

Mal for pressemeldinger

Logo

Logoen gjør det tydelig hvem som er avsenderen.

Dato

Bilde og bildetekst

Bruk et bilde som er relevant for saken og passer til tittelen. Du skal raskt kunne forstå hva det er bilde av.

Et godt bilde

- fungerer bra på en liten skjerm
- er i høy oppløsning
- kan gjerne være kreativt (skjev vinkel, spennende bruk av farger/lys)

Bildeteksten er noe av det første vi leser i en sak. Bruk den som agn for å lokke leseren eller for å få fram et viktig poeng. Et godt sitat kan fungere.

Vis at du har bilderettighetene i orden. Bare bruk bilder du har lov til å bruke og husk bildekreditering – også når det er deres eget bilde. Eksempel:
Foto: Fotografnavn / Virksomhet eller Bildebyrå.

Kontaktinformasjon

Vær sikker på at kontaktpersonen/-e kan svare på spørsmål om saken og er tilgjengelige. Oppgi navn, stillingstittel, telefonnummer og epostadresse. Bruk gjerne et portrettbilde.

Tittel

Tittelen er avgjørende for om pressemeldingen blir lest. En god tittel er informativ og oppsummerer budskapet ditt kort.

Ingress

Sammen bør tittelen og ingressen svare på spørsmålet: Hvem gjør hva?

Brødtekst

Gjør teksten oversiktlig, og gi journalistene det de trenger for å lage en sak. Hold deg til ett budskap.

Mellomtittler

Del teksten inn i korte avsnitt, og gi hvert avsnitt en informativ mellomtittel som avslører hovedpoenget i avsnittet.

Fakta, råd og innsikt

Har du tall eller statistikk som du kan trekke fram i saken din, eller nyttige tips til allmennheten? Da er sjansen større for at den havner på trykk. Skap oversikt med visuelle elementer som tabeller, figurer og faktabokser.

Sitater

Sitater bidrar til at pressemeldingen blir mer personlig og interessant å lese. Bruk muligheten til å få frem engasjement.

Om oss

Legg inn en kort tekst om virksomheten. Teksten gir journalisten informasjon om hvem dere er, og hva dere står for.