



Statens vegvesen



Torstein Bremset,
seniorrådgiver Statens vegvesen Vegdirektoratet



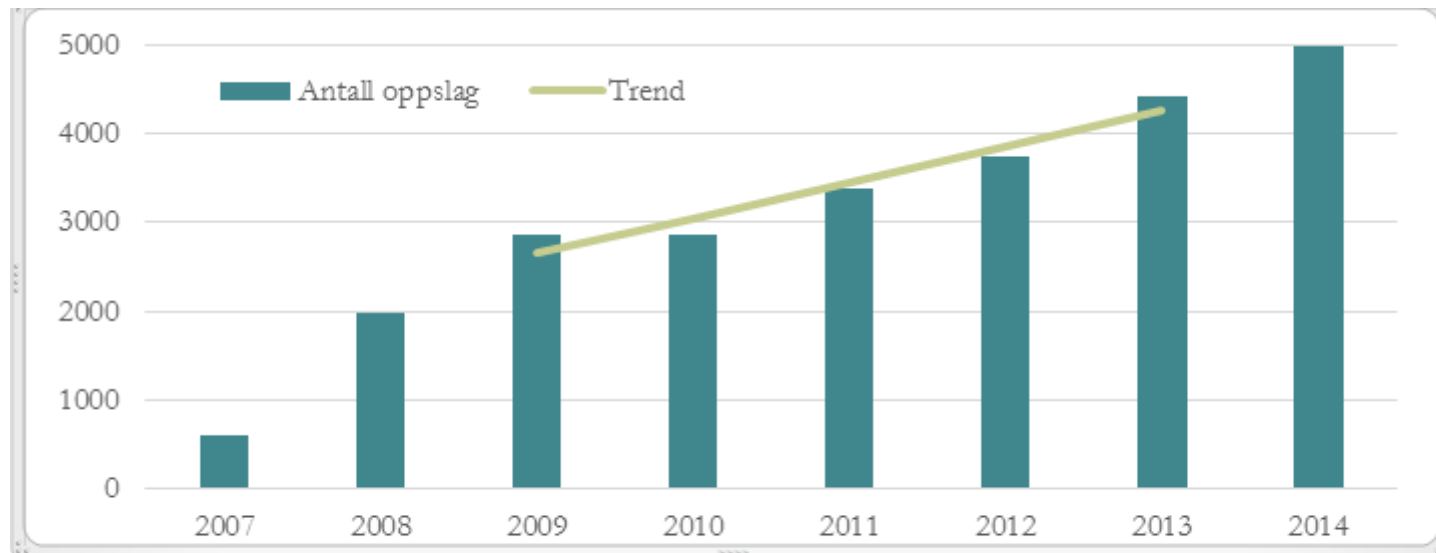
Hvordan få drahjelp fra media?

Bruk hjelm...

- ... riktig vei
- Mediehandtering for Syklistenes Landsforening
- Medieinnsalg for NRK Radio



Stor medieinteresse!!!



Figur 10. Antall medieoppslag (i skrevne medier) i 2007-2014 talt av Retriever med ordene sykkel, syklist, syklende, sykkelveg eller sykkelfelt. Tallet for 2014 er funnet ved å doble tallet for året seks først måneder (Retriever 2014).



Feier for syklistene først i år

Denne uken startet rengjøringen av hovedsykkelveinet i Oslo. - Det at vi starter med sykkelveiene først, er nytt. Dette er vår satsing for å få flere til å sykle, sier sykkelbyråd Guri Melby.



Syklistene skal få enda litt mer grønt

Bakkestart er krevende uten motor. Statens vegvesen gjør nye grep for at syklistene skal komme seg helskinnet over Ullernchausseen før det blir rødt igjen.



På to hjul i puben

I mai åpner Oslos første utested som kombinerer stell av sykler med kafévirksomhet.



Stor medieinteresse!!!

- Medievennlig sak. Ikke komplisert å forstå. Skaper mye engasjement. Inneholder konflikt – stor avstand mellom de positive gevinstene og faktisk situasjon. Mange sinte.
- «Alle» journalister skjønner at dette er «godt stoff». Men de trenger hjelp til å finne det gode stoffet. Du kan være løsningen.



