

## **PRESSE/KOMMUNIKATION**

### **En miniguide til hvordan jeres løb/event kan blive synligt.**

Enhver løbsarrangør håber, at pressen vil bringe omtale af det event, der er under planlægning. Men det er ikke altid den nemmeste sag at finde vej til aktuelle medier.

I denne miniguide har vi sat lidt ord på, dels hvordan DCU kan understøtte jeres event, men også hvordan du med fordel kan håndtere lokalpressen.

### **DANMARKS CYKLE UNION – sådan kan vi hjælpe**

DCU hjælper jer meget gerne med at bringe opslag på basis af pressemeddelelser fra jeres løb. Har løbet særlig relevans, har vi også mulighed for at håndfodre pressen.

Vores samarbejde bliver stærkt, når det er baseret på dialog, samarbejde, fælles forståelse og ikke mindst et fælles ønske om at gøre DCU og dansk cykling endnu stærkere og mere synlig – også på lokalt plan.

DCU har nogle relevante platforme, som giver god synlighed, og som vi gerne bringer i spil, når det rette stof er til stede. Vores primære kanal er hjemmesiden: [cyklingdanmark.dk](http://cyklingdanmark.dk). Her lægger vi relevante nyheder op og distribuerer disse til Facebook. På den måde skaber vi trafik, hvilket igen medvirker til at øge synligheden.

På Facebook anvender vi enten vores hovedside (Danmarks Cykle Union), eller vi anvender en af disciplinernes selvstændige Facebooksider. Disse styres af det respektive disciplinudvalg. Jeg vil opfordre jer til at følge disse. Søg efter DCU..... på Facebook.

Når I skal aflevere til mig, er her et par råd:

### **Tekst ”før løbet”:**

Vær i god tid – giv mig gerne et varsel på forhånd om at der kommer noget fra jer, således at jeg kan tilpasse det min egen planlægning. Jo bedre forberedt du er, jo nemmere er det for mig at bringe jeres historie. Tænk på at læseren ikke nødvendigvis kender jeres løb. Så skriv en kort forklarende indledning, hvor du orienterer om det forestående event. Få gerne et citat med om forventningerne, enten fra dig selv som arrangør eller fra en anden relevant person. Oplys fakta: Hvor, hvornår, parkering, program m.v.

### **Tekst ”efter løbet”:**

Efter jeres løb er det god stil med et kortfattet løbsreferat (nedlæg) med resultater fra de kørte løb/klasser på dagen. Mange vælger her kun at nævne eliten. Det er op til den enkelte. Pas på at nedlægget ikke bliver for gammelt, så send gerne noget umiddelbart efter løbet.

### **Billeder:**

I dag har vi stort set alle en telefon med et godt kamera. Så fremsend gerne billeder relateret til det, du skriver om. Som optakt måske et generelt foto, ved resultatformidlingen gerne podiebilleder og ikke mindst et par action-billeder. Du kan også med fordel få en lokal eller en af de mange ’cykelfotografer’ til at dokumentere dagen for dig. De gør det hellere end gerne, naturligvis mod betaling.

## **LOKALPRESSEN**

Oftest tager den lokale avis gerne imod dine nyheder og/eller løbsreferater. Har byen eller området en regional TV2 station eller en lokalradio, så er det en god ide også at sende dine info til dem. Hvad enten det er trykte medier eller digitale, er retningslinjerne stort set de samme, så her får du lige lidt relevante input.

## **Omtaler – før/efter**

Det er altid en god ide at sende foromtale af jeres løb til lokalpressen.

Mange aviser har faste dage, hvor de bringer de væsentlige sportsnyheder. Orienter dig om dette og send din omtale i god tid. Skriv en kort forklarende indledning, hvor du orienterer om det forestående løb/event. Få gerne et citat med om forventningerne, enten fra dig selv som arrangør eller fra en anden relevant person. Oplys fakta: Hvor, hvornår, parkering, program m.v.

Inviter avisen/mediet til at kigge forbi på dagen.

Efter jeres løb sender du et kortfattet løbsreferat (nedlæg) med resultater fra de kørte løb/klasser på dagen. Mange vælger her kun at nævne eliten. Det er op til den enkelte.

Pas på at nedlægget ikke bliver for gammelt, så send gerne noget umiddelbart efter løbet.

Send **ALTID** dine omtaler og resultater i Word.

## **Billeder**

Fremsend billeder relateret til det, du skriver om. Som optakt måske et generelt foto, ved resultatformidlingen gerne podiebilleder og ikke mindst et par action-billeder. Du kan også med fordel få en lokal eller en af de mange 'cykelfotografer' til at dokumentere dagen for dig. De gør det hellere end gerne, naturligvis mod betaling. Husk at oplyse fotografens navn til avisen.

- Billeder leveres i JPG format
- Opløsning ikke mindre end 1 mb.
- Tag hellere nærbilleder end store oversigtsbilleder
- Tag gerne action-billeder – det giver dynamik til omtalen
- Indsæt ALDRIG fotos i dit Word-dokument.

-----

Jeg håber, at denne guide er brugbar, og at den giver lidt inspiration forud for pressehenvendelser. I forhold til jeres øvrige kommunikation til/fra klubben eller løb/event, er I også altid velkommen til at række ud for sparring.

## **Kontakt:**

Ulrich Gorm Albrechtsen

Mobil: 2940 0202 / mail: [ulrichgorm@cyklingdanmark.dk](mailto:ulrichgorm@cyklingdanmark.dk)