

## Media benaderen over je actie

---

Leuk dat je de media wil gaan benaderen over jouw actie. Het kan spannend zijn, maar je zult zien dat je ook snel succes boekt. En dat is goed om diverse redenen:

Je zal zo:

1. Meer bekendheid genereren voor jouw actie en daarmee hopelijk meer fondsen werven.
2. Mensen attenderen op jouw activiteit, evenement of verkoop.
3. Mensen attenderen op je actiepagina en meer fondsen werven.
4. Je boodschap kunnen herhalen waardoor het bekend voorkomt als je mensen spreekt.

Het is gemakkelijker dan je denkt. Een berichtje uitsturen kan al leiden tot een aantal publicaties.

### Je verhaal is de basis

Elk gesprek, social media post, mail, folder of poster begint met je verhaal. Waarom ben je je actie gestart? Het is belangrijk om voordat je begint dit helder te hebben. Begin met het schrijven van je motivatie en schaaft er dan aan. Maak het kort en simpel en zorg dat het jouw motivatie is die bij jou past. Als het tekstje klaar is, kan je het op je actiepagina plaatsen, op Facebook, maar je kan het ook in gesprekken gebruiken.

### Kies het juiste moment om media te benaderen

Kies een goed moment om de media te benaderen. Organiseer je een groot event, dan zoek je de media op. Doe je meerdere events, kies dan het meest aansprekende moment. Meerdere keren een bericht uitsturen zal niet leiden tot publicatie, maar een goed bericht met jouw event of verhaal weer wel. Vergeet ook niet dat kranten en tijdschriften ook hun eigen planning hebben, media werkt vooruit, dus wees op tijd.

### Middelen die je kan gebruiken om de pers te benaderen:

- Persbericht
- E-mail aan redacties
- Foto's
- Nodig de media uit op locatie

### Vorbereiding

Als je de media benadert, zorg dat je je motivatie, die hierboven in beschreven, duidelijk voor ogen hebt. Daarnaast is het belangrijk dat je helder hebt hoe het zit met de bestedingen en het project, zodat je dat goed kunt uitleggen. Lees daarom altijd eerst goed de informatie daarover door. Mocht je vragen hebben over de projecten, stel ze gerust aan ons.

### Als het is gelukt om geïnterviewd te worden voor een krant of tijdschrift, denk dan aan de volgende dingen:

- Maak van te voren duidelijk afspraken: welke vragen gaat hij/zij stellen, kan er een foto bij, mag je het vooraf inzien, etc.
- Blijf jezelf, toon enthousiasme en betrokkenheid en houd het persoonlijk, het gaat over jouw actie.

## Girls first

- Houd je bij een interview aan de kernboodschap. Kies er eentje en laat je niet verleiden tot andere uitspraken. Wat je niet weet, weet je niet.
- Gebruik korte, krachtige zinnen en neem de tijd. Herhaal je boodschap.
- Het is niet erg om stiltes te laten vallen.
- Bedenk wat voor de journalist interessant is en probeer hem/haar dat te geven zonder af te wijken van je kernboodschap.
- Weet je niet direct antwoord? Zeg dan toe de informatie op te zoeken en er later op terug te komen. Kom je belofte dan ook wel na.
- 'Off the record' bestaat niet. Uitspraken die je tijdens een kop koffie achteraf doet, is voor een journalist gewoon informatie.
- Noteer de gegevens van de journalist. Vraag of hij/zij (in het geval van een artikel) het vooraf nog even naar je mailt ter check op feitelijke onjuistheden.

### Na het interview

Vraag aan de journalist of je het artikel voor publicatie mag inzien, je kan het verhaal goed hebben verwoord, maar het kan verkeerd begrepen zijn of niet juist zijn opgeschreven. Wij vinden het belangrijk dat iedereen dezelfde juiste informatie deelt omdat jouw sponsors dan weten waar het geld naartoe gaat. Daarnaast draagt ook jouw artikel bij aan het imago van Plan International Nederland en dat bewaken we goed.

### Een persbericht versturen per e-mail:

1. Zet PERSBERICHT en de titel van je bericht in de onderwerp regel.
2. Verzend het bericht als platte tekst in de mail. En doe het er bij als attachment als pdf of word bestand.
3. Stuur altijd beeldmateriaal mee. Let op kwaliteit, grootte en credits. Niet groter dan 1 MB.
4. Zet de adressen in de BCC en stuur het bericht aan jezelf, zodat je weet wanneer het is aangekomen.
5. Zet de link naar je actiepagina er bij.

### Een mail versturen aan redacties:

Je hoeft niet altijd een persbericht te versturen, je kunt er soms ook voor kiezen om een kort mailtje te sturen. Dat doe je zo:

1. Zet in de onderwerp regel bijvoorbeeld dat je in actie komt tegen kindhuwelijken.
2. Verzend het bericht als platte tekst in de mail.
3. Stuur beeldmateriaal mee. Let op kwaliteit, grootte en credits. Niet groter dan 1 MB.
4. Stuur elke medium apart een email met een eigen aanhef en noem ze in tekst.
5. Als je daar geen tijd voor hebt, is de aanhef beste redactie en haal je de naam van het medium uit de tekst, zet dan de adressen in de BCC en stuur het bericht aan jezelf, zodat je weet wanneer het is aangekomen.
7. Zet de link naar je actiepagina er bij. Maak deze link indien mogelijk kort of maak een alias aan.

### Radio/ tv en landelijke media

Als je gevraagd wordt voor (regionale of lokale) radio of tv en je wil weten hoe je dat aanpakt, neem vooral contact op. Als je benaderd wordt door landelijke media, meld dat dan zo snel mogelijk. Soms hebben wij andere campagnes lopen en dan moeten we dat goed coördineren.

### Contact met Plan over media:

[vrijwilligers@plannederland.nl](mailto:vrijwilligers@plannederland.nl)