



# Kiwanis®

**Kantoor Kiwanis International**

3636 Woodview Trace, Indianapolis, IN 46268 VS

VS & Canada: 1-800-KIWANIS Werelwijd: +1-317-875-8755

[www.kiwanis.org](http://www.kiwanis.org)

Juli 2011

Hartelijk bedankt voor uw vrijwillige deelname aan Het Eliminate-project: Kiwanis en het bestrijden van tetanus bij moeders en pasgeborenen. Deze public relations-gids bevat alles wat u nodig heeft om de geldinzameling en de activiteiten van uw club betreffende Het Eliminate-project te publiceren. We helpen u graag en zien uw club met veel plezier slagen!

Als public relations-voorzitter van uw club bent u verantwoordelijk voor de publiciteit van uw club, dat wil zeggen, uw lokale gemeenschap voorlichten over Kiwanis en het werk dat uw club doet om Het Eliminate-project te ondersteunen. Als woordvoerder vertegenwoordigt u uw club en promoot u speciale evenementen. We hopen ook dat u ons wilt helpen om het verhaal achter Kiwanis International en de invloed die we hebben op gemeenschappen wereldwijd te vertellen.

We hebben deze gids opgesteld om uw werk zo eenvoudig mogelijk te maken. De bijgevoegde materialen zullen u helpen om uw club een betere naamsbekendheid te geven in uw gemeenschap en bekendheid te geven aan Het Eliminate-project. We sporen u aan om deze materialen aan uw gemeente en club aan te passen.

Enthousiaste lokale deelname is het allerbelangrijkste om onze wereldwijde campagne te laten slagen. Neem gerust contact met ons op als u op een gegeven moment hulp, feedback of advies nodig heeft. Deze gids is ontworpen om direct van start te gaan., Er kunnen zich echter unieke situaties voordoen of u kunt extra hulp nodig hebben wanneer een mogelijkheid zich voordoet. U kunt ons altijd bellen of e-mailen voor hulp.

Met vriendelijke groeten,

Jo Lynn Garing

Kiwanis International Public Relations-manager

+1-317-217-6171

[jgaring@kiwanis.org](mailto:jgaring@kiwanis.org)

## Uw persoonlijke PR-“Gids”:

Niemand kent uw gemeenschap beter dan u. Bijgevoegd vindt u uw eigen virtuele public relations-gids, zodat u die kennis om kunt zetten in relaties met de nieuwsmedia. U vindt alles wat nodig is om succesvol uw verhaal rond Het Eliminate-project aan uw lokale media te vertellen.

Onthoud, des te meer publiciteit u aantrekt, des te meer bekendheid en fondsen we mogelijk kunnen aantrekken voor Het Eliminate-project en des te meer vrouwen en baby's dankzij het project beschermd kunnen worden. Neem de gids even rustig door en pas de materialen aan uw club en gemeenschap aan.

We hebben het volgende materiaal toegevoegd:

## Public relations-gids en training

1. Belangrijke Mededelingen **Dit document is alleen voor intern gebruik en dient niet gedeeld te worden met de media.** Het bevat informatie over tetanus bij moeders en pasgeborenen, hoe Kiwanis zich inzet voor geldinzameling en de samenwerking met UNICEF.
2. Feitenblad Dit document kan samen met uw persbericht verzonden worden naar de media. Het dient als een geweldig overzicht “in één oogopslag” van Kiwanis en Het Eliminate-project, professionals in de mediawereld zullen deze beknopte informatie op prijs stellen. U kunt hier gerust feiten over uw lokale club aan toevoegen, dit is echter niet verplicht.
3. Hoe Maak Ik Een Medialijst Voordat u het woord kan verspreiden, moet u een lijst met lokale media opstellen. **Voordat u start met publiceren moet u uitzoeken wie deze materialen zouden moeten ontvangen.** Dit is de eerste stap in het verkrijgen van goede publiciteit, het is dus van belang dat u zo snel mogelijk na het ontvangen van de gids met dit proces start .
4. Eerste Hulp Bij Mediarelaties In dit document staan de beste manieren om de media te benaderen en er worden tips gegeven om er zeker van te zijn dat uw verhaal en uw ideeën in het oog springen.
5. Interviewtraining Dit document bereidt u voor op persoonlijke interviews en interviews via de telefoon met de media en geeft tips voor gebruik vóór, tijdens en na het interview.
6. Fascinerende Video's Met dit document kunt u bijhouden welke mediavormen u gebruikt heeft en het geeft informatie over hoe u video's kunt delen met het Kiwanis Internationale public relations-team.
7. Stijlgids In dit document staat de schrijfstijl voor Het Eliminate-project beschreven.
8. Succesverhaal In dit document staat een waar gebeurd verhaal over het public relations-succes van een club.
9. Website Bezoek [www.TheEliminateProject.org](http://www.TheEliminateProject.org) voor aanvullend materiaal, zoals een 30-seconden Bericht van Overheidswege voor radio en televisie, fotografie van hoge resolutie, televisie b-roll, het logo en een gids over het logogebruik.

