



beleef de natuur!

Hoe benader ik de pers?

Hoe werf je mensen voor je activiteit? Naast een aantal andere communicatiemiddelen, is een berichtje in de krant of op digitale media een fijn middel. Redacties worden echter overspoeld door honderden mailtjes per dag. Hoe val je op? Hoe zorg je ervoor dat jouw bericht wordt geplaatst? We delen graag een aantal tips van redacties van onder andere de Telegraaf, NOS en nu.nl met je.

Stap 1: Het schrijven van een persbericht

- Het begint natuurlijk bij je boodschap. Wat wil je graag vertellen? Wat is je doel? Wil je mensen informeren of ze aanzetten tot actie? Leef je in in de doelgroep. Zorg er voor dat mensen na het lezen van je bericht bijvoorbeeld op een website gaan kijken of zich aanmelden voor een activiteit.
- Denk ook na over de nieuwswaarde. Wat maakt jouw verhaal zo bijzonder? Waarom zou een krant dit bericht plaatsen?

Weetje: Nieuws moet wel nieuws zijn. Als het al ergens anders te lezen is, is het niet meer actueel en aantrekkelijk voor de media.

- Let op je spelling. Slordige taalfoutjes zorgen ervoor dat je persbericht minder serieus wordt genomen.
- Zorg voor volledige informatie. Vermeld bijvoorbeeld altijd de datum, de locatie, de inhoud, de plek voor meer informatie maar ook de kosten van een activiteit.
- Werk je persberichten uit in Word, zonder speciale lay-out. Hierdoor blijft het overzichtelijk, ook op bijvoorbeeld een mobiele telefoon.
- Plaats geen foto's in het persbericht, maar doe dit in de bijlage. Bied meerdere foto's aan waaruit een redactie kan kiezen. De bestanden die je meestuurt moeten niet te groot zijn.

Mailtjes groter dan 5Mb worden vaak automatisch gewist, voordat een journalist het bericht zelfs maar heeft gezien! Je kunt eventueel een link meesturen waarin de foto's in hogere resolutie te downloaden zijn of stuur de foto's na bij meer interesse.

Stap 2: Welke pers schrijf je aan?

- Je boodschap en je doelgroep is bepalend voor het medium dat je gaat aanschrijven. Elke krant heeft een andere doelgroep. De lezers verschillen bijvoorbeeld in leeftijd, opleidingsniveau, interesses, opinie en verspreidingsgebied. Een lokale activiteit stuur je naar een lokaal krantje. Wanneer je een primeur hebt of iets samen doet met andere afdelingen of organisaties is het ook interessant voor regionale pers. Afhankelijk van het onderwerp kan het zelfs leuk zijn voor de landelijke pers. Het blad Vrouw publiceert bijvoorbeeld graag persoonlijke verhalen. NOS is erg geïnteresseerd in onderzoeksresultaten.
- Zoek een medium dat past bij jouw verhaal. Wees daar selectief in. Je kunt beter gericht een krant benaderen, die jouw verhaal vervolgens ook plaatst dan dat je veel redacties benaderd die niks met jouw verhaal kunnen omdat het niet bij hun formule past.
- Er komen steeds meer freelance journalisten in Nederland. Een freelancer is altijd op zoek naar mooie verhalen en vindt het geweldig om samen tot iets goeds te komen. Hij haakt snel aan op onderwerpen. Redacties komen vaak pas in actie wanneer er echt een uitzonderlijke situatie plaatsvindt.

Weetje: Op dit moment is 65% journalist in loondienst en 35% freelancer.

Stap 3: Hoe schrijf je de pers aan?

- De vraag is eerst: wie schrijf je aan? Kijk binnen het medium op welke pagina jouw bericht geplaatst kan worden. Is er een bepaalde rubriek waarop je kunt

aanhaken? In het colofon kun je vaak achterhalen wie de contactpersoon is. Staat het er niet in, bel dan op en vraag wie je moet hebben voor een bepaald onderwerp.

Achterhaal het juiste e-mailadres. Door de journalist persoonlijk en bij naam aan te spreken, vergroot je de kans dat jouw bericht wordt geplaatst.

- Een algemeen e-mailadres werkt vaak minder goed. Secretariaten sturen mailtjes niet altijd door.
- Geef aan in welke rubriek of katern je geplaatst wilt worden.
- Wanneer je je persbericht mailt, vergeet dan niet een pakkende onderwerpregel te bedenken. Journalisten scannen al hun berichten op de onderwerpregel en de eerste regel in het e-mailbericht. Zijn deze regels niet aansprekend, dan wordt je bericht gedelete.

Tip: Het is handig om te doen alsof je een Twitterbericht schrijft, waarbij je maar 140 tekens hebt om je boodschap te formuleren.

- Nabellen na het sturen van een persbericht is goed. Persoonlijk contact zorgt voor een goede relatie. Echter, één keer nabellen is voldoende. Anders kan er irritatie bij de redactie ontstaan.

Stap 4: Wanneer benader je de pers?

- Digitale media is snel, je berichtje komt meteen aan. Stuur het daarom niet te vroeg, maar ook niet te laat. Bij weekbladen volstaat 1,5 week van tevoren.
- Veel bladen communiceren van tevoren al de onderwerpen die in de komende uitgaven verschijnen. Hier staat ook vaak een aanleverdatum genoemd.
- Een nieuwsloze zomer biedt meer kansen om jouw verhaal onder de aandacht te brengen dan Koningsdag.

Stap 5: Nazorg

- Sociale media kun je inzetten om dialogen te creëren. Plaats interessante informatie zodat mensen het kunnen delen of liken. Gebruik geen Facebook om journalisten aan te spreken, maar Twitter en LinkedIn. Journalisten gebruiken met name Twitter veel omdat ze snel korte berichten kunnen delen.
- Volg onderwerpen die je interesse hebben; bijvoorbeeld via de hashtag op Twitter. Meng je in discussies zodat je zichtbaar bent. Tegelijkertijd ben je op de hoogte over wat mensen over dit onderwerp zeggen.

Weetje: 84% van de journalisten vindt een persbericht belangrijk als bron.

Meer weten?

Op OnsIVN staan voorbeelden van persberichten. Ook vind je hier tips over hoe je persberichten schrijft.