

Skriv en god pressemeddelelse

Journalister skal bruge nogle bestemte oplysninger i en pressemeddelelse. Leverer I dem, øger I Jeres muligheder for at få en historie i avisen. Denne skabelon hjælper dig med at skrive en god pressemeddelelse, så I kan få Jeres budskab ud til læserne.

Vejledning til udformning af en god pressemeddelelse
Tidsforbrug: 15-60 minutter

Vejledning

Inden du kontakter pressen, er der forskellige ting, som du bør tænke over.

Server budskabet let. De fleste lokale redaktioner er små og består kun af en til to journalister. De har derfor rygende travlt. Jo mindre arbejde det giver journalisten at bringe historien, des større er chancen for at den kommer i.

Fakta og billeder. Det er vigtigt at få al fakta om arrangementet med. Tidspunkt, adresse, arrangør, evt. pris osv. Det kan sagtens opstilles som punkter i slutningen af pressemeddelelsen – også selvom det fremgår af teksten. Teksten bør så vidt muligt ledsages af et par billeder.

Du har ikke en kvote af historier i aviserne, som du kan opbruge. Tværtimod – jo flere gange I har været i, jo nemmere bliver det næste gang. Mere omtale gør Jer mere interessante for aviserne.

Send den til de medier du finder relevant. Berlingske Tidende interesserer sig næppe for din forenings fastelavnsfest, og Tipsbladet bringer ikke historien om din vinhandel. Lokalmedier, der dækker dit område, vil næsten altid interessere sig for din pressemeddelelse. Især hvis det handler om en lokal nyhed eller et offentligt tilgængeligt arrangement.

Opbyg relation til pressen. Hvis I har været i avisen før, er det en god idé at stile pressemeddelelsen direkte til den journalist der skrev om Jer. Vedkommende ved hvem I er og vil på den måde have gode forudsætninger for at skrive om Jer igen. Samtidig kan det være begyndelsen til en personlig relation som gør, at journalisten en dag selv opsøger dig, hvis han/hun har brug for et citat eller en historie.

Vær ude i god tid. Avisens deadline står som regel på side to, men undgå at vente til sidste øjeblik. Redaktionen begynder at forberede næste avis, ligeså snart den gamle er gået i trykken, så send pressemeddelelsen dér. Jo tættere på deadline du sender den, jo tættere er avisen på at have al indholdet klar, og jo mindre er chancen dermed for, at der er plads til Jeres historie.

Neden for finder du en skabelon til brug for din næste pressemeddelelse.

Materialer

- [Skabelon til pressemeddelelse \(doc\)](#)