## Sjablonen

1. **Aanpasbaar persbericht** Het persbericht is het eerste document waarmee bekendheid gegeven kan worden aan MNT en aan Het Eliminate-project. Dit persbericht is een goede manier om het woord over Het Eliminate-project in uw lokale gemeenschap te verspreiden, terwijl u bezig bent de deelname en de geldinzameling van uw club te plannen. U zult zien dat het aanpassen van uw informatie erg makkelijk is: het enige wat u moet doen is de gemarkeerde gebieden invullen. We hebben ook ruimte vrijgelaten voor een quote van een lid van uw club, als u deze wilt toevoegen.
2. **Voorbeelden media-alert** Als u uw lokale media op de hoogte hebt gebracht van Het Eliminate-project, kunt u deze twee media-alerts gebruiken om bewustzijn te creëren en om de media te informeren over aankomende projecten of geldinzamelingsevenementen die uw club organiseert om Het Eliminate-project te steunen. Verstuur deze 1 tot 2 weken voor het geplande evenement.
3. **Voorbeeld pitch e-mails** We hebben twee pitch e-mails opgesteld, eentje om aandacht te geven aan het aanpasbare persbericht en eentje om aandacht te geven aan uw geldinzameling. U kunt deze gebruiken om de media te informeren over Het Eliminate-project en om een gesprek aan te gaan met de media over Het Eliminate-project. In deze documenten staan redenen waarom de media geïnteresseerd moet zijn in jouw verhaal en redenen voor de relevantie van Het Eliminate-project. De pitch voor de geldinzameling moet tijdens de week vóór uw evenement verzonden worden.

# Belangrijke mededelingen over Het Eliminate-project

(ALLEEN VOOR INTERN GEBRUIK)

## Over Het Eliminate-project: Kiwanis en het bestrijden van tetanus bij moeders en pasgeborenen

- Het Eliminate-project: Kiwanis en het bestrijden van tetanus bij moeders en pasgeborenen is een wereldwijde campagne waarmee miljoenen moeders en pasgeborenen gered en beschermd kunnen worden.
- Tetanus treedt op bij pasgeborenen, het verspreidt zich snel en leidt tot ongelofelijke pijn en binnen een paar dagen tot de dood. Het is een verschrikkelijke ziekte waarbij zelfs de liefdevolle aanraking van de moeder belet wordt. De ziekte is echter erg goed te voorkomen.
- Het Eliminate-project richt zich op de armste vrouwen en kinderen ter wereld die beschikken over de slechtste voorzieningen en daarmee wordt ook de weg vrijgemaakt voor andere projecten die de gezondheid van moeders en overlevingskansen van pasgeborenen bevorderen.
- MNT is makkelijk te voorkomen door drie inentingen te geven aan vrouwen die de vruchtbare leeftijd hebben bereikt. De kosten hiervoor zijn ongeveer USD\$1,80.
  - Als een vrouw goed is ingeënt met het tetanusvaccin, zal ze de grootste tijd van haar vruchtbare periode immuun zijn.
  - Baby's van moeders die ingeënt zijn, zijn tijdens de eerste twee maanden beschermd.
- Kiwanis International zal in 2015 USD\$110 miljoen ingezameld hebben, waardoor Kiwanis 's werelds grootste zelfstandige donateur is.
  - Als we van het gemiddelde van USD\$1,80 uitgaan, zal deze USD\$110 miljoen ten minste 61 miljoen vrouwen en hun toekomstige baby's beschermen.
  - Het Eliminate-project beschermt niet alleen vrouwen en baby's tegen tetanus, het project creëert ook andere diensten, zoals gezondheidseducatie, schoon water, voeding en andere vaccinaties.
- Kiwanis heeft ervoor gekozen om de focus te leggen op plaatsen waar de nood het hoogst is en waar de bevolking beschikt over de slechtste voorzieningen. In feite zet Kiwanis zich in om de laatste hindernis te overwinnen, MNT is bijna uitgebannen, maar er is nog een absolute vechter nodig om het werk af te ronden.
  - Door te kiezen voor de mensen die in de moeilijkste omstandigheden leven, verspreidt Kiwanis een groot bericht, namelijk dat deze vrouwen er toe doen, ze verdienen het om gezonde baby's ter wereld te brengen en hun baby's verdienen het om hun volledige menselijke potentiaal te kunnen bereiken.
- Geldinzamelaars UNICEF en zijn partners hebben MNT al in 20 landen uitgeroeid. 38 landen lopen nog gevaar, wat gelijk staat aan meer dan 100 miljoen vrouwen die nog moeten worden ingeënt.
  - Tussen 1999 en 2010 zijn bijna 100 miljoen vrouwen in de meest afgelegen plaatsen beschermd met een tetanusvaccinatie, waardoor jaarlijks duizenden pasgeborenen gered werden van de dood als gevolg van tetanus.

## Over Kiwanis' partnerschap met UNICEF

- Kiwanis en UNICEF hebben jarenlange ervaring in het samenwerken en oplossingen te vinden voor kinderen over de hele wereld. In 1994 startte de organisatie met de grensverleggende Kiwanis/UNICEF-campagne voor stoornissen als gevolg van jodiumtekort (IDD).
  - Kiwanis zamelde bijna USD\$100 miljoen in om IDD te voorkomen.

- Die historische actie verhoogde toegang tot jodiumhoudend zout wereldwijd van minder dan 20 procent tot meer dan 70 procent. Jodiumaanvulling is de effectiefste manier om mentale stoornissen en ontwikkelingsstoornissen als gevolg van een tekort aan jodium te voorkomen.
- Kiwanis en UNICEF gaan weer samenwerken en verdedigen samen Het Eliminate-project.
- Kiwanis' wereldwijde vrijwilligersnetwerk en haar kracht om gemeenschappen en leiders te bereiken, zal samen met UNICEF's personeel ter plekke, technische expertise en goed geïllustreerde toevoerketen, helpen om MNT, een gruwelijke, eeuwenoude ziekte, uit te bannen en zij maken de weg vrij voor andere projecten.

