

Danmarks Motor Union

- En medieguide til klubberne – så muligheden for mediedækning af løb og event øges



**Danmarks
Motor
Union**

Hvad kan denne medieskabelon bruges til?

Denne medieplan er et redskab til den enkelte klub, så muligheden for mediedækning øges. Det gælder både i forbindelse med et løb/stævne, men ligeledes hvis klubben ligger inde med en god historie.

Samtidig indeholder denne medieplan også et forslag til et medie, som kan være relevant og sandsynligt at få til at dække sin historie/løb. Der er i denne medieguide gjort rede for, hvordan man kan bruge specifikke medier, hvilke stævner de oftest dækker, samt hvilke transmissionsmuligheder der er.

I udgangspunktet er det som klub vanskeligt at komme i de store landsdækkende medier. De dækker ofte de store sportsgrene, og når de endelig dækker de mindre af slagsen, så er det ofte kun ved et DM eller ved EM- og VM-afdelinger. Derfor er de mindre medier, især de lokale, også ofte nemmere at få til at bringe sin historie/resultater, samtidig med at de ofte har et forholdsvis stort oplag, mange læsere/seere, samt bringer hyppigere nyheder fra de mindre sportsgrene.

Det er vigtigt at påpege, at hvis en klub vil bruge et medie i forbindelse med et stævne e. lign., så er det klubbens eget ansvar at kontakte de respektive medier. DMU's kommunikationsansvarlig kan også bruges, men det vil her især være i forbindelse med tv-transmissioner af stævnet/løbet.

Den kommunikationsansvarliges kontaktoplysninger findes sidst i denne guide.

Hvad kan klubben gøre for at komme i medierne?

Det behøver, som nævnt, ikke kun at være stævner, klubben kan forsøge at få dækket. Mange aviser og tv-stationer vil gerne dække en god historie, fx tiltag som har skaffet mange nye medlemmer, en rytter der viser et nyt trick på cyklen, en miljøhistorie eller et projekt der har skabt bedre integration m.m.

Nedenfor følger en guide til, hvordan klubber kan kontakte medierne, og hvad der skal forberedes, inden et givent medie kontaktes. Derefter vil der være en beskrivelse af, hvordan den enkelte klub kan bruge On-Sport og Ritzau i forbindelse med stævner.



Lokale medier:

Forsøg at få den lokale journalist ud til stævnet:

Det er altid en god idé at kontakte den lokale sportsjournalist i god tid, dvs. én uge til to uger før stævnet afvikles. Via Google kan man slå avisen op og finde navnet på sportsjournalisten, og her kan man ligeledes finde de lokale eller regionale tv-stationer.

Gør journalisten opmærksom på, at stævnet afvikles den eksakte dato og angiv ligeledes tidspunkt for, hvornår dét eller de vigtigste løb afvikles på dagen (finale, semifinaler eller hvor de største konkurrenter møder hinanden).

Husk, at skriv navnet på den journalist, som man har talt med. Det er altid godt at få skabt et godt forhold til journalisten, så man kan bruge denne næste gang, man har et/et interessant løb/historie.

Hvis journalisten ikke har mulighed for at komme ud til stævnet:

Hvis journalisten eller det givne medie ikke har mulighed for at komme ud og dække stævnet, så kan klubben selv gøre en del for at komme i medierne. Hvis man gerne vil i avisen, så følger her nogle vigtige ting at have for øje:

- Find altid e-mail (og telefonnummer) på de journalister/aviser, man gerne vil have til at bringe sin historie/resultat **inden** stævnet.
- Lige efter stævnet sendes materiale til journalisten, og det skal indeholde:
 - En tekst der fortæller, hvem der vandt, evt. hvilke store resultater vinderen tidligere har haft, hvem der blev nummer 2 og 3, hvem der afholdt stævnet og evt. stævnets højdepunkt.
 - Citater. Hav altid ét eller to citater fra vinderen med i teksten, der sendes til journalisten/avisen.
 - Gode billeder! Rigtig vigtigt og dét som ofte kan afgøre, om avisen vil bringe resultatet/nyheden.
 - Kontaktoplysninger til den ansvarlige for stævnet, som evt. kan uddybe, hvis journalisten har spørgsmål.

