

# SÅDAN KONTAKTER DU (LOKAL)PRESSEN

Det er supersmart at kontakte medierne, hvis du har en god historie fra en aktivitet, et spændende arrangement eller en enestående personlig fortælling. På den måde kan du sætte fokus på lokalafdelingens flotte arbejde, få nye frivillige eller give de unge en stemme i samfundet.

Her får du en guide til at skrive en pressemeddelelse og tips til, hvordan du får den ud til medierne og fanger deres interesse.

## Hvad er din historie?

Først skal du spørge dig selv: "Hvad vil jeg gerne fortælle?"

Når du ved det, så har du 'vinklen' – og vinklen er hele pointen i den pressemeddelelse, du sender ud.

*En vinkel kan fx være: 'URK Næstved afholder et sportsarrangement for alle børn og unge i byen, og der kommer nogle fede rappere og holder koncert.'*

## Sådan skriver du pressemeddelelsen

Din pressemeddelelse skal have en catchy titel, en undertitel, der opsummerer din historie kort, og en tekst med korte overskrifter, der deler teksten op. Den skal i princippet ligne de artikler, du læser i avisen eller på nettet.

Du må gerne lege med sproget og bruge tillægsord.

Det kan fx se sådan ud:

Husk at skrive det vigtigste først.

Og det vigtigste er: hvem, hvad, hvor og hvornår.

### Gade-rap og streetfodbold: Kom med til Bolddag på plænerne

**Fouli og Xabski fyrer op i Næstved, når Ungdommens Røde Kors på lørdag inviterer byens børn og unge til streetfodbold, basket og livekoncert.**

Dribl rundt om dine venner i streetfodbold eller basketball og oplev rapperne [Fouli](#) og [Xabski](#) give et brag af en koncert.

Det hele sker lørdag til Bolddag på Kobberbakkeskolen afdeling Sydby i Næstved, hvor de frivillige fra Ungdommens Røde Kors' lokalafdeling i Næstved har stablet sportsarrangementet Bolddag på benene.

Efter en hård coronatid uden fysisk skole og et afsavn af vennerne kan områdets børn og unge endelig få et frisk boost af energi på boldbanerne og nyde sensommersolen i selskab med kammeraterne.

#### Rap-talenter kommer til byen

Ungdommens Røde Kors Næstved har begået noget af en bedrift ved at lokke de to stjernesrud [Fouli](#) og [Xabski](#) til at optræde til Bolddag.

Gaderapperen [Fouli](#) er især kendt for sine hits "Lige siden start" og "Fremad," hvor han blander sine rødder i Marokko sammen med sin opvækst i Albertslund.

[Xabski](#) kommer fra Aarhus' musikscene, hvor den unge rapper slog igennem som frontmanden i gruppen [Iswaal](#) med sange som "Lyden" og "Standard."

Der vil være mulighed for at tilmelde sig de forskellige turneringer i fodbold og basketball, mens familie og venner kan heppe med på sidelinjen.

Eventet er gratis, og udover turneringerne vil der også være snacks til de fremmødte.

Pressen er velkomne til at besøge og deltage i eventet.

Det er altid en god idé at skrive ekstra fakta, som journalisterne kan bruge til at omtale både din historie og jeres lokalafdeling.

Det kan fx se sådan ud:

**Fakta om eventet:**

- Finder sted lørdag den 11. september 2021 fra klokken 13.00 til 19.00 på Kobberbakkeskolen afdeling Sydby
- For børn og unge i alle aldre
- Det er gratis at deltage
- Arrangeret af de frivillige i Ungdommens Røde Kors Næstved
- URK Næstved består af en gruppe af unge frivillige, der sammen ønsker at gøre en forskel for børn og unge i Næstved og lokalområdet.

**Om URK i Næstved:**

- URK i Næstved afdækker både behovet for nye aktiviteter, starter aktiviteter op og støtter aktiviteterne, når de kører.
- Vi arrangerer sportseventet og laver andre pop up aktiviteter
- URK står også for Spilopperne i samarbejde med krisecenteret Næstved. I krisecenteret bor der mødre med deres børn, og Spilopperne sørger for at børnene får en pause fra hverdagen gennem leg og gode oplevelser.

Derudover skal du slutte af med kontaktoplysninger på dig selv eller andre, som det vil være relevante for journalisterne at tage fat i, hvis de gerne vil lave historien, komme til dit event eller interviewe en person.

Husk at tilføje navn, titel, telefonnummer og mail.

## Sådan sender du pressemeddelelsen

Handler pressemeddelelsen om et event, er det bedst at sende den ud en uge før. Derudover er der også større chance for, at journalisterne fanger historien, hvis den bliver sendt ud i starten af ugen. Så selv hvis du har skrevet og gjort pressemeddelelsen klar fredag, så vent til efter weekenden.

Sæt din pressemeddelelse ind i mailen som tekst med titel, undertitel og det hele – lad være med at vedhæfte den som et dokument. Står din pressemeddelelse direkte i mailen, er det svært for journalisterne at undgå at se den.

I emnefeltet kan du skrive: "Pressemeddelelse: \*titel på pressemeddelelsen\*\*"

## Hvem vil du gerne sende den til?

Afhængig af hvor i landet du bor, og hvilken type historie du gerne vil fortælle, kan du sende mailen med pressemeddelelsen til både lokalaviser, radioer, tv-stationer og nationale medier.

Er det et lokalt event, giver det mest mening at sende mailen til et lokalmedie. Afholdes eventet fx af URK Næstved, kan du sende det til Sjællandske Mediers redaktion i Næstved, TV2 Øst og DRP4 Sjælland. Er det en rigtig stærk personlig fortælling, kan den både sendes til lokalmedierne, men også de landsdækkende medier. Rådfør dig gerne med URK's sekretariats

kommunikationskonsulenter (skriv til [webred@urkmail.dk](mailto:webred@urkmail.dk)), inden du kontakter landsdækkende medier. Så kan de eventuelt også hjælpe med at udbrede historien.

Modtagernes mailadresser kan du ofte finde på mediernes egne hjemmesider, hvor de som regel skriver, hvordan du kan kontakte deres redaktion.

## **Dine rettigheder**

Hvis du eller en anden udtaler sig, kan I altid bede om at få artiklen eller i det mindste citaterne til gennemsyn, så I kan tjekke, at alting er, som det skal være. Det er også altid godt at få artiklen faktatjekket for fejl.

## **Kontakt URK's kommunikationsafdeling**

Har du brug for hjælp til en pressemeddelelse eller sparring omkring ovenstående, er du altid velkommen til at kontakte URK's kommunikationsafdeling på [webred@urkmail.dk](mailto:webred@urkmail.dk).

Du kan desuden finde en skabelon på en pressemeddelelse eller andre værktøjer på [www.urk.dk/kommunikation](http://www.urk.dk/kommunikation).