

# Mediekontakt



- gode råd fra Kommunikation til ledere  
og andre ansatte, der har kontakt med medierne



VIBORG  
KOMMUNE

# I kontakt med medierne

I Viborg Kommune vil vi gerne være synlige i medierne. Vi vil åbne kommunen op over borgere, virksomheder, tilflyttere m.fl. Derfor er mediekontakt en vigtig opgave for ledere og andre nøglepersoner.

Her er en håndfuld gode råd fra Kommunikation, når du har en sag eller historie om Viborg Kommune, som du gerne vil fortælle. Du finder også gode råd til, hvis du bliver kontaktet af medierne.

Ordet medier dækker: Radio, aviser, tv, fagblade, hjemmesider eller sociale medier som Facebook, Twitter og lignende.

Du er altid velkommen til at kontakte Kommunikation. Her kan du få hjælp, hvis du har eller skal have kontakt til pressen, eller hvis du for eksempel bestyrer en Facebook-side for en kommunal institution.



# En god historie i mediernes øjne

Journalister bruger "nyhedskriterierne" til at fastslå, om en historie er god eller ej. Det kan du også gøre. Den gode historie opfylder et eller flere af kriterierne:

- Væsentlighed (vigtigt for mange)
- Identifikation (det kunne ha' været mig)
- Sensation (uventet og usædvanligt)
- Aktualitet (sker her og nu, samt passer til tidens tendenser og dagsorden)
- Konflikt (strid eller debat mellem personer og interesser)
- Kendis (kendt person involveret).

## En god historie rummer:

- Følelser fremfor system
- Relationer fremfor teknik
- Gode resultater eller milepæle fremfor processer.

Så, for en journalist er de bedste historier en historie, hvor der medvirker et menneske, som sætter ord på sine oplevelser, følelser, erfaringer, glæde og begejstring.

# Når du har en god historie

Her er syv ting, du skal tjekke, når du vil fortælle en god historie om Viborg Kommune:

## 1. Tjek historien med chefen

Er den politisk gangbar og timingen rigtig?

## 2. Hvad handler historien om?

Korte fakta: Hvem, hvad, hvor, hvorfor, hvornår, og er Viborg Kommune unik på området?

## 3. Vinkler og aktualitet

Hvad vil du gerne fortælle, og hvorfor lige nu? Hvilke kritiske spørgsmål vil en journalist evt. stille?

## 4. Medier

Hvilke medier eller type medier forestiller du dig, din historie bliver bragt i?

## 5. Kilder/case

Hvem du kan bruge som kilde til historien?

## 6. Foto eller andet materiale

Findes der grafik, foto, kort eller har du brug for noget nyt?

## 7. Deadline

Er der en deadline, så oplys den til dem, der skal levere materiale til dig.



## Gode råd:

- Præsenter din historie i god tid for medierne. Mange historier bliver kasseret, fordi de bliver præsenteret for sent.
- Gør din historie relevant. Fokuser på hvilken konkret konsekvens den får for folks dagligdag.



## Ønsker du at få din historie i medierne, kan du gøre følgende:

- Tilbyde din historie til et udvalgt medie. Tag direkte kontakt
- Sende en uformel mail til pressen, hvis det er information, der skal ud til mange
- Bruge kommunens egne kanaler: Nyheder på [viborg.dk](http://viborg.dk), opslag på Facebook, Twitter m.fl.
- Sende en pressemeddelelse, hvis historien handler om beslutninger, hvis der er citater og/eller den har konsekvens for mange

Er du i tvivl, kan du kontakte Kommunikation. Du kan også læse mere på [intranet.viborg.dk/mediekontakt](http://intranet.viborg.dk/mediekontakt)

# Når du bliver kontaktet af en journalist

Bliver du kontaktet af en journalist, så:

- Få journalistens og mediets navn. Gør dig klart, hvilken type medie journalisten arbejder for
- Bed om at få et rids af, hvad journalisten vil spørge om
- Overvej, om du er sagens rette talsperson for kommunen. Måske skal det være en beslutningstager (politiker, direktør eller leder) eller en medarbejder med særlig viden på området
- Hjælp journalisten videre til rette talsperson, hvis det ikke er dig
- Spørg ind til, hvad journalisten vil fortælle i sin historie. Hvordan er din og kommunens rolle i historien, og hvem medvirker ellers i artiklen eller indslaget?
- Bed om betænkningstid, hvis du har brug for det. Tilbyd at ringe tilbage og gør det – hurtigt.

Journalisten kan godt finde på at spørge om din personlige mening om en sag, som kommunen er involveret i. I pjecen Åbenhed, kan du i afsnittet "Talerør eller på egne vegne" læse mere om forskellen på at udtale sig som medarbejder eller som privat person.



# Inden du bliver interviewet

Skal en journalist interviewe dig, så lav en aftale inden I går i gang om:

- Hvad du kan og vil udtale dig om. Du kan f.eks. ikke videregive personfølsomme oplysninger
- Bed om, at du får dine citater til gennemsyn, så der ikke er faktuelle fejl.

# Interviewet

Den gyldne regel er: Hold dig til sagen og det, du ved noget om.

- Gentag gerne dit hovedbudskab flere gange og brug kun fagudtryk, når det er nødvendigt
- Vær ikke bange for pauser. Ti stille, selv om journalisten ikke siger noget – det er ikke din opgave at holde samtalen gående
- Bliver du usikker undervejs, kan du foreslå at undersøge sagen og så vende tilbage
- Forvent, at alle udtalelser er til citat, men bed om lov til at læse dine egne citater igennem for faktafejl. Er der regulære misforståelser i den øvrige tekst, så kommentér det.

# Kommunikation ved kriser

Kriser og kritiske situationer kan ikke undgås, men du kan være forberedt, så de bliver lettere at håndtere. Her er nogle gode råd:

## Før

- Kriser kan ofte forudses – vær opmærksom på signalerne
- Kontakt din leder – og brug kommunikationsafdelingen.

## Under

- Få styr på fakta
- Hvem gør hvad, og hvem udtaler sig?
- Erkend fejl og vær så åben samt proaktiv som muligt.

## Efter

- Kriser er ikke kun af det onde – de kan også skabe udvikling
- Hvad lærte vi af krisen?
- Krisen er ikke ”slut” – den kan pludselig genopstå.

Se flere gode råd på:

[intranet.viborg.dk/krisekommunikation](https://intranet.viborg.dk/krisekommunikation)

# Få mere at vide

Læs mere på:

[intranet.viborg.dk/mediekontakt](https://intranet.viborg.dk/mediekontakt)

Her finder du bl.a. guider til pressemeddelelser og kontaktoplysninger for mange medier.