## Over tetanus bij moeders en pasgeborenen (MNT)

- Elke negen minuten sterft een pasgeborene door tetanus. Dat staat gelijk aan 160 pasgeborenen per dag.
- De voornaamste oorzaken van overlijden door tetanus bij moeders en pasgeborenen zijn:
  - Gebrek aan of beperkte toegang tot vaccinatie en pre- en postnatale zorg;
  - Beperkte schone omstandigheden waarin wordt bevallen, of het ontbreken daarvan; en
  - Ongeschikte post-partum verzorging van de navelstreng.
- Als de ziekte is opgelopen, kan het overlijdenspercentage in gebieden zonder toegang tot geschikte gezondheidszorg 100% zijn.
- De meeste moeders en pasgeborenen die overlijden aan tetanus wonen in gebieden in Afrika en Zuidoost Azië waar veel vrouwen arm zijn, beperkte toegang tot gezondheidszorg hebben, over weinig informatie betreffende veilige bevalomstandigheden beschikken en waar schadelijke navelstrengpraktijken uitgevoerd blijven worden.
- Als vrouwen gevaccineerd worden tegen tetanus en worden geïnformeerd over de gezondheid van moeders, kunnen ze de controle nemen over hun welzijn en dat van hun pasgeborenen.

## Over Kiwanis International

- Kiwanis International is een wereldwijde organisatie van bijna 600.000 leden die zich inzetten voor het dienen van kinderen over de hele wereld.
- Kiwanis en zijn grote familie van clubs, inclusief Circle K International voor studenten, Key Club voor scholieren tussen de 14-18 jaar, Builders Club voor leerlingen tussen de 11-14 jaar, Kiwanis Kids voor kinderen tussen de 6-12 jaar en Aktion Club voor volwassenen met handicaps, zamelen jaarlijks meer dan USD\$107 miljoen in en bieden meer dan 18 miljoen vrijwilligers aan om gemeenschappen solidair te maken en kinderen te dienen.
- Diensten verlenen is de basis van elke Kiwanis-club, waar deze dan ook in de wereld is gevestigd.

## Over UNICEF

- UNICEF is werkzaam in meer dan 150 landen en levert kinderen gezondheidszorg, schoon water, voeding, educatie, noodhulp en meer.
- UNICEF staat vooraan in het wereldwijd helpen verminderen van kindersterfte. Er is sprake van een wezenlijke vooruitgang: het aantal kinderen onder de 5 jaar dat elk jaar overlijdt is afgenomen van 13 miljoen in 1990 tot 8,1 miljoen in 2009. Echter, er sterven nog steeds 22.000 kinderen per dag aan oorzaken die goed te voorkomen zijn. Onze missie is er alles aan te doen om van dat cijfer 0 te maken door kinderen de essentiële middelen te geven voor een veilige en gezonde jeugd.
- De U.S. Fund for UNICEF steunt het werk van UNICEF door middel van geldinzameling, advocatuur en educatie in de Verenigde Staten. Ga voor meer informatie naar [www.unicefusa.org](http://www.unicefusa.org).

# Feitenblad: Kiwanis International en Het Eliminate-project

## Het Eliminate-project

Het Eliminate-project: Kiwanis en het bestrijden van tetanus bij moeders en pasgeborenen is een wereldwijde campagne waarmee miljoenen moeders en pasgeborenen gered en beschermd worden. Tetanus treedt op bij pasgeborenen, het verspreidt zich snel en leidt tot ongelofelijke pijn en binnen een paar dagen tot de dood. Het is een verschrikkelijke ziekte waarbij zelfs de liefdevolle aanraking van de moeder wordt belet. De ziekte is echter erg goed te voorkomen. Het Eliminate-project richt zich op de armste vrouwen en kinderen ter wereld die beschikken over de slechtste voorzieningen en daarmee wordt de weg vrijgemaakt voor andere projecten die de gezondheid van moeders en overlevingskansen van pasgeborenen bevorderen.

- MNT is makkelijk te voorkomen door drie inenting te geven aan vrouwen die de vruchtbare leeftijd hebben bereikt. De kosten hiervoor zijn ongeveer USD\$1,80.
- Kiwanis International zal in 2015 USD 110 miljoen ingezameld hebben, waardoor Kiwanis 's werelds grootste zelfstandige donateur is.
- Om de ziekte volledig uit te bannen, moeten meer dan 100 miljoen moeders in de 38 landen waar de ziekte nog steeds een volksgezondheidsprobleem is, ingeënt worden.
- Als we van het gemiddelde van USD\$1,80 uitgaan, zal deze USD 110 miljoen ten minste 61 miljoen vrouwen en hun toekomstige baby's beschermen.

## Over tetanus bij moeders en pasgeborenen

Elke negen minuten sterft een pasgeborene door tetanus. Dat staat gelijk aan 160 pasgeborenen per dag. De voornaamste oorzaken van overlijden door tetanus bij moeders en pasgeborenen zijn:

- Gebrek aan of beperkte toegang tot vaccinatie en pre- en postnatale zorg;
- Beperkte schone omstandigheden waarin wordt bevallen of het ontbreken daarvan; en
- Ongeschikte post-partum verzorging van de navelstreng.

