

En praktisk guide til pressekontakt

SOSIALT



GØY



UTFORDRENDE

Innhold

Kontakt med mediene	3
Første skritt	3
Bruk lokalkunnskapen deres	3
NBF kan hjelpe	3
Oppbygging av pressemeldingen	4
Eksempel på en lokal pressemelding	5
Bilder til pressemeldingen	6

Kontakt med mediene

Første skritt

Ved første henvendelse til lokale/regionale medier bør man skrive direkte til redaksjonen, eventuelt redaktøren, dersom det ikke er en egen e-post for generelle henvendelser.

Det er alltid en god idé å ta direkte kontakt med redaksjonen dersom dere ikke har hørt noe på et par dager etter den første henvendelsen. Det kan være flere grunner til at en journalist ikke har kunnet følge opp, og ofte er en personlig samtale det som skal til for å få omtale. Deres engasjementet når dere snakker om saken/arrangementet kan være det som skal til for å få journalisten til å bite på. Det er også enklere for journalisten å se/snakke om ulike vinklinger med de som kjenner arrangementet/saken best.

Det er dere som har lokalkunnskapen

Hvis man allerede har kontakt med en journalist er det veldig lurt å kontakte vedkommende personlig. Forhør deg blant klubbens medlemmer om noen har kontakter i (lokal)pressen. Det er alltid bedre med en direkte kontaktperson.

Det er også dere som kjenner deres eget lokalsamfunn best, og som derfor vet best hvilken gruppe det er best å rette seg til/mot. Har kommunen en stor gruppe av eldre som savner en sosial hobby, er det mange skoler som vil prøve seg på skolebridge eller er det kanskje en generell mangel på gode fritidstilbud.

Det gir som oftest positiv uttelling å kontakte lokale medier, da det kan være vanskelig for journalistene å komme opp med nye saker hver dag/uke. Det gir enda bedre odds dersom dere kan levere bilder også, det gjør jobben til journalisten enklere og øker sjansen for å få spalteplass.

NB! Husk å spare på kontaktinformasjonen til journalisten som skriver om dere!

NBF kan hjelpe

Vi er her for å hjelpe og støtte med tips, råd, korrekturlesing o.l.

Skriv til sekretariatet på bridge@bridge.no

Hvordan bygge opp pressemeldingen

En pressemelding skal kunne leses og forstås av alle. Dropp derfor typiske bridgeuttrykk og "slang". Skriv det som du ville gjort til en som ikke spiller bridge, på en måte som gjør at personen skulle ønske at hen kunne spille bridge. Pressemeldingen skal være en god historie. Gjør den personlig og konkret, ikke allmenn og abstrakt.

Vi anbefaler at du har med følgende:

1. En historie: Skrevet i formatet til en pressemelding.
2. Gode bilder: Relevante og helst av personen som siteres.

Bruk denne modellen når du skriver:

Informasjon

Tid og sted

Overskrift

Skal beskrive innholdet.

Ikke vær for kreativ eller intern (f.eks. bridgeslang og klisjeer som "Med trumf på Bridgens Dag"). Bruk overskriften til at pirre nysgjerrigheten.

Ingress

Skal gi en kortfattet beskrivelse av historien. Ingen detaljer, men en kort oppsummering av hovedbudskapet i historien.

Brødtekst

Omtrent tre avsnitt lang.

Start med å svare på: Hvem, hva, hvor, når, hvorfor, hvordan. Du kan utdype med sitater fra en person som er relevant for historien – tenk nøye på hva dere vil formidle.

Fakta

Avslutt med hensiktsmessig informasjon: ALLTID kontaktinformasjon til klubben, evt. bridgefakta.

Eksempel på en pressemelding til lokalavisa

Her er et (oppdiktet) eksempel på hvordan en pressemelding for Bridgens Dag kan se ut.

La dere inspirere, men gjør det som passer til deres klubb og deres historie. Dere kjenner deres budskap best!

NB! Denne er også i lengste laget. Pressemeldinger kan med fordel holde seg til 3 avsnitt!

[Overskrift]:

Y fant kjæresten sin på bridgefestival

[Ingress]

Har du lyst til å oppleve verdens mest underholdende kortspill? Nå har du sjansen, X-by Bridgeklub åpner dørene og deler ut kortene på Bridgens Dag, lørdag 3.september.

[Brødtekst]

[Del 1: Hva skal skje?]

I X-by feirer vi Bridgens Dag ved å invitere alle nysgjerrige inn i klubben. Du kan være med på lynkurs, se demo-spill, nyte kaffe og kaker, i tillegg til muligheten til å snakke med bridgespillere om dette vanedannende kortspillet. All moroa skjer i X-bys Bridgeklubb, adressen vår.

[Del 2: Sitat og person]

Y har virkelig fått oppleve hvilken forskjell bridge kan gjøre i livet. Hun har gått fra å være singel, med få venner og en følelse av å aldri være ordentlig god på noe til å ha funnet kjærligheten i sitt liv. På mer enn én måte:

"Seks måneder etter mitt første spill ble jeg kjæreste med en fra laget mitt, og et år etter vant vi NM for nybegynnere sammen, under den norske Bridgefestivalen på Lillehammer. Bridge er så mye, mye mer enn man tror. Det jeg liker best er at man hele tiden blir utfordret og at man møter så mange interessante mennesker," forteller Y.

[Del 3: Utfyllende til historien]

52 kort. Fire spillere. Ubegrensede muligheter. Når du først har lært bridge kommer alle andre kortspill til kort. Kombinasjonen av sosialt samvær og utfordringer for alle, fra nybegynneren til den profesjonelle, gjør bridge til noe du bare må prøve.

[Fakta]

3.september i *X-bys Bridgeklubb*, adressen vår.

For mer informasjon, kontakt klubbleder Z på telefon XXXXXX.

Se mer på bridgensdag.no

[Kontaktinformasjon]

For ytterligere informasjon, bilder eller annet, kontakt:

XY

X-bys Bridgeklubb

Bilder til pressemeldingen

Alle artikler og pressemeldinger har best sjanse for å bli brukt når det følger med bilder. Spesielt hvis bildene kan skaffes/brukes uten kostnad for mediene.

Bildene fungerer best hvis de har smilende mennesker og et godt utsnitt av situasjonen. Hele salen eller alle bordene er ikke det mest interessante. Det er derimot de to motstanderlagene som deler et kakestykke og en god klem etter endt match.

Sørg for å ha følgende på plass:

1. Avtal all bruk med fotografen. Og vær nøye med å kreditere fotografen med navn.
2. Få samtykke fra personen/e som er avbildet. Barn under 15 år må ha foreldres/foresattes samtykke.
3. Hvis et bilde skal på trykk (i papiravis) må det ha høy oppløsning (dpi) (min. 800 kb og høyere, avhengig av størrelsen på bildet). Bilder til bruk i digitale medier har gjerne lavere krav til oppløsning (dpi), men sjekk dette med journalisten/redaksjonen.