

## Contacten met de pers

### Aandacht voor bowling

Het is niet eenvoudig om de bowlingsport in de pers onder de aandacht te brengen, zo is de afgelopen jaren gebleken. Helaas is het (tot op heden) nog geen 'Studio Sport-item'. Toch liggen er voor bowlingverenigingen kansen om op lokaal niveau de publiciteit te zoeken! In dit document vindt u een aantal tips.

### Persberichten

Als er een gebeurtenis is die u als vereniging in de krant wilt hebben, kunt u ervoor kiezen om een persbericht te schrijven. Een persbericht dient echter wel een bepaald format te hebben om aandacht van de pers te krijgen. Meer informatie over dit format vindt u op pagina 2 van dit document. Wat naast het format belangrijk is, is dat het bericht enige exclusiviteit heeft. Om de relevantie van een bericht in te schatten en de kans op plaatsing te verhogen, is een eenvoudig hulpmiddel ontwikkeld: de ABABA-formule. De letters ABABA vormen een afkorting van de woorden actualiteit, belangrijkheid, afwijking, belangstelling en autoriteit.

- **Actualiteit:** geeft aan dat de gebeurtenis recent moet hebben plaats gevonden of - nog beter - nog moet plaatsvinden. Dingen die lang geleden gebeurd zijn, hebben in de regel geen belang meer. Dit geldt zowel voor de journalist als voor de lezers!
- **Belangrijkheid:** dingen die voor een vereniging buitengewoon belangrijk zijn, zijn dat in veel gevallen niet voor mensen die geen lid zijn van die club. De verspreider van het persbericht zal zich dus moeten verplaatsen in de lezer.
- **Afwijking:** alles wat 'normaal' is haalt zelden het nieuws. Alleen als iets abnormaal is, kan het voor de pers belangrijk genoeg zijn om er aandacht aan te besteden.
- **Belangstelling:** probeer in te schatten of het bericht brede belangstelling van buiten heeft. Hoe meer belangstelling verwacht wordt, hoe groter de kans is dat het bericht geplaatst wordt.
- **Autoriteit:** hiermee wordt in algemene zin bedoeld dat een zekere autoriteit bij de gebeurtenis de publiciteitswaarde kan verhogen. Als een bowlingvereniging een toernooi organiseert zal dat minder belangstelling van de pers opleveren dan wanneer de burgemeester een kijkje komt nemen.

Persberichten moeten aan minstens twee van de vijf ABABA-criteria voldoen om voor plaatsing in aanmerking te komen. Bedenk dan dat bij een gemiddeld dagblad per dag zo'n tweehonderd persberichten binnenkomen. Veertig procent daarvan gaat zonder pardon de prullenmand in, simpelweg omdat deze niet aan de criteria voldoen. Tien procent wordt bewaard voor mogelijk gebruik op een later tijdstip, de rest moet snel te verwerken zijn.

### Huis-aan-huisbladen

Voor bowlingverenigingen is het in de meeste gevallen niet van belang om de landelijke pers te halen; lokale of regionale bekendheid is vaak voldoende. In vrijwel iedere gemeente worden gratis huis-aan-huisbladen verspreid, die in veel gevallen bestaan dankzij adverteerders. Vergis u niet in het lezersaantal van dergelijke bladen! De ervaring leert dat ze vaak intensiever worden gelezen dan een regulier dagblad. Bovendien zijn huis-aan-huisbladen in de regel vaak bereid om kopij te plaatsen, zéker als dat netjes wordt aangeleverd - vlot en foutloos geschreven teksten en indien mogelijk een kwalitatief goede foto.

### De inhoud van een persbericht

De vraag is nu: wat moet er in die krant komen te staan? U kunt publicatiemogelijkheden gebruiken om bijvoorbeeld een speciale verenigingsactiviteit, een open dag of een jubileum aan te kondigen. Daarnaast kunt u ook eens een journalist uitnodigen om tijdens een clubavond mee te bowlen. Op die manier kan hij/zij de bowlingsport op een andere manier ervaren en leren wat je moet doen om een strike te gooien. Gegarandeerd dat dat een leuk, maar vooral ook positief stukje oplevert! Zorg er wel voor dat de journalist 'in actie' gefotografeerd wordt en lever die foto per e-mail in redelijk formaat aan. Alle kans dat uw vereniging goed in beeld komt én dat u er een contactpersoon bij hebt als het gaat om het plaatsen van persberichten over uw vereniging!

## Format

Als u een persbericht gaat schrijven kunt u rekening houden met het volgende format:

- ✓ Aanduiding: zet de aanduiding 'Persbericht' en de datum linksboven.
- ✓ Titel: bedenk een titel die de aandacht trekt, prikkelend is en uitnodigend werkt. Eventueel kan er gebruik worden gemaakt van een ondertitel.
- ✓ Introductiealinea: in deze staan alle essenties van het persbericht bij elkaar, zodat een journalist zich snel een mening kan vormen over het wel of niet plaatsen van het bericht. In deze alinea staan minimaal vier van de antwoorden op 'de vijf w's': wie, wat, waar, wanneer en waarom.
- ✓ Toelichting op de introductie: in de daaropvolgende alinea's volgt een nadere toelichting op de introductie. Deze alinea's zijn gerangschikt op belangrijkheid, waarbij de belangrijkste bovenaan staat. Deze tekst bevat een overzichtelijke indeling en een opbouw van algemeen naar gedetailleerd. Ook aan de vijfde 'w' kan aandacht besteed worden.
- ✓ Let goed op het verband tussen alinea's: de laatste regel van alinea A moet altijd aansluiten op de eerste alinea van alinea B - en andersom! Door een nieuwe alinea te starten is het voor de lezer duidelijk dat er een nieuw subonderwerp komt; door de twee alinea's inhoudelijk aan elkaar te verbinden wordt ook duidelijk wat het verband is tussen de twee subonderwerpen. Hiermee voorkomt u dat u - voor het gevoel van de lezer - van de hak op de tak springt. Zorg er daarnaast voor dat de laatste regel van de laatste alinea iets is dat gemakkelijk blijft hangen: deze regel moet immers tot actie, interesse of enthousiasme aanzetten. Geef de lezer dus niet het onaangename gevoel dat de tekst plotseling ophoudt, maar sluit af met een prikkelende uitsmijter!
- ✓ Afsluiting 'noot voor de redactie': hier is gelegenheid om wat informatie over de afzender te geven en aan te geven waar nadere inlichtingen of foto's te verkrijgen zijn. Dit deel is niet voor publicatie bedoeld!