



Svenska Karateförbundet

Karateförbundets "lathund" för kontakter med media

Allmänna åtgärder:

- ❖ Ta reda på om det finns någon i klubben – aktiv eller någons förälder – som har utbildning inom journalistik, marknadsföring, Info & PR eller jobbar till vardags inom någon dessa områden. Kanske har de möjlighet att hjälpa till med klubbens mediakontakter.
- ❖ Gör en lista med mail och telefonnummer till de lokala redaktionerna inom press, radio och tv. Kontaktperson är alltid nyhetschef, redaktionschef, eller sportchef – eftersom de tar beslut om vilka jobb som ska göras och sköter den dagliga planeringen.
- ❖ Kolla också om någon i klubben känner någon som jobbar inom media på orten – framför allt på sportredaktioner. Det underlättar oerhört om man kan ha en personlig kontakt som man kan delge information. Om sedan den reportern är intresserad av kampsport i allmänhet – och karate i synnerhet – har man mycket större chans att kunna få saker publicerade om klubbens tävlingsverksamhet.

Inför större tävlingar som SM

Innan tävlingen

- ❖ Skriv ett pressmeddelande på max ett A4 och maila ut två veckor innan tävlingen. Just att vara ute i god tid med informationen till media är A och O. Anledningen är att då finns mycket större chans att få loss reporter – och fotograf när det gäller press och TV.

Det är väldigt viktigt att presentera informationen på ett kortfattat, tydligt och framförallt intressant sätt.

Efter tävlingen

- ❖ Om möjligt – maila resultat samma kväll till sportredaktionerna på lokaltidningarna.
- ❖ Ta gärna ett högupplöst foto och bifoga mailet på någon som tagit medalj.

- ❖ Ring också gärna sportredaktionerna om någon hamnat på prispallen och lämna uppgifter till reportern som tar emot samtalet. Då finns det stor chans att det åtminstone kan bli en notis – vilket är bättre än ingenting.
- ❖ Det är oerhört viktigt att media får resultaten senast samma em/kväll eftersom nyheter är färskvara. Grundregeln är att ju färskare nyhet, desto större chans att bli publicerad.

Efter publicering

- ❖ Leta reda på länken till artikeln, radio- eller tv-inslaget på webben och maila länken till Karateförbundet (?) för kännedom.

Vad ett bra pressmeddelande bör innehålla

- ❖ Klubbens logga överst, namn på klubben och texten "Pressmeddelande ÅÅÅÅ-MM-DD".
- ❖ Info om hur många som ska vara med på tävlingen från klubben.
- ❖ Datum, ort och lokal för tävlingen och info om status på tävlingen, SM etc.
- ❖ Kort info om klubbens meriter historiskt och lyft gärna fram tävlande som ska vara med om hur det gått resultatmässigt tidigare på året.
- ❖ Ett citat med några meningar från klubbens tränare eller lagledare om klubbens tävlande, om någon har utmärkt sig extra mycket den senaste tiden, om chanserna till medalj osv.
- ❖ Ange 1-2 träningstillfällen med dag och tid där alla aktuella tävlande ska närvara och då media är välkomna att närvara om det finns intresse av förhandsreportage. Då bör även lagledaren/tränaren vara på plats.
- ❖ Webbadress till klubbens hemsida.
- ❖ Webbadress till arrangörsklubbens hemsida – om de lagt ut info där.
- ❖ Kontaktperson – tränare eller lagledare – på klubben med mobilnummer.
- ❖ Spara helst pressmeddelandet på en PDF-fil. Det går även bra att skriva allt i ett vanligt mail men det ser proffsigare ut om man har med klubbens logga och har lagt ned tid på layout.
- ❖ När ni mailat pressmeddelandet – ring och dubbelkolla med de största och viktigaste medierna på orten så att det har kommit fram och att nyhetschef, redaktionschef eller sportchef tagit del av informationen.

- ❖ Ange 1-2 träningstillfällen med dag och tid där alla aktuella tävlande ska närvara och då media är välkomna att närvara om det finns intresse av förhandsreportage. Då bör även lagledaren/tränaren vara på plats.
- ❖ Webbadress till klubbens hemsida.
- ❖ Webbadress till arrangörsklubbens hemsida – om de lagt ut info där.
- ❖ Kontaktperson – tränare eller lagledare – på klubben med mobilnummer.
- ❖ Spara helst pressmeddelandet på en PDF-fil. Det går även att skriva allt i ett vanligt mail men det ser proffsigare ut om man har med klubbens logga och har lagt ner tid på layout.
- ❖ När ni mailat pressmeddelandet – ring och dubbelkolla med de största och viktigaste medierna på orten så att det har kommit fram och att nyhetschef, redaktionschef eller sportchef tagit del av informationen.