

Het persbericht

De manier waarop het persbericht wordt opgesteld is van cruciaal belang voor het verslag dat in de media zal verschijnen. Niet alleen de inhoud, maar ook de vorm speelt een grote rol. Hoe meer de vorm van uw persbericht lijkt op die van een krantenartikel, hoe meer kans u hebt dat dit persbericht op de gewenste manier verwerkt zal worden.

De redacties krijgen immers dagelijks een massa informatie te verwerken. Indien uw persbericht slecht is opgesteld, loopt u het risico dat de journalist uw informatie niet overneemt of dat hij de boodschap die u wilt overdragen op zijn manier herschrijft en zo onbewust vervormt.

Hierna volgen enkele regels en tips om u te helpen bij het correct opstellen van een persbericht.

Wanneer gebruikt u een persbericht?

De beslissing om een persbericht op te stellen is niet het gevolg van een plotse ingeving. We moeten in feite voortdurend kijken welke informatie interessant kan zijn voor de media en aan de pers kan worden meegedeeld.

Het persbericht heeft een duidelijk doel. Het kan louter informatief zijn, of eerder gericht zijn op de public relations, bijvoorbeeld om het beleid van de organisatie te ondersteunen.

Het feit dat we interessante informatie denken te bezitten, is echter geen garantie dat ze ook zal leiden tot een informatieve behandeling. De media worden overspoeld door informatie en iedereen denkt dat zijn informatie belangrijk is. De beperkingen in tijd en ruimte verplichten de media dus om keuzes te maken.

We moeten nagaan of onze informatie de interesse kan opwekken en tevens analyseren of het persbericht de beste formule is.

Deze analyse is vooral nodig tijdens een crisis.

Selectie van de informatieve elementen

Een persbericht wordt opgebouwd rond informatie. Het is aanbevolen zich te beperken tot één informatie-element per persbericht.

Vanaf het begin moet de essentiële informatie duidelijk worden gescheiden van de bijkomende informatie. Op basis van deze scheiding maken we het persbericht.

De eigenlijke redactie

Een persbericht wordt opgesteld in een journalistieke stijl. Zoals gezegd is een journalist iemand die moet leven met strikte voorwaarden inzake ruimte en tijd. Onnodig te zeggen dat de

journalist niet lang zal aarzelen om te kiezen tussen een artikel dat zonder veel wijzigingen klaar is voor verspreiding en een artikel dat volledig moet worden herwerkt.

Laten we vervolgens de elementen analyseren die bijzondere aandacht verdienen.

De titel

De titel moet de aandacht trekken en de nieuwsgierigheid prikkelen. Uw titel moet dus kort en pakkend zijn, zonder echter te vervallen in de koppen van sensatiebladen.

De titel moet tevens verwijzen naar de inhoud van het artikel. Als eerste gelezen informatie-element moet de titel de lezer een idee geven van het algemene onderwerp van de tekst en hem uitnodigen om verder te lezen.

De opbouw van de tekst

De tekst begint met een alinea van 5 tot 7 regels die dient als samenvatting van de voornaamste informatie (de lead). Het vervolg van de tekst bestaat uit verschillende alinea's waarin de verschillende verklarende elementen aan bod komen. Deze manier van werken biedt verschillende voordelen:

- de lezer begrijpt meteen de essentie van de boodschap;
- als de journalist moet snoeien in de tekst, zal hij dat doen in de verklarende elementen zonder de boodschap te vervormen.

Het is belangrijk een tekst op te stellen samengesteld uit alinea's die elk onafhankelijke onderdelen zijn. Het weglaten van een van deze onderdelen mag de betekenis van de boodschap niet vervormen. Elke alinea moet beginnen met de essentiële informatie, met daarna een uiteenzetting van de hoofdgedachte.

De inhoud

Een persbericht bevat alleen feiten. Vermijd dus commentaren die tot het journalistieke gebied behoren. Het persbericht mag dus geen opiniestuk zijn.

Controleer of alles wat u schrijft wel klopt.

Alle informatie uit de titel moet in de tekst worden verwerkt. Uw tekst moet de fundamentele vragen beantwoorden: wie, wat, waarom, wanneer, waar en hoe.

De stijl

Een persbericht moet zo zijn opgesteld dat iedereen het kan begrijpen, want het gaat om massacommunicatie. Gebruik bij voorkeur een journalistieke stijl en een eenvoudig, duidelijk, bondig taalgebruik dat bij de gesproken taal aanleunt. Vermijd jargon, afkortingen en moeilijke woorden.

Gebruik correct Nederlands.

Maak liefst korte zinnen. Zorg ervoor dat alles van de eerste keer duidelijk is voor de lezer. Er is niets vermoeiender dan zinnen te moeten herlezen om te begrijpen wat de auteur precies wil zeggen. Probeer zoveel mogelijk te vermijden dat de journalist fouten zou maken tijdens de adaptatie van de oorspronkelijke tekst.

Vermijd dus zelf ook fouten.

De vormgeving

Een persbericht wordt voorgesteld in A4-formaat. Probeer de lengte van uw tekst tot deze pagina te beperken. Er kunnen eventueel bijlagen worden toegevoegd, bijvoorbeeld met technische gegevens, statistieken,...

Naast uw tekst moeten de volgende gegevens in het bericht staan:

- de gegevens van de entiteit of dienst die het persbericht stuurt;
- de vermelding "persbericht" of "mededeling aan de pers";
- eventueel een embargo en de einddatum ervan;
- de naam en het telefoonnummer van een contactpersoon bij wie de journalisten terecht kunnen voor meer informatie.

De verspreiding

Het tijdstip

Verzend uw tekst op tijd, vooral bij onverwachte evenementen. Het persbericht wordt idealiter zo vroeg mogelijk op de dag verspreid. Hoe langer het duurt, hoe meer kans u de media geeft om elders elementen te zoeken.

Het eerste criterium moet de snelle reactie blijven.

Moet men een verspreiding op vrijdagen vermijden? Alles hangt af van het onderwerp dat men wil behandelen en van de over te dragen boodschap. De weekendkranten worden het meest gelezen!

Dat kan de gelegenheid vormen om achtergrondartikels te maken over een bepaald thema, enz. Wacht echter niet tot vrijdag 17uur om een persbericht te verspreiden. Het onderwerp dreigt niet aan bod te komen bij gebrek aan plaats in de media.

Zelfde redenering voor de vakantieperioden: in die periode is er meer plaats in de tv-journaals en de geschreven pers waarvan moet worden geprofiteerd. Maar dat hangt uiteraard opnieuw van het onderwerp af. De vakanties vormen altijd de gelegenheid om thema's te behandelen zoals verkeersveiligheid, inbraakpreventie, maar ook andere relatief softe thema's zoals veiligheidspatrouilles.

Vermijd echter zoveel mogelijk de drukke perioden: opening van het parlementaire jaar, ernstige internationale actualiteit...

De geadresseerden

Meestal wordt het persbericht verzonden naar het persagentschap Belga en naar de directies van televisie, radio en kranten.

De ervaring leert ons dat een verzending naar Belga alleen geen zekerheid biedt dat het bericht verder wordt doorgestuurd, vooral als men timing belangrijk vindt.

Als u een vertrouwensrelatie heeft opgebouwd met een journalist gespecialiseerd in de informatie die toevallig het onderwerp van uw persbericht vormt, kunt u het bericht uiteraard rechtstreeks naar de betrokkene sturen. In dat geval hoeft u het persbericht niet meer naar de redactie te sturen waar deze persoon werkt.