Tips voor het schrijven van een persbericht

Hulp nodig bij het schrijven van een persbericht? Met deze tips helpen we je op weg.

Een aantrekkelijk persbericht

Een persbericht is een nieuwsbericht waarin je kort en krachtig de belangrijkste feiten weergeeft. Het intro, het zwartgedrukte eerste tekstje, geeft antwoord op vijf belangrijke vragen: wie-wat-wanneer- waarom-waar en hoe.

Opbouw van een persbericht

In de tekstblokjes daaronder kun je bepaalde elementen (het 'wie' of 'wat') nader uitwerken of toelichten. Geef ook informatie over het doel (KWF) en de doelstellingen van de organisatie. In de voorbeeldteksten is deze informatie al pasklaar voor je op papier gezet.

Woordkeus

Je kunt ook de opbouw van de voorbeeld-persberichten aanhouden voor je eigen nieuws. Let erop geen moeilijke woorden te gebruiken: schrijf je boodschap op zoals je het een bekende zou vertellen. Kijk ook bij de slimme tips & trucs voor het schrijven van een persbericht!

Geef meer informatie

Onder het persbericht kun je ruimte maken voor informatie voor de redacteur of journalist. Laat weten waar en hoe je bereikbaar bent en of er meer informatie te vinden is, bijvoorbeeld online.

Persbericht verzenden

Een persbericht kun je het beste verzenden per e-mail. Via de websites van lokale en regionale nieuwsorganisaties kun je vaak het redactieadres vinden. Denk ook aan de lokale radio en televisie en gezondheidsorganisaties. Vermeld in de onderwerpregel dat het een persbericht betreft en verwerk de naam KWF erin.

Zelf uitzenden

Je kunt het persbericht ook plaatsen op je eigen website en via Facebook, LinkedIn, Twitter of Instagram verwijzen naar je link. Zo vergroot je de kans dat meer mensen je bericht lezen.

Verlevendig het bericht

Een foto of filmpje kan het persbericht verlevendigen en doen opvallen tussen de stapels die binnenkomen. Heb je beeldmateriaal? Voeg dit dan toe, of bied aan het op verzoek te verzenden (vooral wanneer het een groot bestand betreft).

Tips & trucs

Pakkend intro

Zorg ervoor dat de lezer in het intro (het dikgedrukte begintekstje) meteen antwoord krijgt op de vragen: wat gebeurt er, wie doet het, waarom wordt het gedaan en hoe. Verwerk ook het waar en wanneer. Sluit af met een prikkelende zin of die de lezer nieuwsgierig maakt om verder te lezen. Een bondig intro telt maximaal 50 woorden.

Verleid de lezer

In de tekst onder het intro is ruimte in 1 of 2 alinea's om de zaken uit het intro (wie, wat, waarom en hoe) nader toe te lichten. Door deze informatie af te wisselen met citaten van de vrijwilligers, wordt de tekst persoonlijk, levendig en herkenbaar voor de lezer.

Duidelijk slot

In de laatste alinea wordt het doel en het werk van KWF Kankerbestrijding nader toegelicht. Sluit de tekst af met een positieve, actieve oproep om op te staan tegen kanker.

Check je boodschap

Zijn de vragen wie/ wat/ waar/ wanneer waarom en hoe beantwoord in het bericht? Lees nauwkeurig na of ook 'details' als (actie)websites, data en locaties goed vermeld staan in het persbericht, zodat de lezer weet wat hij moet doen/ waar hij terecht kan!