Als de ziekte is opgelopen, kan het overlijdenspercentage in gebieden zonder toegang tot geschikte gezondheidszorg 100% zijn. De meeste moeders en pasgeborenen die overlijden aan tetanus, wonen in gebieden in Afrika en Zuidoost Azië waar veel vrouwen arm zijn, beperkte toegang tot gezondheidszorg hebben, over weinig informatie betreffende veilige bevalomstandigheden beschikken en waar schadelijke navelstrengpraktijken uitgevoerd blijven worden.

## Kiwanis International

Kiwanis International is een wereldwijde organisatie van bijna 600.000 leden die zich inzetten voor het dienen van kinderen over de hele wereld. Kiwanis en zijn grote familie van clubs, inclusief Circle K International voor studenten, Key Club voor scholieren tussen de 14-18 jaar, Builders Club voor leerlingen tussen de 11-14 jaar, Kiwanis Kids voor kinderen tussen de 6-12 jaar en Aktion Club voor volwassenen met handicaps, zamelen jaarlijks meer dan USD\$107 miljoen in en bieden meer dan 18 miljoen vrijwilligers aan om gemeenschappen solidair te maken en kinderen te dienen.

UNICEF en haar partners zullen de geldinzameling voor Het Eliminate-project ondersteunen, zij hebben reeds in 20 landen MNT uitgeroeid. Kiwanis' wereldwijde vrijwilligersnetwerk en haar kracht om gemeenschappen en leiders te bereiken, zal samen met UNICEF's personeel ter plekke, technische expertise en goed geöliede toevoerketen, helpen om MNT, een gruwelijke, eeuwenoude ziekte, uit te bannen en zij maken de weg vrij voor andere projecten..

# Hoe Maak Ik Een Medialijst

Om “het woord te verspreiden” over Kiwanis en Het Eliminate-project en om aandacht te trekken in uw lokale gemeenschap, moet u een zogenaamde medialijst samenstellen.

- 1. Maak uw medialijst op dezelfde manier als u uw professionele netwerk zou maken.** Connecties zijn het beste beginpunt wanneer u uw verhaal onder de aandacht wil brengen. Sta even stil bij wie u kent. Hebt u contacten bij personeel van uw lokale krant of tv-/radiostation? Kent u iemand anders die over deze contacten beschikt? Zo ja, deze contacten kunnen u helpen om een voet tussende deur te krijgen. En als zij u, nadat u hen heeft gebeld, aangeven dat zij niet de juiste journalist of redacteur zijn, zijn ze meestal aardig genoeg om u door te verwijzen naar de juiste persoon.
- 2. Start met bedenken welke mediavormen geïnteresseerd zouden zijn in uw verhaal en maak een lijst.** Denk aan de volgende mediavormen in uw plaats en in een straal van ongeveer 50 kilometer, afhankelijk van de grootte van uw plaats. Als u in een kleine plaats woont, kunt u wellicht beter een iets grotere afstand hanteren.
  - **GEPRINTE MEDIA (tijdschriften en kranten):** Wat is de grootste krant van de stad? Heeft uw gemeenschap/wijk ook een kleinere krant? Of een stadstijdschrift of regionaal tijdschrift dat zich richt op de activiteiten van de mensen in hun gemeenschap? Probeer te focussen op de grootste mediakanalen in de stad van uw club, en op publicaties die in de wijk worden uitgegeven en die zich het dichtst bij uw club bevinden.
  - **TV:** Wat zijn de grootste tv-stations in uw stad? Hebben ze ochtend- of middagshows die gaan over interessante dingen die plaatsvinden in uw gemeenschap? Weet u of één van uw favoriete nieuws-presentatoren op tv zich heeft gespecialiseerd in gezondheid, filantropie of dienstverlening, en zodoende erg geïnteresseerd zou kunnen zijn in dit verhaal?
  - **RADIO:** De deelname van uw club aan Het Eliminate-project zou een geweldige interviewmogelijkheid zijn voor ochtendshows op de radio. Denk aan de populairste radiopresentatoren in uw stad. Denkt u dat deze geschikt zijn, wat betreft persoonlijkheid, voor een verhaal over gezondheid, filantropie en dienstverlening? Naar welke shows luistert u 's ochtends? (Het is altijd goed als u persoonlijk betrokken bent en hem of haar kan laten weten dat u een trouwe luisteraar van de show bent en de opzet ervan begrijpt.)
- 3. Als u erachter bent welke mediavormen het meest geschikt zijn voor uw verhaal, ga dan naar hun websites voor de contactinformatie.** Veel stations plaatsen contactinformatie voor een redactiekamer, redacteur of verslaggever. Ga op zoek naar e-mailadressen en telefoonnummers voor uw lijst.
- 4. Ga op zoek naar de geschikte contacten bij elke mediavorm.** Uw contactpersonen hebben verschillende titels gebaseerd op het mediatype:
  - **GEPRINTE MEDIA (tijdschriften en kranten)** Regionale tijdschriftredacteurs, redacteurs van gezondheids- of filantropie secties van kranten. Vraag bij kleinere kranten naar de naam, het telefoonnummer en het e-mailadres van de hoofdredacteur of deredacteur speciale secties.
  - **TV:** Nieuwsredacteur, evenals de producers van de ochtend-, middag- en/of praatprogramma's van het station.
  - **Radio:** Nieuwsregisseur, producer van het ochtend- en/of praatprogramma van het station. Wees voorzichtig met het benaderen van sensatiebeluste stations, deze behandelen uw nieuws wellicht niet erg smaakvol. Normaal gesproken staan nieuws- of praatprogramma's opener voor dergelijke verhalen aangezien ze meer ruimte hebben voor verhalen die niet tijdsgebonden of hoogtepunten zijn.

