

Je activiteit in de krant!

Zo schrijf je een persbericht...

Het is niet het eerste waar je aan denkt als je een activiteit voorbereidt, maar wat is er leuker dan de volgende dag een verslag van jouw activiteit in de krant te lezen? Menig clubleider zal niet zelf bij een krant werken en ook een journalist weet niet zomaar dat je een activiteit gaat organiseren. En daarom moet je dat aan de pers bekendmaken. Hoe? Door het schrijven van een persbericht! In dit verhaal neem ik het artikel 'Over de Rooie' dat elders in deze KOMBY staat, als uitgangspunt en voorbeeld.

Wat is een persbericht?

Hoe werkt dat precies, een persbericht? Eigenlijk is een persbericht een combinatie van een advertentie en een bericht dat in de krant kan. De schrijver van het persbericht moet de activiteit aankondigen in een aantrekkelijk verhaal.

Sommige journalisten nemen een persbericht soms zelfs klakkeloos over in hun verhaal. Zorg ervoor dat je duidelijk vertelt wat je gaat doen en dat het aantrekkelijk genoeg klinkt voor de journalist om dan een kijkje te komen nemen. Zonder bezoek van de journalist kan die natuurlijk geen verslag schrijven! Wees ook duidelijk waar de activiteit gaat plaatsvinden, hoe laat het begint en wat de geplande tijdsduur is. Niets is zo vervelend voor een journalist als op een verkeerde plek aanwezig te zijn en niet te weten hoeveel tijd je moet uittrekken om de hele activiteit bij te wonen. Dit kan zelfs een reden zijn om maar niet te komen en dat willen we natuurlijk niet!

Bij 'Over de Rooie' moet je dus in het kort vermelden wat het spel inhoudt, waar het plaatsvindt (de winkelstraat), hoe laat het begint (bijvoorbeeld 14.00 uur) en hoe lang het ongeveer duurt (in dit geval anderhalf uur, de eindtijd is dus ± 15.30).

Vertellen wie je bent

Minstens zo belangrijk als vertellen wat je gaat doen, is vertellen wie je bent. In een klein dorp met een plaatselijke krant zal de club veel bekender zijn dan in een stad als Utrecht. Leg in het kort uit wat voor club je bent, wat je belangrijkste doelen zijn

en hoe je club opgebouwd is. Daarmee bedoel ik dat je vertelt dat je bijvoorbeeld voornamelijk bijbelstudies doet of altijd knutselt met je kinderen of dat je bijvoorbeeld op kamp bent met de kinderen. Heb je meerdere leeftijdsgroepen binnen je club? Heb je verschillende activiteitengroepen binnen je club? De journalist vindt het ook leuk om in het artikel te vertellen over je club of kamp. Bovendien is dat meteen weer leuke reclame! Overigens is een persbericht iets anders dan reclame maken voor je club. Het is een aankondiging van een activiteit die vervolgens door de journalist omgezet kan worden in een soort reclame voor je club.

Contactpersoon voor de journalist

Wat je ook nooit moet vergeten, is vertellen wie de journalist kan benaderen met eventuele vragen. De schrijver van het persbericht is niet automatisch de woordvoerder. Meestal staan er meerdere namen en telefoonnummers op het persbericht waar de journalist contact mee kan opnemen. Je hoeft in je persbericht niet het hele verhaal voor te kauwen, dan wordt het veel te lang. Bovendien hebben de meeste journalisten genoeg fantasie om zelf dingen te bedenken en als ze het niet weten, kunnen ze dus de contactpersoon bellen. Eventuele bijlagen hoeft je niet meteen mee te sturen. Als je een aankondiging hebt gemaakt voor op het prikbord van je club, kun je die meesturen, maar je kunt er ook in je persbericht naar verwijzen. Als de journalist het wil gebruiken, kan hij het nog altijd bij je opvragen. Hetzelfde geldt

voor foto's die je al hebt. Schrijf je een persbericht omdat jullie clubhuis is verbouwd en geopend gaat worden, dan kun je onder aan het persbericht vermelden dat je foto's van de verbouwing hebt en dat de journalist die op verzoek kan krijgen. Zorg ervoor dat de journalist niet bedolven wordt onder de papieren. Hou het oorspronkelijke bericht zo compact mogelijk, dan kan de journalist altijd zelf nog besluiten aanvullende informatie op te vragen.

Journalistieke eisen

Een persbericht moet aan een paar journalistieke eisen voldoen om sneller op te vallen bij de journalist.

Bij journalistieke teksten gaat het altijd om feiten en nooit om meningen. Je kunt dus wel schrijven dat je 'een geweldig, spannend en enerverend spel' hebt verzonden, maar dat moet de journalist maar zelf uitmaken. Blijf objectief over je eigen activiteit zonder je enthousiasme te verliezen.

Richt je op de hoofdzaken van het bericht. Bijzaken komen pas later en alleen als ze toegevoegde waarde hebben. Schrijf dus bijvoorbeeld dat de kinderen in groepjes de opdrachten gaan uitvoeren, maar het is minder belangrijk dat die groepjes bestaan uit 4 kinderen.

Een journalistieke tekst geeft antwoord op de vijf W's en de H. Deze staan voor Wie, Wat, Waar, Wanneer, Waarom en Hoe. Dus in dit geval: YMCA jongeren organiseren op zaterdag 24 januari om 14.00 uur 'Over de Rooie' in het winkelcentrum. Ze doen dit door middel van het uitvoeren van ludieke opdrachten. In de eerste alinea poog je antwoord te geven op de eerste drie W's, verderop in de tekst komen de andere twee en de H. Zorg ervoor dat je heldere taal gebruikt en zorg voor een heldere structuur.

