

# En praktisk guide til pressearbejde

## Indhold:

- Kontakt til medier
- Opbygning af en pressemeddelelse
- Nyhedskriterier
- Eksempel på en pressemeddelelse
- Billeder

## 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.

Hvis I ikke får svar på jeres første henvendelse, så er det en god ide at tage 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, hvis I 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/på skolen, 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. Har der været politisk debat omkring skolerne? Mangler der tilbud til unge? Er bridge særlig populært i jeres område? Har I en junior(landsholdspiller), der kan være en god rollemodel/god historie for medierne?

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.

## Opbygning af en pressemeddelelse

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

Den skrives, så det vigtigste står først, og detaljer uddybes herefter, rangordnet efter hvor vigtige de er. Redaktører forkorter bagfra, derfor er det vigtigt.

En pressehenvendelse til medierne skal indeholde to ting:

### 1. En historie

Hvad er det særlige/nye/spændende? Det kan fx være, at utilpassede unge falder til ro i bridgetimerne og på den måde bliver bedre integreret i hverdagens undervisning. Det kan også være, at en lokal elev lærte bridge i skolen og nu er på juniorlandsholdet til de kommende europamesterskaber.

### 2. Gode billeder – relevante for historien og om muligt af personen, der citeres eller som historien omhandler.

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 (tjek gerne med skolen, hvis billederne er taget der):

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 netmedier behøver ikke være i høj opløsning

Brug modellen på næste side for at opbygge en artikel/pressemeddelelse.



## Overskrift

Skal dække indholdet,  
Ikke være for kreativ eller indforstået (f.eks. bridgeslang og klicheer som "Trumf på undervisningen"). En overskrift skal også gerne være så kort som muligt. For eksempel blot "Bridge letter den lange skoledag"

## 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 (skole)bridge, kontaktoplysninger, skolebridge.dk osv. for dem, som måtte ønske uddybning



## Eksempel på en lokal pressemeddelelse

Her er et konstrueret eksempel på, hvordan en pressemeddelelse for Skolebridge 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 være så korte som 3 afsnit.

[Overskrift]

Bridge hitter på Næstved Skole

[Underrubrik]

50 elever har gennem en måned fået bridgeundervisning i skoletiden. Eleverne er vilde med det klassiske kortspil og oplever det som et kærkomment afbræk fra den øvrige undervisning.

[Tekst]

[Del 1: overordnet]

Bridge for 7. klasserne på Næstved Skole blev indført som en del af undervisningen, efter den lokale bridgeklub tog kontakt til skolen for at tilbyde undervisning af skolens elever. Næstved Bridgeklub stiller undervisere, materialer og kort til rådighed, og de lokale bridgespillere nyder at indvie de unge i bridgens forunderlige verden.

[Del 2: citat og person]

Bridge er i modsætning til fx skak et meget socialt spil. Man sidder fire ved et bord og er makker med den, man sidder overfor. De unge morer sig og driller hinanden venskabeligt.

*"Bridge er megafedt," fortæller Anna på 11 år. "Man spiller sammen med sin makker, og jeg spiller med min gode veninde Signe. Mine forældre vil også gerne lære det nu, men man behøver slet ikke være gammel for at spille bridge!"*

[Del 3: udvidelse af historie]

Anna og Signe har meldt sig til at deltage i DM for skolepar senere på året. Der vil være en repræsentant for juniorlandsholdene, som er på udkig efter talenter til U16-landsholdet. Pigerne synes, det kunne være spændende at komme med til et nordisk eller europæisk mesterskab.

"Så kan vi vinde medaljer!" siger Anna.

[Fakta]

For billeder eller mere information om skolebridge i Næstved og omegn, kontakt bridgeklub/person ZZZ på telefon XXXXXX, Trine Binderkrantz fra Danmarks Bridgeforbund på tlf 4847 5213 eller tjek [skolebridge.dk](http://skolebridge.dk)

