

Hoe schrijf ik een persbericht?



Inhoudsopgave

1. Wat is een persbericht?
2. Een pakkend persbericht
3. Template

1. Wat is een persbericht?

Een persbericht is een bericht waarmee je de media formeel op de hoogte kunt stellen van jouw nieuwswaardige actie of boodschap. Het doel van een persbericht is om ervoor te zorgen dat:

- De media **over jouw actie/gebeurtenis** verslag gaat doen;
- En/of de media **jouw framing overneemt**;
- De media jou weet te vinden. Het belangrijkste is: **contact leggen!**

Soms nemen (kleine) mediaplatforms persberichten integraal over. Meestal gaat het dan om persberichten met betrekking tot kleine, feitelijke gebeurtenissen. Denk bijvoorbeeld aan het aftreden of aantreden van de directeur van een grote organisatie, of een bekend figuur. Hoe 'neutraler', zakelijker en professioneler jouw persbericht, hoe groter die kans is.

In andere gevallen helpen persberichten journalisten meteen een goed beeld te krijgen van alle belangrijke informatie rondom jouw actie of gebeurtenis en om eventuele verslaglegging hierover te pitchen bij hun baas.

2. Een pakkend persbericht

De kans dat een journalist met jouw persbericht aan de slag wil, is groter wanneer je hiermee het werk van de journalist makkelijker maakt! Er is heel veel nieuws om iets mee te doen, dus hoe laagdrempeliger de journalist met jouw persbericht aan de slag kan, hoe groter de kans dat het niet ondergesneeuwd raakt. Zorg er daarom voor dat jouw persbericht:

- **Duidelijk** laat zien dat jouw actie of gebeurtenis **nieuswaardig** is;
- **Kernachtig en gefocust** op jouw nieuwswaardige actie of gebeurtenis; haal er dus niet te veel randzaken bij;



- **Volledig** is: de journalist moet in de eerste alinea van jouw persbericht in één oogopslag alle belangrijke informatie kunnen zien;
- **Niet te 'gekleurd' lijkt.** Hierbij gaat het vooral om: heel feitelijk, onpartijdig, etc.;
- **Correct** is (!). Je persbericht moet kloppend zijn. Voorkom dat je achteraf een rectificatie moet sturen, omdat er foutieve informatie in stond;
- Eventueel eigen **beeldmateriaal** bevat. Zeker wanneer er geen media of weinig mensen aanwezig zijn die foto's maken bij jouw actie;
- Ook **op je website / Indymedia / eventueel social media** staat. Dat kan maken dat jouw persbericht serieuzer wordt genomen. Tag op social media eventueel journalisten.

Verstuur je persbericht per mail. Zet in het onderwerp PERSBERICHT: [de headline van jouw artikel] met daarachter 'voor onmiddellijke publicatie' / 'onder embargo'. **Onder embargo** betekent dat jouw persbericht nog vertrouwelijk en pas mag worden vrijgegeven na een bepaalde deadline. **Vermeld deze deadline** (onder embargo tot dag, datum en tijd) duidelijk en direct bovenaan jouw persbericht.

⚠ **LET OP: zet journalisten / mailadressen in de BCC!**

3. Template

PERSBERICHT – VOOR DIRECTE PUBLICATIE – 'INSERT EEN TITEL DIE NIEUWS BEVAT EN DE AANDACHT GRIJPT'

Plaats, datum – De eerste zin is meteen nieuwswaardig en bevat de *wie, wat, waar, wanneer* van een nieuwe gebeurtenis. Bijvoorbeeld:

'Om twaalf uur vanmiddag heeft een groep van zo'n tweehonderd studenten en medewerkers een kamp opgezet op Roeterseiland om de Universiteit van Amsterdam op te roepen de banden met Israël te verbreken.'

In het verdere verloop van de paragraaf kan er iets meer *wie/wat/waar/wanneer* genoemd worden. Maar alles in deze paragraaf moet nieuwe informatie bevatten.

'Woordvoerder [verzonnen of echte naam]:

'Dingen die opgevat kunnen worden als niet-neutraal, kan je in de mond leggen van een van de woordvoerders. Dan kan er meer emotie bij en hoeft het niet feitelijk of nieuw te zijn'



De tweede paragraaf is een **verdere uitwerking**. Alles in de eerste paragraaf moet meteen **nieuwswaardig** zijn. Deze tweede paragraaf mag context bieden, maar het liefst context die relevant is voor het waarom van de nieuwswaardige actie. Dus niet per se context als 'er is een genocide gaande,' maar specifieker, zoals:

- 'Halsema hees de Israëlische vlag in oktober,'
- 'organisatie Control Alt Delete heeft zich in het verleden al herhaaldelijk uitgesproken over politiegeweld,'
- 'De VU heeft na een zorgvuldig proces de banden met de fossiele industrie geïnventariseerd en besloten de banden met hun te verbreken vanwege de klimaatcrisis, als academische gemeenschap vinden we het redelijk dat onze universiteiten hetzelfde doen omwille van genocide,'
- 'verschillende Palestijnse studenten geven aan zich machteloos te voelen ten opzichte van de onwil van het universiteitsbestuur.'