DMU's kommunikationsansvarlig kan også sende en pressemeddelelse ud om stævnet. Her følger retningslinjer, som klubben skal følge inden materiale sendes:

- Send altid teksten, så den ligger klar mandag morgen.
- Når der skrives en pressemeddelelse, så er der en opbygning, man kan følge:
 - Husk altid at lav en spændende overskrift, som siger noget vigtigt om stævnet.
 - Rubrikken under overskriften skal fortælle det vigtigste fra stævnet.
 - Brødteksten skal starte med det vigtigste og fortælle om hvem der vandt, om der skete noget spændende i løbet og HUSK citater fra vinderen.
- Pressemeddelelsen sendes derefter ud.

Obs. På dmusport.dk kan du finde pressemeddelelseskabeloner, som du kan tage afsæt i, når du skriver en pressemeddelelse. Det gælder her især, hvordan du bygger pressemeddelelsen op.

Et medie der er relevant – hvis det skal være andre end de lokale medier

I nedenstående følger en procedure for, hvad man som klub kan gøre for at komme i et specifikt medie.

Ritzau

Ritzau er et godt medie, da de formidler resultater/nyheder videre til alle de store mediekkanaler. Ritzau er således bindeleddet til alle aviser, hjemmesider osv. i Danmark.

Når der sendes til Ritzau, så kan det deles op i to dele; resultater og redaktionelt stof.

Resultater:

Som klub sender man selv resultaterne ind til Ritzau. Klubben skal sende resultaterne fra et stævne ind, så snart stævnet er slut. Så vil Ritzau sende resultaterne videre til **alle** aviser i Danmark. Derfra er det op til aviserne at bestemme, om de vil bringe resultaterne eller ej, men som sportsredaktøren på Ritzau fastslår, så skal det nok blive bredt flot ud.

Her sender I blot resultater ind. I skal sende mailen til: redaktionen@srt.dk.

Husk disse punkter, når der sendes resultater ind:

- Send dem ind lige efter stævnet er slut
- Send kontaktoplysninger på en person der ved noget om stævnet, så Ritzau har mulighed for at ringe og følge op på resultaterne.
- Det lyder banalt, men husk at send navnet på sporten, stævnet og hvor stævnet blev afholdt.

Redaktionelt stof:

Her sender I mere end blot resultater ind. Her følger tekst, et par billeder samt citater fra stævnet. Det er dog vigtigt, at historien/nyheden holder "vand", dvs. har noget relevant at fortælle – klubben som sender nyheden ind til Ritzau skal tro på, at historien kan have interesse rundt om i Danmark på små, mellemstore og landsdækkende hjemmesider og aviser. Mindre stævner er ikke relevante for Ritzau, men et DM, NM e. lign. kan være interessant. Ritzau laver ofte om i materialet, så det vigtigste er ikke opbygningen eller formuleringerne, men mere indholdet i det der sendes ind. Send til sport@ritzau.dk.

Husk disse ting, når der sendes redaktionelt stof ind:

- En tekst som beskriver, hvem der vandt, og evt. hvad han/hun har vundet tidligere på året eller af andre store løb i karrieren.
- Et til to citater fra vinderen. Korte og præcise spørgsmål.
- Husk at tilføj træner/profil, samt telefonnummer (kontakttid) og e-mail, så Ritzau evt. kan kontakte jer for yderligere oplysninger.
- Evt. et par billeder

Hvis der er et stort stævne, så kontakt også gerne Ritzau et godt stykke tid inden, så de kan lægge det ind i deres planlægning. Hvis det fx gælder et DM. Det kan I gøre via informationsmedarbejderen.

Tjekliste til mediedækning

Nedenfor følger en kort gennemgang af ovenstående sider. Tjeklisten skal fungere som et afkrydnings- og huskeliste inden et stævne.

Lokale medier:	Kryds
<i>Hvis journalisten kommer ud og dækker løbet:</i>	
Kontakt den lokale journalist i god tid inden et stævne	
Gør opmærksom på tidpunkt for semifinaler og finale	
Tilbyd evt. kaffe og mad til journalisten til løbet, da dette kan hjælpe til andre løb senere hen	
<i>Hvis det ikke muligt at få dækket løbet:</i>	
Find i god tid mail på de mest sandsynlige medier, der vil dække løbet	
Send resultat, billeder, citater fra vinderen samt info om stævnet lige efter løbet	
Pressemeddelelse:	
Send altid pressemeddelelsen til lw@dmusport.dk lige efter stævnet	
Ritzau:	
Resultater:	
Send resultater til redaktionen@srt.dk lige efter løbet. Husk navn på løb og vinder	
Redaktionelt stof:	
Send tekst om stævnet, citater, billede samt kontaktinfo på træner/arrangør til sport@ritzau.dk . Husk, kun store, vigtige løb som har interesse for mange	