

Natuurlijk Delfland
Postbus 133
2600 AC DELFT

NatuurlijkDelfland@knnv.nl
www.knnv.nl/NatuurlijkDelfland
twitter: NatuurlijkDelfland
facebook: NatuurlijkDelfland
instagram: NatuurlijkDelfland



Natuurlijk Delfland

Afdeling van de Koninklijke Nederlandse Natuurhistorische Vereniging

10.3 PR-CONTACTEN

Geldig tot: augustus 2022, aanvulling april 2022, juni 2022

Functionaris	Naam	Paraaf
Voorzitter	Geert van Poelgeest	...
Secretaris	Cor Nonhof	

1. Inleiding

PR is het aangaan van een relatie met een ander zowel binnen als buiten de organisatie.

Het aangaan van een relatie kan op een veelheid van manieren. Hierbij zijn de toon en inhoud van het allergrootste belang. Een slechte inhoud met een goede toon is net zo erg als een goede inhoud met een verkeerde toon.

Zorg bij iedere PR-uiting dat de ontvanger weet van wie het komt en dat hij of zij contact kan opnemen met de afzender. De Voorschriften in het kwaliteitshandboek kunnen daarbij ondersteuning bieden. **Weet waar we voor staan.**

2. Taakbeschrijving

1. BEHOEFTE VAN DE ANDER	2
2. BEHOEFTE VAN DE NATUURLIJK DELFLAND	2
3. BEELD VAN NATUURLIJK DELFLAND	2
4. DOELGROEPEN VAN NATUURLIJK DELFLAND	3
5. WERKGEBIED VAN NATUURLIJK DELFLAND	3
6. WIE IS UITEINDELIJK VERANTWOORDELIJK	3
7. WELKE MIDDELEN HEEFT DE NATUURLIJK DELFLAND TER BESCHIKKING	3
8. HOE IS EEN PERSBERICHT OPGEBOUWD	4
9. HET LATEN SCHRIJVEN VAN EEN PERSBERICHT	4
10. WEBSITE	5
11. Sociale media	5
12. Waar staan we voor?	5
Bijlagen	7

1. BEHOEFTE VAN DE ANDER

Aan alle dingen die iemand doet of niet doet ligt een behoefte ten grondslag. Deze behoeften kunnen op het gebied liggen van kennis, waardering of vaardigheid. Deze gebieden kunnen we vaak niet scheiden, maar wel onderscheiden.

2. BEHOEFTE VAN DE NATUURLIJK DELFLAND

Deze zijn geënt op onze doelstellingen en de organisatie. De trefwoorden die we hierbij gebruiken zijn Natuurstudie, Natuureducatie, Natuurbescherming en Organisatieontwikkeling. Bij de typering Natuurstudie en Natuureducatie gaat het ook uitdrukkelijk om de leden en niet-leden.

Zie ook de diverse hoofdstukken 5 Gedachten over

In het jaarplan is aangegeven wat de afgesproken behoeften van de afdeling voor dat jaar zijn.

Om namen en adressen te vinden hebben we een ledenlijst en Veldbericht.

3. BEELD VAN NATUURLIJK DELFLAND

We proberen Natuurlijk Delfland als een actieve natuurvereniging neer te zetten.

4. DOELGROEPEN VAN NATUURLIJK DELFLAND

Iedere doelgroep heeft zijn eigen aanpak en benadering. Sluit met de (PR)-activiteiten aan bij de behoeften van de doelgroep. In de PR wordt hierbij geen onderscheid gemaakt tussen binnen en buiten de organisatie.

Leden kunnen deel uitmaken van projectgroepen, een functie bekleden of gewoon lid zijn.

In het draaiboek 7.10 Ledenadministratie is hierover meer informatie te vinden.

5. WERKGEBIED VAN NATUURLIJK DELFLAND

Onder het werkgebied verstaan we het gebied waar wij ons verantwoordelijk voor voelen. De statuten art 1 vermeldt:

5. Het werkgebied van de vereniging omvat het grondgebied van de gemeenten Delft, Midden-Delfland, Westland, Pijnacker-Nootdorp, Lansingerland en delen van de gemeenten Rijswijk (zuidoostelijk van de A4) en Den Haag (Ypenburg-Leidschenveen).

In brieven gebruiken we "als omschrijving: gemeenten Delft, Lansingerland, Midden-Delfland, Pijnacker-Nootdorp, Rijswijk, Westland Ypenburg-Leidschenveen (Den Haag).

Daarbuiten vindt PR plaats als het belang van ons gebied of organisatie betreft.

6. WIE IS UITEINDELIJK VERANTWOORDELIJK

Dat is de voorzitter, hij of zij beheert een adressenlijst van externe contacten.

