

## Tips när du kontaktar media

### SÄND RÄTT FRÅGA TILL RÄTT MEDIA

Lär dig vilka media och vilka journalister som är mest intresserade av en viss fråga. Vilka nappar? Var blir genomslaget störst? Och mest ändamålsenligt? Utnyttja att olika tidningar och deras debattredaktioner har olika profil. Välj den som passar er.

### SÄND PRESSMEDDELANDEN MED REGIONAL/LOKAL ANKNYTNING

Många nyheter har lokala eller branschmässiga anknytningar. Skriv om rikspressmeddelandet och gör det ort- eller branschspecifikt. Det mesta av innehållet kan som regel vara det samma, men sätt ortens namn i rubriken och ingressen.

### PRESSKONFERENSER

För att få journalister att komma till en presskonferens måste man numera ha en riktigt god nyhet att förmedla. Oftast är det slöseri med tid och resurser att ens försöka kalla till en presskonferens.

### PRESSMEDDELANDEN

Pressmeddelandet har många funktioner. Man tvingas formulera sitt budskap kort och slagkraftigt. Det kan bilda stommen för företagets nyhetsbrev eller kvartalsrapport. Och det ligger kvar i arkivet för intresserade journalister och andra personer. Det hjälper också till att skapa publicitet, men inte som ensam komponent i mediekontakterna.

### NYHET VIA EN JOURNALIST

Är företaget börsnoterat ska kurspåverkande information göras tillgänglig för media samtidigt. Men annars är det ofta mest effektivt att presentera sin nyhet exklusivt för en journalist, som får förstahandsrätt till publicering. Omedelbart efter publicering börjar man bearbeta andra medier. Ibland är de ointresserade, eftersom nyheten redan varit publicerad, men ibland har intresset tvärtom ökat speciellt om man har kompletterande information att erbjuda.

### DEBATTARTIKLAR

Debattartiklar har flera viktiga funktioner. Genom att formulera en ståndpunkt blir man en part/expert som kontaktas av media inom sitt område. Man kan driva en debatt framåt och få andra media att haka på.

### INSÄNDARE

Insändaren eller läsarbrevet har inte lika hög "status" som debattartikeln, men den läses av betydligt fler, speciellt i lokalpressen. Den ska vara kortare och gärna friare i språket.

### LANSERA DIN NYHET

Många nöjer sig med att ha fått en debattartikel publicerad (eller ha fått en tidning att rapportera om en nyhet). Men det är då det riktiga arbetet börjar, nämligen att få andra media att haka på artikeln/nyheten och att följa upp med fler artiklar. Risken att uppfattas som tjatig av de redaktioner man ringer runt till överskattas ofta av företagen och organisationerna.

## Tips för att få media att fortsätta rapportera

### FÅ TT ATT FÖLJA UPP

I takt med att de redaktionella resurserna skurits ned har Tidningarnas Telegrambyrå, TT, fått en allt viktigare roll som "grindvakt", dvs den som värderar och bestämmer om ett pressmeddelande eller en debattartikel ska omnämnas i ett telegram. Och om TT skriver ökar chansen väsentligt att andra medier hakar på.

### KONTAKTA MEDIA UNDER NATTEN

Om man har en debattartikel (eller annan nyhet) i morgondagens tidning, kan man omvandla denna till ett pressmeddelande som förmedlas till TT vid 23-tiden (då de ändå får tidningen). Först ringer man, berättar om nyheten och hänvisar till att man omgående sände ett pressmeddelande. Detta ökar väsentligt sannolikheten för att TT tar sig en ordentlig titt på den aktuella artikeln och skriver en egen text. Och då finns denna text tillgänglig för övriga medier när de påbörjar sitt arbete morgonen därpå. Frågan är satt på medias dagordning.

### SÄND NYTT PRESSMEDDELANDE TILL

#### TT TIDIG FÖRMIDDAG

Om inte TT rapporterat om en debattartikel/nyhet under natten, eller om TT har rapporterat och man önskar att de ska följa upp nyheten, kan man göra ett nytt försök och kontakta TT under förmiddagen.

### FÖRESLÅ RIKSDAGSLEDAMOT ATT AGERA

Innehållet i en debattartikel eller annan artikel kan omformuleras för att passa

## Tips i kontakten med journalister

### BYGG UPP KONTAKTNÄT

Identifiera de journalister som är intresserade av ämnesområdet. Bygg upp en relation genom att fortlöpande förse dessa med relevant information. Föreslå journalisterna att träffas över en kopp kaffe. På så sätt blir man till sist en "part", som kontakts av journalisterna.

### BE ATT FÅ ÅTERKOMMA

Om du blir uppringd av en journalist är det ofta en god idé att fråga vad det gäller och sedan be att få återkomma om tio minuter. Det ger betänketid och du hinner ringa någon medarbetare och diskutera vilka svar som ska ges. Du blir bättre förberedd.

### FORMULERA DIG NYHETSMÄSSIGT

När du själv kontaktar en journalist är det viktigt att du formulerar dig nyhetsmässigt. Det du berättar ska vara lätt för journalisten att omvandla till en nyhetstext. Börja alltid med det nya, inte med bakgrundsinformation.

### BESTÄM DIG FÖR VAD DU VILL SÄGA

Skriv gärna upp stolpar över vad du vill få sagt inför ett samtal med en journalist. Vilket är ditt budskap? Hur formuleras det på ett slagkraftigt sätt, som inte kan misstolkas?

### TA OM I INTERVJU

Om du i en bandad radio- eller tvintervju stammar, tar för lång paus, börjar i fel ände eller upprepar dig – säg till reportern att "Det blev fel, så det vill jag gärna ta om". Detta respekterar reportern, såvida du inte är en makthavare som försagt dig.

### BE ATT FÅ LÄSA CITAT

Du har rätt att få läsa dina citat i en artikel före publicering. Har du en god relation till journalisten är det ofta helt onödigt, men om du är osäker på journalistens syfte med intervjun kan det vara på sin plats. Föreslå ändringar i citatet om du är missnöjd.