- **Online:** Afhankelijk van het soort onlinebron die uw wilt gebruiken, kan de contactpersoon verschillen. Als het een website betreft die door één persoon beheerd wordt, heeft u maar één optie. Als u echter op zoek bent naar online nieuwswebsites, kunt u beter op zoek gaan naar iemand die lokale nieuws- of gezondheidsonderwerpen verslaat.

**OPMERKING: Neem geen contact op met de advertentieafdeling voor een verhaalidee.**

5. **Als u het e-mailadres of het telefoonnummer van een specifieke verslaggever niet kunt vinden via de website, begin dan met bellen.** Vraag de receptioniste of redactiekamer naar de juiste persoon betreffende gezondheid, filantropie en dienstverlening. Sla de gegevens van iedereen met wie je spreekt op en zorg ervoor dat je de namen, e-mailadressen en telefoonnummers foutloos opschrijft.
6. **Houd de verschillende “levertijden” van de mediavormen op uw lijst in gedachten.**
  - Dagelijkse en wekelijkse kranten, radiostations en praatprogramma’s van televisie moeten ongeveer twee tot drie weken van tevoren benaderd worden.
  - Tijdschriften geven de voorkeur aan een kennisgeving vooraf van een aantal maanden, verwacht dus niet dat ze direct je verhaal opnemen. Aangezien de meeste stadstijdschriften hun eigen deadlines bepalen, is het het beste om te bellen en te vragen hoelang van tevoren ze een verhaal willen ontvangen.
  - Lokale televisie- en nieuwsredacteuren hoeven slechts een week of een paar dagen van tevoren benaderd te worden.
  - Onlinebronnen kunnen items erg snel plaatsen, dus zend de informatie een paar dagen of een week van tevoren.
7. **Stel je correspondentie op aan de hand van het aanpasbare nieuwsbericht en het feitenblad.** Zorg ervoor dat u uw informatie overal goed vermeld.
8. **Gefeliciteerd met het maken van een geweldige medialijst!** Het is nu tijd om uw informatie te verzamelen en naar iedereen in uw lijst te versturen.



# Eerste hulp bij mediarelaties

Wij stellen uw inspanningen om bekendheid te geven aan uw Kiwanis-club en Het Eliminate-project op prijs en we moedigen u aan om proactief elke mediagelegenheid binnen uw gebied aan te grijpen. Zoals eerder beschreven zal elke mediamogelijkheid om nog meer nationale naamsbekendheid te geven aan Kiwanis en aan Het Eliminate-project en de activiteiten van uw club betreffende het project, uiteindelijk ook positieve gevolgen hebben voor uw eigen lokale club!

Als u uw medialijst opgesteld heeft, verzend dan uw mediamateriaal en bel uw contacten nog eens om hen aan te sporen "het woord te verspreiden".

## Stap voor stap checklist

- 1. Vul de lege velden in en pas het persbericht aan.** We hebben u een persbericht van grote omvang gestuurd waarin alle details van Het Eliminate-project opgenomen zijn. Het enige wat u hoeft te doen is het bericht in te vullen met uw lokale informatie (gemeentegeroegens, wat voor een evenement u organiseert, uw contactgeroegens, enz.) dat is alles! Onthoud: verhalen die zich vlakbij in de eigen omgeving afspelen zijn het aantrekkelijkste voor de media.
- 2. Neem uw aangepaste persbericht, voeg het bijgevoegde feitenblad toe en u kunt deze twee documenten aan uw mediacontacten die u zojuist op uw medialijst gezet heeft, verzenden.** Het verzenden van e-mails is waarschijnlijk de beste en makkelijkste manier om al uw informatie snel en goedkoop te versturen. Verzend het persbericht niet als bijlage in uw e-mailbericht. Kopieer en plak het persbericht in het e-mailbericht zelf en voeg het feitenblad als bijlage toe. Bedenk een pakkend onderwerp om ervoor te zorgen dat het bericht niet in de inbox verdwijnt. Wees kort en bondig, leg de nadruk op het lokale verhaal en wees niet bang om creatief te zijn.
- 3. Nadat u uw mediamateriaal heeft verzonden, is het tijd om te bellen om uw verhaal onder de aandacht te brengen bij uw mediacontacten.** Als u de informatie e-mailt, kunt u de volgende dag al gaan bellen en de weken daarna.
- 4. Onthoud drie dingen als u uw contacten belt:**
  - a. Verslaggevers, redacteurs en producers werken bijna altijd tegen deadlines aan, dus houdt uw conversatie kort en direct.** De beste tijd om verslaggevers van geprinte media te bellen is vóór 15:00 uur (tenzij het een avondkrant betreft). Televisieverslaggevers en redacteurs zijn meestal tussen 10:00 en 14:00 uur beschikbaar om verhaalideeën te bespreken.
  - b. Vraag niet: "Heeft u de informatie die ik verstuurd heb ontvangen?"** Verslaggevers haten deze vraag. Zeg liever: "Ik heb u een paar dagen geleden informatie gestuurd over Het Eliminate-project dat door Kiwanis-clubs wereldwijd gesteund wordt. Ik vertel u er graag meer over en als u geïnteresseerd bent geef ik u wat aanvullende informatie."
  - c. Wees voorbereid om over uw verhaal te praten.** Als u uw mediacontacten aan de telefoon hebt, is dit een geweldige mogelijkheid om meer te vertellen over Het Eliminate-project en de evenementen of geldinzamelingsacties die u leidt.
- 5. Denk altijd aan wat de media echt wil (profijt voor het publiek) als u uw verhaal aan hen vertelt.** In het algemeen is de media gek op lokale verhalen; wat er gebeurt met mensen in hun gemeenschap, hoe het past in een algemene nationale trend, wat voor impact het heeft op andere mensen in de omgeving, enz. Uw verhaal wordt het vaakst naverteld in uw omgeving. Onthoud de volgende woorden: *lokaal, lokaal, lokaal.*

