht?

Je wilt je vereniging in de kijker zetten door middel van het sturen van een persbericht. Waar begin je en welke eisen zijn hieraan verbonden? Voordat je begint is het belangrijk om te weten voor wie je schrijft en waarom je het persbericht in wilt sturen. Een persbericht heeft namelijk pas zin als het nieuwswaarde heeft. Dat wil zeggen: is het interessant voor een deel van de lezers en is het actueel? Denk eerst na over de stijl, lengte, het beeldmateriaal en het aanleveren.

### Stijl

Hoe concreter de tekst, hoe beter. Voorbeelden worden daarom op prijs gesteld. Schrijf zakelijk, uitnodigend en schrijf in de derde persoon. Vermijd schrijven met 'wij', 'ons', 'ik', en 'mijn'. Daarnaast is een goed persbericht in een actieve vorm geschreven. Als je in een actieve vorm wilt schrijven, vermijd je de woorden 'worden', 'kunnen' en 'zullen'. Ook beeldmateriaal zorgt ervoor dat het bericht sneller wordt opgepakt door de lezer. TIP: Maak in je geschreven persbericht geen gebruik van kleuren, foto's of verschillende lettertypen.

### Lengte

Hoe korter, hoe beter, maar houd maximaal 400 woorden aan. Maak de tekst 'oprolbaar', zodat het bericht zonder problemen kan worden ingekort. 'Oprolbaar' betekent dat het belangrijkste nieuws in de bovenste alinea's staan en het minst belangrijke nieuws onderaan. Tip: laat het bericht, voordat je het instuurt, door iemand anders lezen en vraag of het verhaal wordt begrepen.

## Beeldmateriaal

Bijpassende foto's zijn belangrijk voor een artikel. Het is vaak het eerste wat de lezer ziet. Beeld verbetert je bericht en trekt mensen sneller naar je bericht. Om te weten wat een goede foto voor de krant inhoudt, hebben we een paar voorwaarden geformuleerd.

### Voorwaarden voor een goede foto

- Zorg dat je verschillende foto's aanlevert. Zo kan de krant de beslissing maken welke goed in het kader past en het mooist staat. Verschillende foto's houden in: portret, landschap, van voren, van de zijkant, dichtbij en ver weg.
- Foto's zijn het eerste wat mensen zien, de foto moet aanspreken en uitnodigen. Denk aan mensen die duidelijke emotie laten zien zoals lachen of huilen. Zoek een hoek die echt laat zien waar het bericht over gaat.
- Het is belangrijk om een scherpe foto aan te leveren, dat valt meer op en staat netter.
- Staan er personen op de foto? Geef dan ook de namen van de personen door en wie-is-wie.
- Ook de naam van de fotograaf is belangrijk.
- Je kunt de foto aan ons aanleveren als JPG, PNG OF PDF.
- Twijfels over waar je het beste een foto van kunt insturen? Mail ons zodat we samen tot het beste resultaat kunnen komen.

### Aanleveren

Je kunt je persbericht met foto's sturen naar [redactie@kijkopbr.nl](mailto:redactie@kijkopbr.nl). Specifieke deadlines voor het aanleveren kun je vinden op [www.kijkopbr.nl](http://www.kijkopbr.nl) of in de colofon in de krant. TIP: de krant wordt altijd op dinsdag opgemaakt. Aanleveren vóór maandag 12.00 uur is daarom het meest praktisch.

### Hoe bouw ik mijn persbericht op?

Een persbericht bestaat uit een aantal elementen: top, kopregel, intro, basistekst, noot voor de redactie en profielschets.

#### Top

Boven ieder persbericht staat: - PERSBERICHT -. Vul dit aan met plaats en verzenddatum.

## **Kopregel**

De kopregel of titel bevat de essentie van het bericht en spoort aan om verder te lezen. Deze kop is duidelijk, informatief en aantrekkelijk. Houd de titel zo kort mogelijk en laat hem prikkelen. Enkele voorbeelden: 'Win-win-situatie bij nieuw schoolgebouw Verhoeff-Rollmanschool' of 'Waterpolo is een manier van leven voor de mannen van BZ&PC'. Je kunt deze titel aanvullen met een ondertitel, een chapeau. Hier plaats je belangrijke informatie die je in de kop niet kwijt kan. Voorbeeld: 'Eerste minicursus: Oevers levend maken', ondertitel: 'Natuuracademie Reeuwijkse Plassen van start' of 'Ik heb het cruisevirus opgelopen', ondertitel 'Marco rijdt op een aangepaste lowrider'.

## **Intro**

De belangrijkste informatie (het 'nieuws') plaats je in de intro in maximaal 50 woorden. In deze intro geef je antwoord op de vragen, wie, wat, waar en wanneer. Korte berichten kunnen uitsluitend uit een intro bestaan.

## **Basistekst**

De basistekst behandelt het waarom, hoe en waarmee. Werk de intro in de basistekst uit met bijvoorbeeld details en quotes. Rangschik de alinea's op volgorde en gebruik tussenkopjes. Het kan namelijk gebeuren dat de redactie je bericht wilt plaatsen, maar door gebrek aan ruimte in moet korten. Vaak wordt het onderste deel van de tekst weggelaten, dus zorg dat de belangrijkste informatie bovenin je tekst staat.

## **Profielchets**

Neem een profielchets op van de organisatie in het persbericht. Dit is een korte tekst over producten en diensten van de organisatie, missie en dergelijke.

## **Noot voor de redactie**

Sluit je persbericht af met: ---- EINDE PERSBERICHT ----. Zo is het duidelijk dat alle tekst hierna niet voor publicatie is bestemd. Een noot voor de redactie bevat informatie over waar aanvullende informatie verkrijgbaar is. Stel verder achtergrondinformatie en foto's ter beschikking. Stuur deze bijvoorbeeld los mee in de e-mail en plaats het fotobijschrift in de noot voor de redactie.

## **Eindredactie**

De redactie van KijkopBR verzorgt de eindredactie van alle ingekomen persberichten. Dit kan betekenen dat een persbericht aangepast of ingekort wordt, wanneer dit nodig is. Bij grote aanpassingen wordt de opsteller van het persbericht gecontact.

## **Vragen?**

Mail ze naar [redactie@kijkopbr.nl](mailto:redactie@kijkopbr.nl)