

Mall – så skriver man pressmeddelande

SIDA 1 av (1)

Ett pressmeddelande ska på ett kortfattat och intresseväckande sätt presentera en kommande aktivitet eller en nyhet för media.

Tips!

- Placera alltid logotypen överst i meddelandet.
- Se till att tydligt datera pressmeddelandet så att media direkt ser när det skickats ut.
- Se till att sätta en intresseväckande rubrik, som inte får vara för vinklad!
- Börja med en sammanfattande ingress som på 2-4 rader ger den viktigaste informationen. Det är ovärderligt för en stressad redaktion som direkt kan kopiera rubrik och inledning om de vill göra en notis.
- Skriv det viktigaste först.
- Föreställ er en upp och nedvänd pyramid där den viktigaste informationen kommer i inledningen. Den ska svara på frågorna: vad, vem, när, hur och varför.
- Använd gärna korta och slagkraftiga citat från någon person om det passar. Exempel: - Rättvis handel, skuldavskrivningar, mer och bättre bistånd är viktiga hörnstenar när vi bygger en värld fri från fattigdom, säger namn, titel.
- Hitta gärna lokala vinklar som gör att lokala medier inser att det är viktigt att komma och skriva om aktiviteten.
- Viktigt - skriv inte för långt! Det ska inte vara längre än en A4 – blir det mer än så desto större risk att redaktionen slänger pressmeddelandet.
- Ange tydligt namn och kontaktuppgifter till kontaktpersoner som kan svara på ytterligare frågor i slutet på pressmeddelandet.
- Ha gärna med en liten text allra sist i lite mindre storlek som kortfattat berättar vilka ni är och som presenterar den organisation ni representerar.
- Skicka pressmeddelandet till Diakonias pressekreterare för granskning.
- Skicka ut färdigt pressmeddelande med mail på morgonen innan redaktionerna har morgonmöte där de fördelar dagens jobb.

Läs mer: Westanders pr-handbok. Finns att ladda ner på:
<http://www.westander.se/prhandboken.html>