

En praktisk guide til pressearbejde



søndag d. 28. august
2022

Indhold

Kontakt til medierne	3
Første skridt	3
I er de lokale	3
DBf kan hjælpe	3
Opbygning af pressemeddelelse.....	4
Eksempel på en lokal pressemeddelelse	5
Billeder til pressemeddelelse	6

Kontakt til medierne

Første skridt

Ved første henvendelse til lokale/regionale medier skal man skrive direkte til redaktionen eller evt. redaktøren, hvis der ikke er en e-mailadresse til generelle henvendelser.

Det er altid en god ide efterfølgende at gribe telefonen og kontakte redaktionen. Af og til har de ikke lige fået fulgt op, og ofte kan I gøre dem mere interesserede i at skrive om historien, når I snakker med dem, lader jeres egen glød komme til udtryk og måske kommer med forslag til andre vinkler.

I er de lokale

Hvis man allerede har kontakt til en journalist enten via tidligere artikler om bridge eller i andre sammenhænge, er det en rigtig god ide at tage fat i vedkommende personligt. Hør evt. i klubben, om der er nogen med kontakter til (lokal)pressen. Det er altid bedre med en direkte kontakt.

I kender jeres lokalområde og ved som regel bedst selv, hvad I skal slå på. Det kan være, der er en stor gruppe ældre i kommunen, det kan være, at mange skoler har forsøg med skolebridge, eller måske efterlyser kommunen nye tilbud til borgerne.

Generelt er det meget taknemmeligt at kontakte lokale medier, da det som journalist ofte er svært uge for uge at finde på nye historier fra lokalområdet. Hvis man samtidig leverer billeder, så er det en virkelig nem måde for avisen at få fyldt spalterne.

NB! Hvis I får nogen til at skrive om historien, så gem deres kontaktoplysninger og tag fat i samme person næste gang.

DBf kan hjælpe

Husk, at I altid kan søge råd og sende jeres pressemeddelelser til gennemlæsning i DBf's sekretariat.

Skriv til sekretariatet på dbf@bridge.dk

Opbygning af pressemeddelelse

En pressemeddelelse henvender sig til befolkningen generelt, ergo skal indholdet præsenteres, så alle kan forstå det. Det vil sige uden indforståethed og bridgeslang.

Tænk på pressemeddelelsen som en god historie. Så gør pressemeddelelsen personlig og konkret; ikke almen og abstrakt.

Henvendelse til medierne på skrift skal helst være udstyret med to ting:

1. En historie: Den kan (helst) fortælles som pressemeddelelse.
2. Gode billeder – relevante og om muligt af personen, der citeres.

Brug modellen nedenfor til at skrive pressemeddelelse ud fra:

Overskrift

Skal dække indholdet.

Ikke være for kreativ eller indforstået (f.eks. bridgeslang og klicheer som "Sæt trumf på Bridgens Dag"). Brug overskriften til at vække nysgerrigheden.

Underrubrik

Skal præsentere indholdet af pressemeddelelsen i kort form. Ingen detaljer, men en kort opsummering af hovedbudskabet i artiklen.

Teksten

Omkring tre afsnit lang.

Start med at besvare HV-spørgsmålene: Hvem, hvad, hvor, hvornår, hvorfor, hvorledes. Herefter kan man uddybe med eksempelvis citater dvs. citater fra en relevant person for historien – eksempelvis en kursist eller en underviser.

Fakta

Sidst kommer uddybende oplysninger, f.eks. fakta om bridge, kontaktoplysninger, BRIDGENSDAG.DK osv. for dem, som måtte ønske uddybning.

Eksempel på en lokal pressemeddelelse

Her er et konstrueret eksempel på, hvordan en pressemeddelelse for Bridgens Dag kan se ud. I kan frit hente inspiration og kopiere fra teksten, tilpasset jeres egen klub og case. Denne er i den lange ende. Pressemeddelelser kan godt - normalt - være så kort som 3 afsnit.

[Overskrift]:

Y fandt sin kæreste på bridgefestival

[Underrubrik]

Har du lyst til at prøve kræfter med verdens sjoveste kortspil. Så har du chancen, når X-by Bridgeklub slår dørene op og finder kortene frem på Bridgens Dag, den 26. august.

[Tekst]

[Del 1: overordnet]

I X-by fejres Bridgens Dag ved, at invitere alle nysgerrige indenfor, hvor man både kan få et lynkursus, se andre spille, få sig en kop kaffe og en snak med bridgespillerne om, hvad der er så magisk ved et kortspil. Det foregår i X-bys Bridgeklub, Langhuset 37.

[Del 2: citat og person]

En, som virkelig har oplevet, hvilken forskel bridge kan gøre i livet, er Y Hun havde aldrig haft en kæreste, havde ingen venner og aldrig rigtig været god til noget. Så meldte hun sig til et bridgekursus, og det var kærlighed ved første blik, på mere end en facon.

"Seks måneder efter mit første spil blev jeg kæreste med en anden fra mit hold, og et år efter vandt vi sammen DM for begyndere under den danske Bridgefestival i Svendborg. Bridge er så meget mere, end man forestiller sig. Det bedste er, at man konstant bliver udfordret og møder så mange interessante mennesker," fortæller Y.

[Del 3: udvidelse af historie]

52 kort. Fire spillere. Ubegrænsede muligheder. Når først man har lært bridge, er alle andre kortspil tabt for evigt. Kombinationen af socialt samvær og udfordringer for alle lige fra begynderen til den professionelle gør bridge til noget, man bare er nødt til at prøve.

[Fakta]

Hvis du går rundt med en hemmelig drøm om at få kort i hånden, så duk op den 26. august i X-bys Bridgeklub, Langhuset 37. For mere information, kontakt formand Z på telefon XXXXXX.

Se mere på bridgensdag.dk

[Kontaktinformation]

For mere information, billeder eller andet, kontakt:

XXXX

X-bys Bridgeklub

Billeder til pressemeddelelse

Alle artikler og pressemeddelelser har de bedste chancer for at blive bragt, hvis man samtidig vedhæfter fotos, som medierne må bringe uden omkostninger. Billederne er bedst hvis de har smilende mennesker og god beskæring.

Dog skal man sikre sig følgende:

1. Foreligger der en aftale med fotografen om, at fotoet må videregives? I så fald skal fotografen nævnes ved navn.
2. Forældrenes tilladelse skal indhentes ved brug af fotos af børn.
3. Hvis et foto skal trykkes, skal det være i høj opløsning (min. 800 KB og højere opløsning, jo større billedet i mediet skal være). Fotos til brug på net-medier behøver ikke være i høj opløsning.