7. WELKE MIDDELEN HEEFT DE NATUURLIJK DELFLAND TER BESCHIKKING

Vanuit onze vele activiteiten kunnen we de volgende diensten en communicatiemiddelen aanbieden:

- Diensten:
Excursies, lezingen, reizen, inventarisaties, adviezen, zie onze catalogus
- Communicatiemiddelen:
Persberichten
Nieuwsbrief (de snelle nieuwtjes)
Veldbericht (voor de seizoenen), zie hoofdstuk Redactie 7.7 en
Website, voor een kennismaking en een soort archief, zie ook verder
Twitter
Facebook
Instagram
Youtube, filmpjes, zie het sjabloon voor lezingen
Whatsapp-groepen, de naam begint met het onderwerp b.v. Kerkpolder Natuurlijk; in de groepsinformatie is de volgende zin opgenomen: Appgroep van Natuurlijk Delfland voor Natuurbescherming in Kerkpolder.
Banners (advertenties voor websites)
Stoppers (advertenties voor kranten)
Pay off (een beschrijving van onze afdeling aan de onderkant van het briefpapier)
Brieven; persoonlijk gerichte mededelingen, aankondigingen, vragen of bezwaren (zie hoofdstuk 10.1)
Vermeldingen (zie hoofdstuk 7.4)
Folders/ brochures/ verslagen (ook jaarverslagen) (zie hoofdstuk 10.2 en 7.3)
Projecten (zie hoofdstuk 8.3)
Lezingen, powerpoint, zie het sjabloon

Adressen (wees je bewust van de juiste adressering. Adresseer bijvoorbeeld de burgemeester van Delft als ofwel burgemeester of de heer (persoonsnaam). In het eerste geval spreek je de burgemeester in zijn functie aan, in het tweede geval als persoon)

Van heel veel documenten hebben we in dropbox een sjabloon, hierdoor blijft de oorspronkelijke lay-out gehandhaafd.

8. HOE IS EEN PERSBERICHT OPGEBOUWD

Een persbericht wordt toegestuurd aan een redactie of journalist van een bepaald medium en bevat nieuws/informatie voor de (lezers)doelgroep van het desbetreffende medium. In een persbericht breng je je nieuws/informatie op neutrale wijze, zodat een journalist of redactie dit naar eigen inzicht kan bewerken. In de bijlage is een voorbeeld gegeven.

- Bericht de doelgroep / het persmedium op tijd (kwartaal-, maand-, week- en dagbladen)
- Breng één nieuwsfeit in één persbericht naar buiten
- Nieuwsfeiten zijn nieuwe feiten.
Bijvoorbeeld voor een natuurvereniging: excursie, lezing, themadag, cursus, tentoonstelling, ledenblad (let op speciale nummers of zeer belangrijke artikelen), project (een activiteit gedurende een beperkte tijd (van 1 week tot 2 jaar), uitgave (brochure, instructieblad), nieuwe ontwikkelingen, beleidsvoornemens, bezoeken, benoemingen, jaarverslagen, nieuwe klanten/contacten, nieuwe bestuursleden, jaarvergadering.
- Geef een persbericht een goede opbouw.
Vermeld in de lead (eerste alinea) van een persbericht de kern (de vijf W's: wie doet wat, waar, waarom, wanneer en hoe).
De volgende alinea geeft meer informatie over de aanleiding en het doel.
De derde alinea kan meer informatie over de inhoud van het gebodene geven.
De vierde alinea kan achtergrondinformatie geven over het onderwerp.
- Zet een streep onder het tekstbericht en vermeld onder de streep:

Noot voor de pers (noot niet publiceren):
Vermeld hier een naam en telefoonnummer voor nadere informatie en andere mededelingen. Met deze noot is de pers in staat nadere inlichtingen te krijgen of te reageren.
- Realiseer je dat een persbericht niet letterlijk hoeft te worden overgenomen. Een journalist kan er een "eigen" stuk van maken.
- Zorg voor een regelmatige stroom perspublicaties van bijvoorbeeld één keer per maand. In het jaarplan is dit aangegeven.
- Een persbericht kan ook als functie hebben om, naast buitenstaanders, je eigen leden te informeren.
- Persoonlijk contact met de pers is mooi maar zonder dit lukt het ook. De telefoon is meestal dichterbij. Wanneer je een gesprek hebt met een journalist, neem dan informatie op papier mee. In een gesprek kun je de belangrijkste punten accentueren, via schriftelijke informatie voorkom je fouten in de exacte feiten.
- Het resultaat van een persbericht is ook het naar buiten treden van de organisatie. Anders gezegd: het kan zijn dat er niemand op de activiteit afkomt.

