

TIPPET



COLOURBOX



THOMAS HANSEN

Pressen er mere interesseret i mennesker end i begivenheder. Det er tommelfingerreglen, hvis man prøver at få plantet en historie om sin forening i den lokale avis.

AFSLØRING: SÅDAN KOMMER I I LOKALPRESSEN

Der kan være god fidus i at gøre andre opmærksom på, at man har en velfungerende forening, hvor medlemmerne trives. Hertil er der nok ikke meget, der slår mund til mund-metoden. Men det kan bestemt også være godt for omdømmet, hvis man får en god historie i den lokale avis.

Og det er slet ikke så vanskeligt endda at ramme lokalmedierne, også selvom man ikke lige er det regionale fodboldflagskib. Det mener sportsredaktør på Dagbladet Holstebro-Struer, Lars Hedegaard.

"Det behøver ikke altid at være hængt op på en bestemt begivenhed. Det kan lige så vel være en spændende person af den ene eller den anden karakter, der er i foreningen. Jo mere det handler om mennesker, jo bedre er det," siger sportsredaktøren og nævner, at det typisk kan være en historie om en person, som har været frivillig i en lang årrække eller har sat nogle nye initiativer i gang.

En gang i mellem oplever Lars Hedegaard at blive kontaktet af folk, som synes, at det er for dårligt, at de ikke bliver omtalt. Det er selvsagt ikke den bedste indgangsvinkel. Han opfordrer i stedet foreningerne til i forvejen at have tænkt lidt over, hvad det er for en historie, man gerne vil have i avisen. Herefter er en mail og måske en opfølgende telefonsamtale den bedste vej frem.

14 dage i forvejen

Når man kontakter den lokale avis, skal man helst gøre det i god tid.

"Det er ærgerligt, når folk ringer med

et godt forslag fredag eftermiddag og spørger, om vi ikke kommer dagen efter. Der er planen for weekenden lagt," siger Lars Hedegaard.

Han understreger, at journalister omvendt ikke planlægger flere måneder frem i tiden, så hvis man skriver 14 dage i forvejen, er man godt dækket ind. Det gælder især, hvis det handler om et arrangement, som avisen ikke selv er opmærksom på. Ikke mindst i weekendene, hvor mange sportsstævner og lignende ligger, er avisernes redaktioner nødt til at køre med en stram planlægning.

Lars Hedegaard, der flere gange har holdt oplæg for lokale foreningsledere om netop dette emne, understreger, at man ikke skal miste modet, hvis man får et nej til en historie. Det kan ofte være et spørgsmål om timing, hvis avisen for nyligt har kørt med en lignende historie.

"Man skal hellere forsøge en ekstra gang end at opgive, hvis man får et afslag. Sværere er det heller ikke at komme i."

Tip 1 Hav historien klar

Gør jer nogle tanker om, hvad historien skal handle om, inden I kontakter avisen. Det behøver ikke være hængt op på en begivenhed. Mange gange er det bedre med en personhistorie.

Tip 2 Vær i god tid

Mail gerne en uge i forvejen og følg eventuelt op per telefon. Journalisterne og fotograferne planlægger deres tid – ikke mindst i weekenden – så giv dem en chance for at få jer med.

Tip 3 Mist ikke modet

Forsøg hellere en gang mere med en ny historie i stedet for at give op, hvis I får et nej.