Bovendien reageren verschillende mediavormen verschillend op belangrijke zaken. Bijvoorbeeld, nieuwsprogramma's voor televisie reageren op visuele beelden, houd er dus rekening mee dat u hen visuele beelden stuurt. Radiostations reageren het beste op één-op-één-interviews, zorg er dus voor dat u vermeldt dat u beschikbaar bent voor interviews in de studio of voor live telefooninterviews. Contactpersonen van de geprinte media vragen meestal om details en statistieken om de validiteit van uw verhaal te bewijzen. Zij stellen visuele beelden vaak ook op prijs.

Een extra idee voor televisie Producers gebruiken graag grafische on-screen-elementen. U kunt de volgende tekst gebruiken: ga voor meer informatie naar [www.TheEliminateProject.org](http://www.TheEliminateProject.org)

6. **Houd er rekening mee dat u uw informatie mogelijk nogmaals moet versturen.** Nieuwsredacties zijn hectische werkplekken, wees dus niet verrast als uw contactpersonen zeggen dat ze het persbericht verkeerd geplaatst hebben of dat het materiaal ergens anders naartoe verstuurd moet worden. Wees voorbereid op het versturen van nog een exemplaar.
7. **Houd u aan deadlines.** Als uw contactpersonen het persbericht hebben ontvangen, willen ze misschien aanvullende informatie hebben of mogelijk willen ze u interviewen voor een langer verhaal. Beantwoord telefoontjes en aanvragen voor informatie altijd op tijd. De meeste publicaties hebben specifieke data van uitgifte en deadlines die *niet* uitgesteld kunnen worden.
8. **Als de media reageert, zorg er dan voor dat u klaar bent. Lees en herlees uw berichten.** En onthoud, mediarelaties zijn te vergelijken met verkopen. Mogelijk moet u met veel mensen praten om één deal te sluiten. Één lokaal verhaal geeft duizenden mensen de mogelijkheid om meer te weten te komen over uw lokale Kiwanis-club, Het Eliminate-project en de hulp die het biedt aan vrouwen en kinderen over de hele wereld.

Als een verslaggever meer informatie wil hebben, verwijst ze dan naar Lynn Garing via [jgaring@kiwanis.org](mailto:jgaring@kiwanis.org) of +1-317-217-6171.

# Interviewtraining

Als een verslaggever of redacteur van de lokale media geïnteresseerd is in een verhaal over Kiwanis en Het Eliminate-project, wil hij of zij wellicht een persoonlijk of telefonisch interview met u om erover te praten. Interviews zijn de perfecte mogelijkheid om uw belangrijke mededelingen te delen met het publiek en hen tot actie over te laten gaan, wees er dus zeker van dat u voorbereid bent. Onthoud, u helpt mee het woord te verspreiden over een groot en wereldwijd initiatief!

## Vóór het interview

1. **Verzamel zoveel mogelijk informatie over het soort interview.** De meeste verslaggevers zullen vertellen wat ze hopen dat er in het artikel komt te staan en uw input hieraan. .
2. Weet wat uw belangrijkste mededelingen zijn. **Hoe beter u op de hoogte bent van de mededelingen die u wilt vertellen, hoe vloeiender u uw verhaal zult doen. Leer geen script van buiten, probeer de woorden eigen te maken. Oefen het beantwoorden van vragen thuis in een rustige kamer of voor de spiegel. Hoe meer u oefent om uw belangrijke mededelingen onder woorden te brengen, hoe meer u zich op uw gemak zult voelen bij het beantwoorden van de vragen.**
3. **Bereid u voor op mogelijke interviews door te oefenen met een vriend of collega.** Dit lijkt misschien raar, maar als u oefent, bent u meer op uw gemak als u de vragen moet beantwoorden.