9. HET LATEN SCHRIJVEN VAN EEN PERSBERICHT

Het kan voorkomen dat een persbericht beter door de voorzitter geschreven kan worden. Geef dan de volgende informatie:

- Wat
- Waar

- Wanneer
- Waarom
- Hoe
- Inlichtingen en kosten
- Achtergronden van het onderwerp

Geef de digitale naam van het persbericht en eventuele foto's dezelfde naam. Een voorbeeld: 2022 03 17 PB, Groene Strand en 2022 03 17 PB, Groene Strand, collectie Natuurlijk Delfland, Aad van Uffelen (de naam van de foto). Het idee is dat hierdoor de berichten voor de redactie bij elkaar blijven staan in de bestanden in hun computer. Ze hoeven dan niet te zoeken in hun grote lijst van berichten. Of de naam van het bestand aan te passen.

10. WEBSITE

<https://delfland.knnv.nl/>

Een website vereist een andere benadering. De grootte van het beeldscherm is daarbij richtinggevend. Het beeldscherm kent een beperkt zicht en is slechter te lezen dan papier.

Op de eerste pagina is de belangrijkste informatie in een paar zinnen en in trefwoorden te vinden: Activiteiten, Natuurstudie, Natuureducatie, Natuurbescherming, Duurzaam en Vereniging.

Via die trefwoorden worden vervolgpagina's bereikt. Een webmaster beheert onze pagina, in een brief zijn nadere aanwijzingen gegeven.

Afspraken m.b.t. de website

website, statistiek

www.antos4.antenna.nl/statistik/www.knnv.nl/delfland/?????

11. Sociale media

We zijn aangesloten bij

twitter: NatuurlijkDelfland

facebook: NatuurlijkDelfland

instagram: NatuurlijkDelfland

Youtube <https://www.youtube.com/channel/UCE0RiFUapogvDnvmNFmAY5A>

Neem deze media trefwoorden op zodat we goed gevonden worden in twitter b.v. #Natuur #KNNV #Knotten @paddentrek, #AD Dit alles afhankelijk van de inhoud van het bericht.

Probeer ook te retweeten, dan geeft een bericht een groter bereik.

12. Waar staan we voor?

Payoff

Die geeft heel kort je identiteit weer, wat je vindt: Natuurlijk Delfland staat voor een natuurlijke leefomgeving (Samenleven met de natuur)

Tagline klein

Die geeft kort weer wat je doet. Dit zijn bijvoorbeeld de tagline van de Teams, zoals: Ringslang Natuurlijk is een Team van Natuurlijk Delfland voor educatie over en onderzoek naar, educatie over en bescherming van de ringslang.

Tagline groot

Die geeft wat langer weer wat je doet, in onze persberichten:

Wat is en doet Natuurlijk Delfland?

Natuurlijk Delfland staat voor een natuurlijke leefomgeving. Een vereniging waarvan de leden actief bezig zijn met natuuronderzoek, natuureducatie en natuurbescherming via excursies, lezingen, cursussen, inventarisaties, advisering en natuurbeheer. De activiteiten zijn in drie categorieën te verdelen: voor de gezelligheid, voor mensen die meer willen weten en voor specialisten. Dit alles rond onderwerpen van de natuur bij ons in de buurt.

Het werkgebied omvat de gemeenten Westland, Midden-Delfland, Delft, Rijswijk, Ypenburg-Leidschenveen (Den Haag), Pijnacker-Nootdorp en Lansingerland. Ook beheert Natuurlijk Delfland het Melarium, het centrum voor natuur, bijen en kunst. Elk jaar kent een thema voor 2022 is dat Bos en Struweel.

De vereniging is een afdeling van de Koninklijke Nederlandse Natuurhistorische Vereniging (KNNV) en een werkgroep van de Zoogdierverseniging, Ravon, Floron, Duinbehoud en Mycologische Vereniging. De KNNV is een door de overheid goedgekeurde onderzoekinstelling in het kader van de Wet natuurbescherming. Natuurlijk Delfland heeft een ANBI-status, waardoor jouw gift of donatie fiscaal aftrekbaar is. Meer informatie is te vinden op de website: <https://delfland.knnv.nl/>.

13. Vervolg op een persbericht

Van de tekst van het affiche is een uitnodiging te maken, deze is aan personen gericht. Hiervoor wordt een brief gebruikt

Een affiche, een aankondiging die op openbare plekken komt te hangen.

Zet de marges op 1 cm

De opbouw is

Titel

Foto / tekening (zet de foto achter de tekst: indeling, grootte en positie, tekstterugloop, achter tekst)

Datum

Tijd

Activiteit

Zin en betekenis

Kosten

natuurlijkdelfland@knnv.nl



Natuurlijk Delfland

Bijlagen

in dropbox, niet voor publicatie, staan voorbeelden van een persbericht, een inschrijvingsformulier, een bevestigingsbrief