

## **Gode råd til at skrive pressemeddelelse**

Pressemeddelelsens formål er at skabe opmærksomhed omkring begivenheden og dens højdepunkter, og bør besvare 'hvem, hvad, hvornår, hvor, hvorfor og hvordan' spørgsmålene.

Husk derudover at tage organisationer, kommunale medarbejdere eller andre, der har hjulpet dig.

Send pressemeddelelsen til et par lokale aviser og gerne indenfor en uge efter begivenheden. Ingen gider læse 'gamle' nyheder og det er usandsynligt at avisen vil trykke noget, der skete for flere uger siden.

Du kan også overveje at sende pressemeddelelser om andre begivenheder på gården for at øge opmærksomheden og kendskabet til gården generelt og derigennem opbygge et godt omdømme. Det kan være alt fra fødslen af årets første lam, interessante besøgende osv.

Nøglen til at få pressemeddelelser accepteret hos pressen er at sende information med en vis nyhedsværdi. Det betyder ikke at det behøver være banebrydende eller 'fantastisk' for at være interessant. Men husk, at det ikke må være ren reklame.

- Skrivestilen skal være klar og indeholde kort beskrivelse af dato, tid, deltagere og aktiviteter.
- Højst en side og gerne kortere
- Inkluder gerne et kort citat fra dig selv eller en anden relevant person
- Når du sender pressemeddelelsen til lokalavisen, så husk at vedlægge et bilag til modtageren, der kort beskriver gården (adresse, ansatte, produktion) og kontaktoplysninger
- Inkluder gerne et par billeder fra gården eller begivenheden
- Hvis muligt, så ring gerne til avisen på forhånd og beskriv din ide. Det giver både mulighed for at tilpasse din pressemeddelelse til det avisen finder relevant, og samtidig øger det deres interesse at have snakket personligt med dig. Følg gerne op per telefon et par dage efter at du har sendt meddelelsen, for at høre om de har brug for mere information.