## Tijdens het interview

1. **Houd de tijd bij.** Als het een interview voor televisie of radio betreft, vraag dan of het interview live is of dat het opgenomen wordt. Live interviews duren normaal gesproken slechts twee of drie minuten, en als u live bent, is er geen mogelijkheid voor bewerking. Een opgenomen interview kan 5 of 10 minuten duren, omdat de verslaggever dan tijd heeft het verhaal te bewerken voordat het uitgezonden wordt.
2. **Zie het interview als een gesprek** met een potentiële nieuwe vriend, maar onthoud dat de verslaggever op zoek is naar een interessant verhaal. Vertel alleen wat u later wilt terugzien in geprinte media of op de televisie. Dat gezegd hebbende, ontspan je. De verslaggever weet dat u een vrijwilliger bent en een goed doel promoot, en misschien willen zij wel wel helpen om het woord ook te verspreiden.
3. **Onthoud dat de media het liefst persoonlijke verhalen vertelt.** Denk aan het aantal vrouwen en kinderen dat Het Eliminate-project al geholpen heeft of vertel een verhaal over een vrouw die u geïnspireerd heeft. U kunt foto's aanbieden van een aantal vrouwen die zijn ingeënt en fascinerende verhalen over ze vertellen. Fotografen van geprinte media en televisieverslaggevers houden hiervan.
4. **Plaats sleutelberichten in uw verhaal.** U kunt uw punten nog effectiever maken als u uw persoonlijke ervaringen als voorbeelden kunt gebruiken.
5. **Ontspan en wees jezelf.** Als u een antwoord niet weet, zeg dan 'nee' en verwijst ze door naar contactpersoon Jo Lynn Garing via [jgaring@kiwanis.org](mailto:jgaring@kiwanis.org) of +1-317-217-6171 of verwijst naar [www.TheEliminateProject.org](http://www.TheEliminateProject.org) voor meer informatie.

## Na het interview

1. **Vraag de verslaggever of er feiten of andere informatie zijn die de verslaggever nodig heeft om het verhaal compleet te maken.** Stuur alle aanvullende vragen naar Jo Lynn Garing: [jgaring@kiwanis.org](mailto:jgaring@kiwanis.org) of +1-317-217-6171.
2. **Achterhaal wanneer het verhaal uitgezonden of gepubliceerd wordt.**
3. **Maak aantekeningen over het verloop van het interview** en wat u de volgende keer anders zou doen.
4. **Feliciteer uzelf met uw goede werk!**

## Aanvullende tips voor televisie-interviews

1. Weet wat u over wilt brengen en wees niet bang om uzelf te herhalen. Vertel uw verhaal aan de hand van de belangrijkste mededelingen.
2. Korte antwoorden zijn beter dan langere. Stop met praten als u uw punt gemaakt heeft.
3. Dit is geen confronterend interview. Waarom zou u niet lachen tijdens het gesprek? U zult zo enthousiaster klinken.
4. Praat niet door de interviewer heen. Begin uw antwoord wanneer hij of zij klaar is.
5. Praat in volledige zinnen.
6. Vermijd jargon en acroniemen. Spreek zo simpel als mogelijk.
7. Herhaal geen negatieve zinnen. Er wordt bijvoorbeeld gevraagd: "Bent u niet een alien?" Antwoord niet met: "Ik ben geen alien." Zeg liever: "Ik kom eigenlijk uit Cleveland."
8. Houd uw handen vrij, open en geanimeerd. Maak handgebaren zoals u normaal gesproken doet.
9. Bedenk wat u wilt zeggen als er gevraagd wordt: "Wilt u nog iets meer vertellen?" In dit geval dient u allebelangrijke mededelingen samen te vatten in eens antwoord.
10. Ga er altijd vanuit dat de camera aanstaat.
11. Ga niet over de microfoon heen buigen.
12. Televisie is een intiem medium. Spreek in persoonlijke, anekdotische termen. Gebruik voorbeelden om uw punt te illustreren. Wees niet bang om "uw verhaal" te vertellen.
13. Lichaamstaal is belangrijk bij televisie. Oefen door voor een spiegel te praten. Mensen herinneren zich eerder hoe ze u vonden dan wat u zei.
14. Vermeld uw contactgegevens en de website waar mensen meer informatie kunnen vinden.
15. Onthoud, iets "onder elkaar bespreken" is er niet bij.

# Fascinerende video's

Het is belangrijk om te verifiëren dat de nieuwsmedia (televisie, radio, krant) alle informatie rond Kiwanis International en Het Eliminate-project hebben uitgezonden.

Als u een interview geeft of het project in de media vermeldt, zouden we hier graag een exemplaar van willen ontvangen. Stuur het alsjeblieft naar [pr@kiwanis.org](mailto:pr@kiwanis.org). Op deze manier kunnen we het succes van ons werk beter bijhouden!

## Tips voor fascinerende video's

Vraag de verslaggever na een interview of hij of zij weet wanneer het verhaal uitgezonden of gepubliceerd wordt.

1. Houd de website van de betreffende mediavorm in de gaten. U kunt normaal gesproken zoeken op een specifieke term op de website om gerelateerde artikelen te vinden. Het is mogelijk dat het verhaal in geprinte media gepubliceerd wordt of op radio of tv wordt uitgezonden, maar niet online geplaatst wordt. Daarom is het van belang om aan de verslaggever zoveel mogelijk informatie te vragen over wanneer het verhaal uitgezonden of gepubliceerd wordt.
2. Nadat u een interview afgerond heeft of het verhaal onder de aandacht van de media geplaatst heeft, gelieve dan onderstaande informatie te sturen naar [pr@kiwanis.org](mailto:pr@kiwanis.org):
  - Datum
  - Publicatie
  - Verslaggever
  - Plaats
  - Uw naam
  - Uw lokale Kiwanis-club

Als u schrijft over Het Eliminate-project, gebruik dan a.u.b. onderstaande stijl om consistentie te behouden.

