



Handleiding lokale media- benadering

Beste deelnemer,

Wat leuk dat jullie (weer) meedoen aan de Week van de Mediawijsheid 2026 (6 t/m 13 november).

Dit jaar staat de Week van de Mediawijsheid in het teken van grip op je schermgebruik. Gezond leven met je scherm gaat niet alleen over schermtijd, maar vooral over grip: jij bepaalt waar je je tijd aan besteedt. Met concrete tips en activiteiten helpt de Week van de Mediawijsheid mensen om hier zelf mee aan de slag te gaan. Door heel Nederland organiseren scholen, bibliotheken, gemeenten en maatschappelijke organisaties activiteiten waarmee mensen meer grip krijgen op hun (digitale) mediagebruik.

Vanuit de landelijke campagne benaderen we landelijke en regionale media over de Week van de Mediawijsheid. Lokale redacties zijn vaak op zoek naar inspirerende verhalen uit de buurt en besteden graag aandacht aan initiatieven die dichtbij hun lezers, kijkers en luisteraars staan. Jullie activiteit kan daarom interessant zijn voor de plaatselijke krant, radio- of televisiezender of lokale nieuwssite.

Om het zo makkelijk mogelijk te maken, hebben we een opzet voor een persbericht en een aantal praktische tips toegevoegd, evenals een toolkit met allerlei materialen. Pas de tekst vooral aan met informatie over jullie eigen activiteit.

Je kunt het persbericht vooraf versturen om bezoekers uit te nodigen of na afloop gebruiken om terug te blikken op een geslaagde activiteit.

Heb je vragen? Neem dan gerust contact op met ons team via pers@mediawijzer.net of rechtstreeks met mij via birgitte@prvanboven.com. Gaat het om een landelijk mediaverzoek of een vraag over de Week van de Mediawijsheid als campagne? Stuur deze dan altijd naar ons door.

Veel dank alvast en veel succes!

Namens het projectteam van de Week van de Mediawijsheid,

Birgitte van Boven
Publiciteit Week van de Mediawijsheid 2026
[Birgitte@prvanboven.com](mailto:birgitte@prvanboven.com) / +31 (0) 6 3397 2220



Tips

Zo vergroot je de kans op publiciteit

Een goed persbericht begint met een duidelijke nieuwsaanleiding. Vertel niet alleen wat jullie organiseren, maar vooral waarom dit interessant is voor mensen in jullie omgeving.

Maak het lokaal

Lokale media zijn vooral geïnteresseerd in nieuws uit de eigen buurt, wijk of gemeente. Vermeld daarom altijd:

- waar de activiteit plaatsvindt (plaats én locatie);
- wanneer de activiteit plaatsvindt;
- wat er gebeurt;
- voor wie de activiteit bedoeld is;
- waarom het onderwerp juist nu relevant is.

Benader de juiste journalist

Kijk voordat je het persbericht verstuurt welke journalist binnen de lokale of regionale media over dit onderwerp schrijft. Zoek bijvoorbeeld naar iemand die eerder publiceerde over onderwijs en jeugd/opvoeding. Een journalist die al affiniteit heeft met het onderwerp, is eerder geïnteresseerd in jullie verhaal.

Zoek persoonlijk contact

Stuur het persbericht naar de redactie en neem daarna telefonisch contact op. Vraag of het bericht goed is ontvangen en of er behoefte is aan aanvullende informatie, beeldmateriaal of een interview. Volg niet onnodig meerdere keren op.

Nodig de media uit

Een journalist ziet en vertelt het verhaal het liefst op locatie. Nodig de lokale media daarom uit om langs te komen. Gesprekken met deelnemers, sfeerbeelden en foto's maken een reportage vaak sterker dan een aankondiging alleen.

Vergeet je eigen kanalen niet

Deel foto's en video's via jullie website en sociale media. Tag de lokale media, de gemeente en eventuele samenwerkingspartners. Gebruik #WvdM en tag @iedereenmediawijs op Instagram of zoek naar Netwerk Mediawijsheid op LinkedIn. Zo kunnen we jullie activiteit ook vanuit de landelijke campagne onder de aandacht brengen.