Opbouw van het bericht

Nu weten we wat er zoal in een persbericht moet staan. Maar hoe bouw je het bericht nu logisch op? Daar zijn standaardregels voor. Een persbericht wordt altijd op dezelfde manier opgebouwd, dan weet de journalist meteen waar de belangrijke informatie staat. Zie het kader op deze pagina.

Versturen van het bericht

Als het persbericht is geschreven, moet het natuurlijk verstuurd worden. Maar naar wie stuur je het bericht? Stel dat je club gevestigd is in een kleine stad, dan kun je je bericht sturen naar de plaatselijke huis-aan-huiskranten, de zondagskrant, de lokale omroep (radio/tv/kabelkrant) en de regionale krant waar je stad onder valt. Let er bij het aanschrijven van de verschillende media wel op dat met name huis-aan-huiskranten maar een keer per week verschijnen. Als je met je

Opbouw van het persbericht

- **Aanduiding afzender**
Staat boven aan het persbericht. De journalist kan direct zien van wie het bericht afkomstig is. Ook het logo van je club, informatie over de naam, adres, telefoon, fax en dergelijke staan bovenaan.
- **Aanduiding persbericht**
- **Datum van verzending**
- **Kop.** Geeft neutraal aan waar het bericht over gaat. Is kort en bondig zonder overbodige lidwoorden.
- **Eerste alinea.** Geef tenminste vier van de vijf W's (wie, wat, waar, wanneer en waarom) en hoe. En geef in het kort de belangrijkste feiten uit het persbericht.
- **Tweede alinea en volgende.** Opbouw van tekst van algemeen naar gedetailleerd.
- **Tussenkoppen.** Geven een snelle oriëntatie op de inhoud van het persbericht.
- **Witmarge.** Aan beide zijden van papier zo'n 4 cm. In de marge kunnen dan aantekeningen gemaakt worden.
- **Afsluitteken.** Geeft aan dat hier tekst eindigt.
- **Aanduiding bijlagen.** Vermeld welke bijlagen zijn ingesloten. Duidelijk na afsluitteken vermelden met een witmarge ertussen.
- **Nadere informatie.** Vermeld naam en functie van personen waar journalist kan informeren. Vermeld ook telefoonnummer, evt. ook privé.

persbericht alleen een aankondiging wilt doen, let er dan op dat wanneer je op een zaterdag een activiteit hebt, dat in de krant van de week ervoor moet staan. De krant moet dan minimaal anderhalve week van tevoren al het persbericht hebben, anders zitten ze al na hun deadline en kan je stuk niet meer in de krant. Om dezelfde reden kan een zondagskrant besluiten geen aandacht aan je te besteden, omdat het niet meer in de krant



(Hier logo en adres, bijvoorbeeld:)

CJV Vlaardingen
Postbus 435
3130 AK VLAARDINGEN

12 januari 2004

De Zondagsbode
Postbus 18
3140 AA MAASSLUIS

Betreft: persbericht

Geachte redactie,

Wij zouden het zeer op prijs stellen als u aandacht wilt besteden aan bijgevoegd persbericht.

Vijftien jongeren van CJV Vlaardingen willen zich op 24 januari op een ludieke manier met het winkelend publiek gaan bemoeien. Dit om in gesprek te komen over of mensen nog wel contact met elkaar hebben en of ze nog dicht bij elkaar in de buurt durven komen.

Nadere informatie kunt u opvragen bij:

(Hier naam invullen, clubleiding)

Tel: (hier nummer(s) invullen)

Fax: (hier nummer invullen)

e-mail: (hier adres invullen)

Bij voorbaat dank voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,
CJV Vlaardingen

(hier naam invullen)
Clubleiding



(Hier logo en adres, bijvoorbeeld:)

CJV Vlaardingen

Postbus 435

3130 AK VLAARDINGEN

Tel: (hier nummer(s) invullen)

Fax: (hier nummer invullen)

e-mail: (hier adres invullen)

PERSBERICHT

12 januari 2004

Jongeren bemoeien zich met winkelend publiek

Gaan mensen over de rooie of wordt het een goed gesprek?

Midden op straat door iemand om een plukje haar gevraagd worden. Dat staat het winkelend publiek in Vlaardingen zaterdag 24 januari vanaf 14.00 uur te wachten.

Met dit soort ludieke acties willen vijftien jongeren van CJV Vlaardingen mensen laten nadenken over het contact dat we met elkaar hebben. Bemoeit u zich nog wel eens met een vreemde, ook al ziet u dat hij wel hulp kan gebruiken? Natuurlijk verwachten de jongeren ook gewoon veel lol te beleven.

Weglopen

Mensen gaan steeds afstandelijker met elkaar om. Zeker als ze de ander niet kennen. De CJV jongeren willen inbreken in de veilige zone die ieder mens om zich heen creëert en het winkelend publiek laten zien dat je ook heel veel plezier kunt hebben als je niet wegloopt voor een vreemde. In verschillende groepjes zullen ze onder andere personen proberen te overtuigen elkaar te dragen en een parcours af te leggen, in een straatkoortje te komen zingen, kledingstukken aan een touw te rijgen en om een met krijt aangegeven vlak op de drukke straat heen te lopen.