## Naam

Het Eliminate-project

- Gebruik nooit het woord “Eliminate” zonder “Het” ervoor en “-project” erachter.
- Schrijf het woord “Eliminate” niet in hoofdletters (ELIMINATE).

## In eigen tekst

Eerste referentie projectnaam

Het Eliminate-project: Kiwanis en het bestrijden van tetanus bij moeders en pasgeborenen

Tweede referentie projectnaam

Het Eliminate-project

Geldinzamelingscampagne

Verwijs nooit naar de geldinzamelingscampagne als: “De Eliminate-campagne”.

Eerste referentie campagnenaam

De geldinzamelingscampagne van Het Eliminate-project

Tweede referentie campagnenaam

Geldinzamelingscampagne of campagne (kleine letter “g” en “c”)

Commissie

Internationale Commissie van Het Eliminate-project

Donaties

Zorg er voor dat cheques betaald kunnen worden aan de Kiwanis International Foundation. Schrijf “Het Eliminate-project” op de memoregel van uw cheque.

Titels

- Randolph L. DeLay, campagnevoorzitter van Het Eliminate-project
- De campagnevoorzitter van Het Eliminate-project Randolph L. DeLay

Dit is een voorbeeld van een succesvolle mediarelatie. Petje af voor onze Kiwanis-club in Alabama die moeite heeft gedaan om een mediarelatie over Het Eliminate-project aan te gaan en daarmee een publicatie in hun lokale krant heeft bewerkstelligd!

**TIMES**DAILY.COM

## Kiwanis-club zamelt geld in voor vaccinaties

Door Sarah Rowland, vaste schrijfster / Gepubliceerd: zondag 5 juni 2011 om 15:30 uur.

Leden van de Alabama Kiwanis-club helpen een ziekte te bestrijden die elk jaar verantwoordelijk is voor de pijnlijke dood van 60.000 baby's.

Het Eliminate-project, een initiatief van Kiwanis International en UNICEF, wil voor 2015 USD\$110 miljoen ingezameld hebben om tetanus bij moeders en pasgeboren (MNT) te helpen bestrijden in de 38 landen wereldwijd waar de ziekte nog steeds heerst.

"Het is echt een geweldige mogelijkheid als je er over nadenkt," zei David Beasley, Eliminate-coördinator van Alabama.

Beasley legde uit dat MNT een ziekte is die zuigelingen treft en vervolgens binnen 10 tot 14 dagen tot de dood leidt. "Ze lijden aan ondraaglijke stuip trekkingen waardoor spieren scheuren en botten breken. Vrijwel elk geluid, licht, of wind die tegen hun huid blaast, geven aanleiding tot deze stuip trekkingen."

"Ze leggen deze baby's in een donkere, geïsoleerde ruimte en volwassenen mogen ze niet aanraken en niet tegen ze praten."

Beasley schetste het beeld van een ouder die een ziek kind probeerde te troosten door tegen de baby te zingen, hem vast te houden en te wiegen, maar hij vertelde dat ouders baby's met tetanus niet kunnen troosten, omdat geluid en aanrakingen leiden tot stuip trekkingen.

"Ze blijven daar totdat ze doodgaan. Het is een afschuwelijke dood," vertelde hij.

Beasley vertelde over het plan van Kiwanis Alabama om voor 2015 USD\$2 miljoen op te brengen voor de campagne. Hij vertelde dat tot dusver clubs in Florence, Birmingham en Gadsden elk USD 2 miljoen hebben geschonken.

"We zien erg uit naar de samenwerking met UNICEF voor dit project," zei Beth Haddock, voorzitter van de

Kiwanis-club in Florence.

"Met een dergelijk klein bedrag kunnen we ervoor zorgen dat er iets van de aardbodem verdwijnt; het is een erg spannend project," zie Haddock.

Volgens UNICEF wordt MNT veroorzaakt door een tekort aan immuniteit, schone omstandigheden waarin moeders moeten bevallen, en ongeschikte zorg voor de navelstrengen van baby's na de geboorte. Beasley zei dat het project niet alleen zorgt voor de noodzakelijke vaccinaties, maar ook zorgt voor educatie om voorlichting te geven over geschikte hygiëne en bevallingsomstandigheden, inclusief bevallingspakketten voor een veilige en schone bevallingen van baby's.

"We hebben de mogelijkheid om dit probleem op te lossen," zei BEasley. "Dankzij UNICEF beschikken we over de technologie en de mankracht. Het enige wat we moeten doen is het simpelweg doen, zo kunnen we een wereldwijd probleem oplossen."

Beasley gaf aan dat vaccinaties USD\$1,80 per persoon kosten. "Bij dergelijke lage kosten is het voor vrijwel iedereen mogelijk om naar hun levensstijl te kijken en geld te vinden om te doneren."

"Of het nu gaat om wisselgeld sparen of drie jaar lang minder koolzuurhoudende drank of Starbucks drinken, de potentie is er en we kunnen het doen. We moeten het gewoon doen," zei hij.

Beasley vroeg: "Hoe vaak krijg je de kans om een wereldprobleem op te lossen? Het is opwindend. Het geeft voldoening."

Voor meer informatie over hoe u kunt doneren of over hoe u zich als vrijwilliger op kunt geven, kunt u contact opnemen met uw lokale Kiwanis-club of naar [eliminateproject.org](http://eliminateproject.org) gaan.

Sarah Rowland kunt u bereiken via 256-740-5749.