



Whitepaper: handleiding voor het maken van effectieve persberichten

Denk en schrijf als een journalist

Met een persbericht 'het nieuws halen' is geen sinecure. Om jouw boodschap in het nieuws te krijgen, moet je langs één of meer journalisten. Slechts een héle kleine selectie persberichten haalt -al dan niet in bewerkte vorm- de redactionele pagina's.

Journalisten hebben bovendien een héél ander belang dan jij. Jij zoekt een publiek voor je verhaal. Maar **zij zoeken op de eerste plaats nieuws**. Geef ze dus iets dat ook zij belangrijk genoeg vinden om de wereld te vertellen. Hoe doe je dat? En hoe verpak je jouw verhaal in een heldere, journalistieke tekst? Hier volgen een aantal richtlijnen die je helpen bij het maken van een effectief persbericht.

Verplaats je in de journalist

Denk bij het schrijven als een journalist. Die moet in een relatief kort tijdsbestek veel redactionele kolommen vullen met nieuws. Maak het de nieuwsredacteur dus makkelijk. Zorg in de eerste plaats dat je **een nieuwswaardig feit centraal stelt** in je bericht. Bedenk daarbij dat een journalist andere dingen belangrijk vindt dan jij. Maar met wat creativiteit kun je vaak wel aanhaken bij de actualiteit of zelf nieuws 'maken'. ([lees ook...](#))

Schrijf als een journalist

Stel je bericht zo op dat het **nauwelijks bewerking meer nodig heeft**. Er wordt wel gefluisterd dat journalisten 'lui' zijn. Doe daar je voordeel mee. Een goed geschreven nieuwsbericht hoeft door de redacteur nauwelijks of niet geredigeerd te worden. Het kan gewoon overgenomen worden.



"The hard part will be writing
the *tutorial*."

© Baloo

Grijp de aandacht en verleid de lezer

Zorg dat je **een pakkende en prikkelende kop** maakt die de journalist verleidt tot verder lezen. Reik de nieuwsredacteur meteen het nieuws aan. Doe dat in de kop en de lead (de inleidende alinea). Probeer in de lead (niet meer dan circa 50 woorden) de meest elementaire vragen te beantwoorden: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe?

Bouw je tekst vervolgens helemaal 'topisch' op. Dat wil zeggen dat het belangrijkste steeds eerst wordt verteld. Alle vervolgzinnen gaan dieper op het onderwerp in. Als je een nieuw thema aansnijdt, begin je ook een nieuwe alinea. Alle afzonderlijke alinea's verhouden zich ook weer op diezelfde wijze tot elkaar. Op die manier bouw je een tekst waarvan de kop het belangrijkste is en 'de staart' van de tekst het minst belangrijk. Een goed geschreven nieuwsbericht kun je dus van onder af inkorten.

Hanteer een journalistieke schrijfstijl

Probeer puntig en prikkelend te schrijven. **Vermijd lange zinnen.** Journalisten gebruiken liever een punt dan een komma. Een lange zin wordt vaak veel begrijpelijker als je tussen- en bijzinnen verandert in op zichzelf staande zinnen.

Ook de toonzetting van je bericht kun je in een journalistiek jasje gieten. Onderscheid jouw tekst duidelijk van een reclametekst. **Vermijd al te wervende taal en persoonlijke meningen.** Hou je bij de feiten en vermeld steeds duidelijk je bronnen. Vooral dat laatste wordt door journalisten op prijs gesteld. Het geeft ze de mogelijkheid om eventueel feiten te checken, of om op een onderwerp bij de juiste persoon door te vragen (en dat geeft jou of jouw organisatie weer de kans om met een redacteur in gesprek te komen).

Bouw relaties op met nieuwsredacties

Kies zorgvuldig de aanleiding voor je persbericht. **Val journalisten niet lastig met onbruikbare persberichten.** Bouw zorgvuldig een relatie op met (voor jou relevante) nieuwsredacties. Gebruik het zogenaamde Pavlov-effect. 'Leer' de redacteuren dat jij altijd iets zinvols te melden hebt. Op die manier zullen jouw berichten altijd met meer aandacht gelezen worden.

Huishoudelijke mededelingen en nuttige bijlagen

Een persbericht sluit je bij voorkeur af met **aanvullende informatie voor de redactie**. Zorg dat de redacteuren weten waar ze terecht kunnen met hun vragen. Geef namen, mailadressen en telefoonnummers op van contactpersonen of verwijs naar andere bronnen.

De 'noot voor de redactie' is in de opmaak duidelijk gescheiden van het nieuwsbericht zelf. Geef ook aan dat deze informatie niet voor publicatie bedoeld is. Je wil immers niet dat persoonlijke contactgegevens worden verspreid via de media.

Soms is het zinvol om aanvullende informatie als bijlage mee te sturen met het persbericht. Denk bijvoorbeeld aan een rapport. Ook beeldmateriaal wordt vaak op prijs gesteld. Als je foto's meestuurt, is het wel belangrijk dat die rechtenvrij te gebruiken zijn.

Tenslotte kan het heel handig zijn voor een redacteur om het persbericht ook als pdf-bestand te hebben. Om te archiveren bijvoorbeeld.

Meer weten?

Wil je meer weten over effectieve persberichten? Bijvoorbeeld hoe je zelf 'nieuws maakt' om de [aandacht te vestigen op jouw evenement](#)? Of hoe je een geschikt 'nieuwshaakje' vindt voor jouw verhaal? Hou dan ook [de blogs en whitepapers](#) op deze website in de gaten.

Kom je er niet uit? Bel dan even: 085-8768874

[©Snappy Persdiensten 2015](#)

Vind je dit nuttige informatie? Deel het met je vrienden!