Ha mål og mening med hva du gjør!

- Kanskje ikke et mål i seg selv?
- Har dere en kommunikasjonsstrategi? Hva sier den?
- Du kan nå mange
- Du kan nå politikere og andre beslutningstakere. Er det en mediesak, er det en viktig sak for dem også!
- Vil det også gi deg større gjennomslag internt?
- Ikke sikkert at det er de vanlige leserne, lytterne og seerne som er din hovedmålgruppe?



Når media tar kontakt

- Gi henvendelsen topp prioritet.
- Gi god sørvis! Vær til hjelp
- Det er lov å ta en tenkepause og ringe tilbake
- Tilby å sende faktaopplysninger på mail?
- Vær klar, konkret, poengtert
- Si noe som kan siteres
- Be gjerne om sitatsjekk
- Gi dem lyst til å ta kontakt igjen
- Kan du være sykkelsakens svar på Kikki Sørum?





Når det er du som tar kontakt

- Hvilken type medium skal du ta kontakt med? Er saken best som tv-innslag, på radio eller som artikkel?
- Hvor når du flest, hvilke medie er viktigst for ditt mål?
- Vit hvem du skal ta kontakt med. Hvis du ikke er helt sikker på hvem som er riktig journalist, be om reportasjeleder
- Først telefon: – Jeg har et tips...
- Maks 10 sekunder på deg til å vekke oppmerksomhet. Planlegg hva du skal si. Rett på hovedpoenget!
- Tilby gjerne å sende noen innspill på mail



Tenk som en journalist

- Du har en agenda. Journalisten har en annen agenda. Du må finne fellesnevnerne
- Du ønsker PR eller oppmerksomhet om en sak om noe du synes er viktig
- Journalisten vil ha nyheter og gode historier

...og det har du masse av!!!



Hva er en god story?

Konflikt: Konflikt selger.

Vesentlighet: Nyheten skal ha en samfunnsmessig verdi.

Identifikasjon: At leserne har kulturell eller geografisk nærhet til den eller det saken tar for seg.

Sensasjon: Det som bryter radikalt med det normale.

Aktualitet: En egenskap redaksjonen kan tilføre en nyhet i kraft av at nyheten fortelles på en bestemt dag.



Eksempler på mediasaker

- Nye anlegg. Sykkeltellere. Pumper. Nye typer skilt og oppmerking. Sykkelboks. Røde løpere
- Nye tall og fakta. RVU. Sykkelbyundersøkelser
- Smarte forslag til løsninger
- Nye kampanjer
- Sykle til jobben
- Vårfeiing
- Slik kan du gjøre sykkelen klar for våren
- Slik kan du gjøre sykkelen klar for vinteren
- Ildsjeler

Se og Hør-prinsippet: Både bryllup og skilsmisse, både glede og sorg



Noen råd

- Dropp pressemelding. Selg inn saken eksklusivt
- Case, gode eksempler, er alltid interessant
- Hva er bildemuligheten?
- Velg en klar vinkling. Ikke selg inn for mye
- Ikke forutsett at journalisten har forkunnskaper
- Ikke mist motet. Mange tilfeldigheter kan gjøre at du ikke får napp



Når du skal intervjues

- Vær forberedt, og vær forberedt på at journalisten ikke er forberedt.
- Velg et klart budskap
- Frontes av deg selv eller politiker/leder?
- Ta kontroll over situasjonen og hva du vil formidle
- Vær saklig, men positiv
- Snakk sakte (gjør deg forstått)
- Husk motargumenter/motparter.

Fotografering

- Hva vil du formidle?
Hvem er målgruppen?
- Er sykling noe for spesielt interesserte eller for alle?
- Tenk på klær og kroppsspråk





Etterpå

- Ikke heng deg opp i detaljer du ikke er fornøyd med
- Lenk til saken fra nett og sosiale medier
- Send gjerne en hyggelig mail til journalisten



Hva mener dere?

torstein.bremset@vegvesen.no

