

## 10 tips voor het schrijven en versturen van een persbericht

Een bekende verzuchting is: *"Wij sturen vaak een persbericht, maar ze worden nooit geplaatst."*

Hoe komt dit? Wat zijn eisen die media stellen aan een persbericht? Zorg dat de informatie die de bewonerscommissie geeft nieuwswaardig is. Dat lijkt een open deur, maar dat is het niet, gezien het feit dat veel persberichten direct in de prullenbak verdwijnen.

1. Zorg voor een invalshoek met nieuwswaarde. Voorbeelden: a) Er is een nieuw nummer van onze bewonerskrant uit. b) Na overleg met de woningcorporatie is er een sociaal plan voor de renovatie waarin de belangen van de huurders goed uit de verf komen.
2. Zet erboven: P E R S B E R I C H T en een datum.
3. Geef in de kop en eerste alinea van het persbericht een antwoord op de 5 W's: wie, wat, waar, wanneer, waarom. De H, het hoe, wordt in de tekst behandeld.
4. Maak een persbericht niet langer dan een A4-tje: schrijven is schrappen.
5. Gebruik geen reclametaal of beleidstaal. Klop jezelf niet teveel op de borst.
6. Een goed persbericht is concreet en in de bedrijvende vorm geschreven. Voorkom woorden als 'worden', 'kunnen' en 'zullen'.
7. Controleer de tekst goed op spelling- en taalfouten. Laat iemand anders de tekst nog eens kritisch doorlezen.
8. Vermeld onderaan na een stippellijn 'Niet voor publicatie: noot voor de redactie': waar is nadere informatie te verkrijgen (contactpersoon bewonerscommissie – deze moet wel bereikbaar zijn!).
9. Verstuur een persbericht per e-mail, liefst ter attentie van een persoon die je hebt leren kennen bij de desbetreffende redactie. Foto's en bijlagen bij voorkeur als links in de mail. Bijlagen verkleinen de kans dat er iets met je persbericht wordt gedaan.
10. Altijd nabellen! Maar niet op het moment van de deadline van het medium dat je benadert.

Wanneer je deze tips toepast, vergroot je de kans je persbericht de gehoopte publiciteit oplevert. Een goed persbericht schrijven en het op de juiste wijze aanbieden is een eerste stap, maar gericht distribueren (aan welke media en daarbinnen welke contactpersoon) is het geheim van succes. Bouw dus een goede perslijst op. Wijkkranten en lokale media, verhuurder, stadsdeel, Wijksteunpunt Wonen, wijkcentrum, Huurdersvereniging Amsterdam, huurderskoepel, enz.