**[**LOGO]

**Persbericht**

[Datum]

**[Onderwerp, maximaal 8 woorden]**

**[Hier staat een dikgedrukte 'lead'. Dit is de eerste alinea en bevat de belangrijkste informatie van het persbericht. Beantwoord hierin altijd de vragen: Wie? Wat? Waar? Wanneer? En zorg dat de belangrijkste informatie in de eerste zin staat. Gebruik in de lead zo'n vijftig woorden]**

[Dan begint de 'body' van het persbericht. Beschrijf in de body de vragen: Hoe? Waarom of waardoor? En op welke manier? Zorg dat het persbericht 'oprolbaar' is. Dit houdt in dat de belangrijkste informatie bovenaan staat en de achtergrondinformatie meer onderaan. Gebruik de body om het persbericht interessanter en aansprekender te maken en/of om bijvoorbeeld informatie te geven over wijze van aanmelden of wijze van reserveren van kaarten]

**Tussenkop**

[Gebruik vanaf hier dikgedrukte tussenkopjes]

[Standaard afsluiting]

Hier wordt de context van het project of de activiteit uiteen gezet. Samenwerkingspartners en financiers krijgen hier aandacht. Meestal is dit een standaard bodytekst.

**Einde persbericht**

**Noot voor de redactie (niet voor publicatie)**

[Vermeld hier relevante contactgegevens, zoals functie, naam, email, telnr en website]

**Bijlagen**

[Noem hier het logo’s in eps en eventueel bijgevoegd beeldmateriaal]

*\*\*Vergeet niet om er een mooie, pakkende foto bij te doen. Voeg deze altijd apart in een bijlage toe.*

*\*\*Voeg ook altijd logo’s apart in een bijlage toe.*

*\*\*Maak een persbericht nooit langer dan 1,5 A4.*

*\*\*Zorg dat het persbericht altijd in de 3e persoon is geschreven (nooit: wij, je, u, etc.).*

*\*\*Gebruik zo veel mogelijk actieve taal. Vermijd dus het schrijven in de verleden tijd.*

*\*\*Schrijf het onderwerp/ de titel van het persbericht en de datum dat de activiteit plaats vindt in het onderwerp van de e-mail.*