< voorbeeld persbericht >

**[Naam bedrijf] dementievriendelijk**

[Plaats], [datum]

**Medewerkers van [naam horecabedrijf] in [plaats] volgden een training waarin zij leerden hoe ze goed kunnen omgaan met gasten met dementie****. De training werd gevolgd in het kader van het initiatief ‘Samen dementievriendelijk in de horeca’ van Samen dementievriendelijk.**

[Evt. toevoegen quote van directeur/medewerker over het belang van dit initiatief en eigen motivatie: wat hebben de klanten/bezoekers er aan en waarom is dit zo belangrijk?].

**Groeiend aantal mensen met dementie**

In Nederland leven circa 270.000 mensen met dementie. Door de vergrijzing is dit aantal verdubbeld in 2040. Zeventig procent van hen woont thuis en neemt deel aan het maatschappelijk leven. Ook in [**naam bedrijf]** komen er dus steeds vaker gasten die (mogelijk) dementie hebben.

**Goede service**

Zelfstandig erop uit, zoals [voorbeeld dat bij het bedrijf past] worden steeds moeilijker voor mensen met dementie. [Naam bedrijf] wil alle gasten de beste service bieden. Om er voor te zorgen dat mensen met dementie begripvol worden geholpen, volgden medewerkers de training *In de horeca* van Samen dementievriendelijk. In deze training leerden zij hoe zij dementie kunnen herkennen en hoe zij daar op een goede manier mee kunnen omgaan.

**De handen ineen**

‘Samen dementievriendelijk in de horeca’ is een initiatief van Samen dementievriendelijk, Horeca Nederland en Huis ter Duin. Zij slaan de handen ineen om tot 2020 zoveel mogelijk horecabedrijven aan te laten sluiten bij het initiatief om de Nederlandse horeca dementievriendelijk te maken.

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

*Voor meer informatie over [naam bedrijf/organisatie] kunt u contact opnemen met [contactpersoon] via [telefoonnummer] of [e-mailadres].*

*Voor meer informatie over het programma Samen kunt u contact opnemen met persvoorlichters Iris Spanjers of Hella van der Sloot via 06 - 5745 2606 of* *pers@samendementievriendelijk.nl**.*

**Tips voor verspreiding persbericht**

* Stuur het persbericht naar de redacties van lokale en regionale televisie- en radiozenders en kranten. Zorg er voor dat de tekst van het persbericht in de mail zelf staat. Redacties krijgen dagelijks veel persberichten via de mail. Door de tekst in de mail zelf te zetten, maakt u de kans dat uw persbericht wordt gelezen een stuk groter. Stuur het persbericht het liefst aan een specifieke verslaggever of redacteur in plaats van aan het algemene redactieadres. Weet u de naam niet? Bel dan naar de redactie om uw persbericht aan te kondigen. Dit is meteen een goed moment om het persbericht – en wie weet een interview - alvast onder de aandacht te brengen.
* Het is altijd goed om uw mediacontacten eerst te bellen, voordat u ze het persbericht stuurt.
* Stuur een goede foto mee naar redacties van lokale en regionale kranten. Een duidelijke, scherpe foto maakt de kans dat uw persbericht (mét foto) wordt meegenomen in de krant een stuk groter.
* Kies een goede dag om het persbericht te verspreiden. Veel lokale kranten verschijnen één keer per week. Het is daarom goed de deadlines te noteren: als het persbericht vlak voor de deadline binnenkomt op de redactie, is de kans groot dat er geen ruimte meer is en het bericht dus niet wordt meegenomen. Dit geldt overigens niet alleen voor kranten, maar ook voor lokale en regionale radio en televisieprogramma’s. U kunt de deadlines vaak online vinden, maar u kunt ook even de redactie bellen en naar de deadline vragen.
* Zet het persbericht op uw eigen website. Vervolgens kunt u het persbericht verspreiden via sociale media, zoals Twitter, Facebook en LinkedIn. Maak een berichtje en zet daar de link naar het persbericht bij. Voeg ook een foto toe. Vergeet niet media en/of personen te ‘taggen’ om ze nog eens extra te attenderen op het persbericht.