Meer campagnemateriaal nodig?

Tijdens de Week van de Mediawijsheid kun je je stem laten horen en je expertise inzetten. In deze [campagnetoolkit](#) bieden we logo's, posters, teksten en beelden voor sociale media én inspiratie voor de campagne van dit jaar aan. Alle materialen zijn vrij te gebruiken in het kader van de Week van de Mediawijsheid.



Checklist voordat je een persbericht verstuurt

Neem nog even de tijd om onderstaande punten na te lopen voor je een persbericht verstuurt. Een compleet en verzorgd persbericht vergroot de kans op publicatie.

- **Sterke titel**

Maakt de titel direct duidelijk waarom dit nieuws interessant is?

- **Alle praktische informatie**

Staan de datum, tijd, locatie en eventuele aanmeldinformatie duidelijk in het bericht?

- **Lokaal haakje**

Is duidelijk waarom deze activiteit relevant is voor jullie gemeente, wijk of regio?

- **Persoonlijke quote**

Bevat het persbericht een korte quote van bijvoorbeeld de organisator, een spreker of deelnemer?

- **Goed beeldmateriaal**

Heb je goed (en rechtenvrij) beeldmateriaal meegestuurd die de activiteit goed laat zien?

- **Contactgegevens**

Staat er een contactpersoon met telefoonnummer en e-mailadres vermeld voor vragen van de pers?

Opzet persbericht

[Titel - Bijvoorbeeld: Bibliotheek [naam] organiseert workshops tijdens de Week van de Mediawijsheid of Inwoners van [plaats] ontdekken hoe zij slimmer omgaan met digitale media]

[Plaats], [datum] - Tijdens de Week van de Mediawijsheid organiseert **[naam organisatie]** op **[datum]** een **[activiteit]** in **[plaats]**. Deelnemers krijgen concrete tips en gaan zelf aan de slag met [onderwerp]. Zo ontdekken zij hoe ze meer grip kunnen krijgen op hun schermgebruik. De activiteit maakt deel uit van de landelijke [Week van de Mediawijsheid](#).

Tijdens de bijeenkomst **[beschrijf hier kort wat deelnemers gaan doen en wat ze leren of ontdekken. Benoem ook hoe de activiteit aansluit bij het thema van de campagne: grip op schermgebruik.]**. Er is aandacht voor **[bijvoorbeeld schermtijd, sociale media, AI of een ander relevant onderwerp]**.

De activiteit is bedoeld voor **[doelgroep]** en deelname is **[gratis/prijs]**.

[Quote - Vertel bijvoorbeeld waarom grip op schermgebruik belangrijk is voor jullie doelgroep, wat deelnemers tijdens de activiteit kunnen leren of waarom jullie juist nu deze activiteit organiseren.]

Over de Week van de Mediawijsheid

Van 6 t/m 13 november vindt de landelijke Week van de Mediawijsheid plaats. Door heel Nederland organiseren scholen, bibliotheken, gemeenten en maatschappelijke organisaties activiteiten die aansluiten bij de campagne. Centraal staat dit jaar hoe je meer grip krijgt op je schermgebruik. Met concrete tips en activiteiten kun je direct aan de slag. Meer informatie is te vinden op www.weekvandemediawijsheid.nl.

Over Netwerk Mediawijsheid

De Week van de Mediawijsheid is een initiatief van Netwerk Mediawijsheid. Het netwerk bestaat uit ruim duizend organisaties die samenwerken aan een samenleving waarin iedereen mediawijs kan meedoen. Door kennis te delen en samen te werken, helpt het netwerk mensen om sterker en zelfverzekerder hun weg te vinden in de digitale wereld.

Noot voor de redactie/niet voor publicatie

Wilt u meer weten over deze activiteit of langskomen voor een interview of reportage? Neem contact op met:

[Naam / functie / telefoonnummer / email]

Voor algemene vragen over de Week van de Mediawijsheid kunt u terecht bij Birgitte van Boven via birgitte@prvanboven.com en/of +31(0)633972220