Deze paragraaf moet dus het *nieuwswaardige* uit de eerste alinea contextualiseren in de smalle context waarbinnen de gebeurtenissen plaatsvinden. Ook hier kan je een citaat van een woordvoerder plakken voor de meer controversiële punten.

In de derde paragraaf kan je nog **verder uitzoomen of context bieden**. Over Palestina/Israel; genocide; scholasticide; politiegeweld; studenten activisme; etc. Koppel het aan een van de **kernboodschappen** die jullie gezamenlijk geformuleerd hebben, die aansluit bij jullie **strategie van verandering**, de **mensen die jullie willen aanspreken**, en de verschillende **'pillars of power'** die jullie onderuit willen halen.

Journalisten zijn net zo overwerkt als ieder ander, maak dus hun werk zo makkelijk mogelijk. Ze zien het als hun taak om objectief verslag te doen van gebeurtenissen, en willen het laten overkomen alsof ze grondig onderzoek hebben gedaan.

Controversiële statements in de mond van een woordvoerder leggen, maakt dat ze niet zelf verantwoordelijkheid hoeven nemen over die woorden (wat wel moet als ze dat statement uit je persbericht copy-pasten). Ook leidt dat ertoe dat het lijkt alsof ze gewerkt hebben en zelf onderzoek gedaan hebben, want zo lijkt het in een artikel alsof ze op locatie daadwerkelijk met mensen gesproken hebben.

Niet voor publicatie – noot voor de redactie

Perswoordvoerder '(nep) naam van woordvoerder': 06 (telefoonnummer perstelefoon)



Onze social media (alleen als die 'goed' en up to date zijn):

Links naar Bluesky,
Instagram,
Website

Andere bronnen:

Link naar bevriende 'andere kant van het verhaal' bronnen, zoals statement van medewerkers; iets van de ASVA; statement van CSR of COR (deze bronnen werken omdat journalisten vaak 'both sides' willen laten zien. Door je eigen 'andere kant' toe te voegen, is het aannemelijker dat zij naar hun opdrachtgever kunnen doen alsof ze twee verschillende kanten gesproken hebben, bijvoorbeeld de studentenvakbond en jullie; i.p.v. een zionistische club en de politie en jullie).

Achtergrond BDS movement;
Achtergrond Palestina-Israel;
Geschiedenis studentenprotesten.



Wij zijn Stroomversnellers

Stroomversnellers is een trainerscollectief van ervaren campaigners, organizers, facilitatoren en trainers. We zijn allemaal actief (geweest) bij milieuorganisaties, burgerinitiatieven, vakbonden of anti-racisme initiatieven. Zo hebben we zelf met vallen en opstaan geleerd hoe je een effectieve campagne organiseert, een organisatie opbouwt en sociale verandering tot stand brengt.

We blijven constant bijleren en delen onze kennis en ervaringen graag met anderen. Want de wereld gaat niet vanzelf de goede kant op, integendeel. Alleen met veel en goed voorbereide mensen komt een andere samenleving dichterbij. Daarom ondersteunen wij allerlei groepen die strijden voor sociale en ecologische rechtvaardigheid met advies, strategie/- of brainstormsessies, (actie)trainingen en workshops. Zo kunnen we samen groeien, onze slagkracht vergroten en de wereld verbeteren!

Toolbox voor bewegingen

Deze handleiding is onderdeel van de 'toolbox voor bewegingen'. Deze toolbox bevat nog meer korte digitale handleidingen, met basiskennis over strategie, bewegingsopbouw, actievoeren en organizing. Een goede basis voor de beginnende activist, maar ook verfrissend voor de gevorderde veranderaar. [Hier](#) vind je ook alle andere reeds gepubliceerde handleidingen.

Ook wij houden van leren

Dus heb je ideeën om deze handleiding te verbeteren of aan te vullen met jouw ervaringen? Laat het ons weten!

www.stroomversnellers.org
info@stroomversnellers.org

IG: [@stroomversnellers](https://www.instagram.com/stroomversnellers)
FB: [TrainerscollectiefStroomversnellers](https://www.facebook.com/TrainerscollectiefStroomversnellers)
Bluesky: [@stroomversnellers.bsky.social](https://bsky.app/profile/stroomversnellers.bsky.social)
Linkedin: [Stroomversnellers Trainers](https://www.linkedin.com/company/stroomversnellers-trainers)

STROOMVERSNELLERS 

