

Tips voor lokale persbenadering

Gebruik jouw netwerk en vraag lokaal en regionaal aandacht voor de Week van de Mediawijsheid en jouw activiteiten tijdens de campagne. Denk hierbij aan lokale en regionale media, of bekende personen, bloggers, influencers uit de regio. Dit kan zowel voorafgaand, als tijdens de Week van de Mediawijsheid.

Stap 1: Voorbereiding

Free publicity ofwel gratis publiciteit voor je activiteiten vraagt om een systematische en doordachte aanpak, omdat deze vorm van publiciteit afhankelijk is van de bereidheid van journalisten.

Tip 1: *bedenk een systematische aanpak. Maak bijvoorbeeld een overzicht van de persactiviteiten die je als organisatie wilt ondernemen.*

Stap 2: Persstrategie bepalen

De volgende stap is het vaststellen van een persstrategie. Verstuur je alleen persberichten, ga je telefonisch contact zoeken met journalisten of ga je ook actief promotiemateriaal inzetten? Kijk hierbij ook naar de haalbaarheid en tijdsinvestering die je wil doen.

Tip 2: *Bepaal welke middelen je wilt inzetten. Denk hierbij aan beschikbaar campagnemateriaal, persberichten, sociale media en het netwerk van jouw organisatie.*

Stap 3: Nieuwswaarde creëren: journalistieke vertaling

Het genereren van *free publicity* begint met een journalistieke vertaling van de boodschap naar de verschillende doelgroepen die je wilt bereiken. Vervolgens moet dit bericht worden gecommuniceerd via de media. Een belangrijke pijler van *free publicity* is de nieuwswaarde van de informatie. Vraag je bij het creëren van nieuwswaarde wel af welke informatie voor de journalist interessant genoeg is om een artikel over te schrijven. Een te algemene boodschap wordt vaak niet opgepikt.

Tip 3: *Maak een journalistieke vertaling van de boodschap. Mediawijsheid in het algemeen zegt mensen weinig. Maak het concreet door bijvoorbeeld thema's te kiezen en concrete activiteiten te benoemen. Geef daarbij ook aan voor welke doelgroep het thema en de activiteiten geschikt zijn.*

Tip 4: *Gebruik de 5 W's en H om jouw boodschap te concretiseren: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe.*

Tip 5: *Zorg voor een goed persbericht. Gebruik hiervoor ook de bouwstenen uit dit document.*

Stap 4: Medialijst samenstellen

Naast het benaderen van de pers met behulp van jouw persstrategie, is het belangrijkste om een medialijst samen te stellen. Onderzoek welke media in jouw omgeving interessant zijn en achterhaal contactgegevens.

Tip 6: Maak een medialijst: noteer o.a. de NAW/ e-mailadressen/ telefoonnummers/doelgroepen. Voeg eventueel het verspreidingsgebied en de oplage toe.

Tip 7: Probeer ook relaties op de te bouwen met lokale journalisten. Dit maakt het contact en de persbenadering in de toekomst makkelijker.

Stap 5: Persaankondiging

De volgende stap is het benaderen van de pers.

Tip 8: Bedenk wanneer je het persbericht het liefst in de media geplaatst wilt hebben. Net voorafgaand aan de Week van de Mediawijsheid of juist tijdens of daarna? Stuur het persbericht op tijd naar de pers.

Tip 9: Bij o.a. kranten, bladen en tijdschriften wordt er een sluitingsdatum gehanteerd voor een bepaalde periode. Onderzoek wat de sluitingsdata zijn van de media die je wilt benaderen.

Tip 10: Informeer de contacten die je hebt samengesteld voor de medialijst bij Stap 4. Stel bijvoorbeeld de vraag of zij interesse hebben om aanwezig te zijn bij een activiteit. Ook kun je als organisatie een gesprek of interview aanbieden met de directie van bijvoorbeeld de bibliotheek.

Stap 6: Versturen persbericht

Het is tijd om het persbericht daadwerkelijk te versturen.

Tip 11: Plaats het persbericht in de e-mail en voeg een kopie toe in pdf. Maak het persbericht pas in de e-mail op. Dit kun je doen door de tekst te plakken in de e-mail als 'platte tekst' (of 'rich tekst') en daarna de gewenste opmaak te kiezen. Plaats onderaan de afzender van het bericht.

Tip 12: Plaats bij het onderwerp van de e-mail: PERSBERICHT [+ titel van bericht].

Tip 13: Voeg eventueel een interessante illustratie of foto toe. Gebruik hiervoor een JPEG-bestand of een PNG-bestand, zodat het bericht niet te groot wordt om te versturen.

Tip 14: Vaker persberichten versturen? Gebruik betaalde tools, zoals [Smart PR](#) om je contacten en mailings uit te sturen.

Bouwstenen persbericht

PERSBERICHT

TITEL

[PLAATS] [DATUM]

1. *[Titel: nieuwswaarde creëren. Bevat de essentie van het bericht en spoort de journalist aan om verder te lezen] Bijvoorbeeld:*

[NAAM ORGANISATIE(S)] doet mee aan de Week van de Mediawijsheid

of

[NAAM WORKSHOP] tijdens de Week van de Mediawijsheid

2. *[Intro: kort en bondig nieuws weergeven. Wie, wat, waar, wanneer, waarom?] Bijvoorbeeld:*

Van 4 tot en met 11 november vindt de Week van de Mediawijsheid plaats, de jaarlijkse bewustwordingscampagne over het kritisch en actief omgaan met media. De week draait dit jaar met het thema ‘Like en Cancel’ om prosociaal gedrag online. In het hele het land gaan kinderen, volwassenen en senioren in buurthuizen, bibliotheken, op scholen en in zorginstellingen met dit thema aan de slag. Ook in [NAAM PLAATS] organiseert/organiseren [ORGANISATIE(S)] activiteiten om met elkaar in gesprek te gaan over sociale mediagebruik en ervaringen in de online leefomgeving.

Aan de slag met mediawijsheid

3. **Opsomming activiteiten:** schrijf een uitnodigende tekst over de activiteiten en geef de belangrijkste informatie, zoals: datum, tijd, locatie en manier van aanmelden.

De Week van de Mediawijsheid

De Week van de Mediawijsheid is een jaarlijks terugkerende publiekscampagne en een initiatief van Netwerk Mediawijsheid. Netwerk Mediawijsheid wordt aangestuurd door vijf toonaangevende organisaties op het gebied van mediawijsheid: ECP | Platform voor de InformatieSamenleving, Kennisnet, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Human en de Koninklijke Bibliotheek. Daarnaast werken ook veel media en netwerkpartners vanuit hun eigen expertise mee aan de Week van de Mediawijsheid als mediapartner of ambassadeur. Kijk voor meer informatie over de Week van de Mediawijsheid op weekvandemediawijsheid.nl.

Noot voor de redactie: Wilt u een kijkje nemen tijdens een activiteit? Neem dan contact op met [NAAM CONTACTPERSOON]. Voor inhoudelijke vragen over de Week van de Mediawijsheid kunt u contact opnemen met Emma Postma via mediawijsheid@issuemakers.nl of 020-3455088.

Leuk om toe te voegen:

- *Foto van eerdere activiteiten*
- *Quote van een collega of samenwerkingspartners*