



# Kirkevalget 2019

PR-plan for

bispedømmerådsvalg

# PR-GUIDE

Slik blir du  
hørt!



# Generelle råd for å få oppslag i media

- Journalister er mennesker, de trenger gode tips og innspill for å lage gode saker: de setter pris på alle innspill, både gode og mindre gode.
  - Stort sett hver dag er det morgenmøter i redaksjonene. Det verste en journalist vet er å sitte under morgenmøtet og ikke ha noen saker på blokka.
  - Om du ønsker saken på trykk neste dag, ring før lunsj. Mindre aviser går ofte i trykken allerede klokka 14.00. Nettaviser har kontinuerlig «deadline».
- Vær på tilbudssiden! Er det noe vi kan gjøre for å gjøre saken mer interessant?
- Vær proaktiv! Ring til avisa og fortell om spennende ting som skjer i tiden som kommer: hva blir viktig under Kirkevalget her i vårt bispedømme?
- Følg medieutviklingen og tenk kontinuerlig etter mulige knagger for å snakke om kirkevalg.
- Om saken din ikke kommer på trykk, gjør den om til et leserinnlegg og send inn til avisa.

... og viktigst av alt

**RING!**

*Sjansen for å komme på trykk øker betraktelig om du tar en telefon, og ikke bare sender e-post*



# — Slik selger du inn en sak (1)

## **Trinn 1**

- Skriv ut ideen til saken på et A4-ark (PR-notat)
- Det trenger ikke å være en ferdig nyhetssak, men et par sitater og en generell oversikt over hva saken dreier seg om
- Om du har et godt bilde til saken øker sjansen for at avisa plukker opp saken. Et bilde sier mer enn tusen ord!
- Mange steder er det gratisaviser der leserne sender inn tekst og bilde. Disse avisene leses ofte av mange, da stadig færre får abonnementsaviser i papirform.

## **Trinn 2**

- Finn en journalist i avisen du ønsker å gi saken til – gjerne en som har skrevet noe om liknende saker før

# — Slik selger du inn en sak (2)

## **Trinn 3**

- Ring journalisten og fortell at du har en sak som kanskje kunne vært aktuell for dem å skrive om.
- Tilby deg å sende saken/ PR-notatet på mail mens dere snakker. På denne måten kan journalisten få et godt bilde av hva saken dreier seg om.
- Tilby deg å stille opp for et intervju, eller for å møte en fotograf for å ta et bilde til saken.

## **Trinn 4**

- Om saken kommer på trykk, del saken i egne kanaler på sosiale medier (Facebook, Instagram, Twitter).
- Om saken ikke kommer på trykk, gjør det om til en kronikk/ leserinnlegg og send inn til debattseksjonen i avisa.

## **Trinn 5**

- Send gjerne en melding til journalisten i etterkant av saken, for å takke for god dekning (ikke smisk)

## **Trinn 6**

- Ta vare på relasjonen til journalisten. Journalister er avhengig av gode relasjoner, så fortsett å tipse journalisten om saker og vær på tilbudssiden. Det gjør alt enklere for begge parter.

# Nyhetskriterier

## Konflikt

Motsetninger, temperatur, bevegelse i historien, dilemmaer, utløsende faktorer

## Identifikasjon

Gjenkjenning, personlig innlevelse og engasjement

## Sensasjon

Først, størst, nytt, uventet, usannsynlig

# KVISA

## Vesentlighet

Konsekvenser for mange, historiske begivenheter, noe med overordnet betydning

## Aktualitet

Det som skjer her og nå: **Kirkevalget 2019**

# Dramaturgien i en nyhetssak

## Anslag

Fange publikums interesse

## Presentasjon

Fokus i saken / gjennomgang av konflikten

APUS

## Utvikling

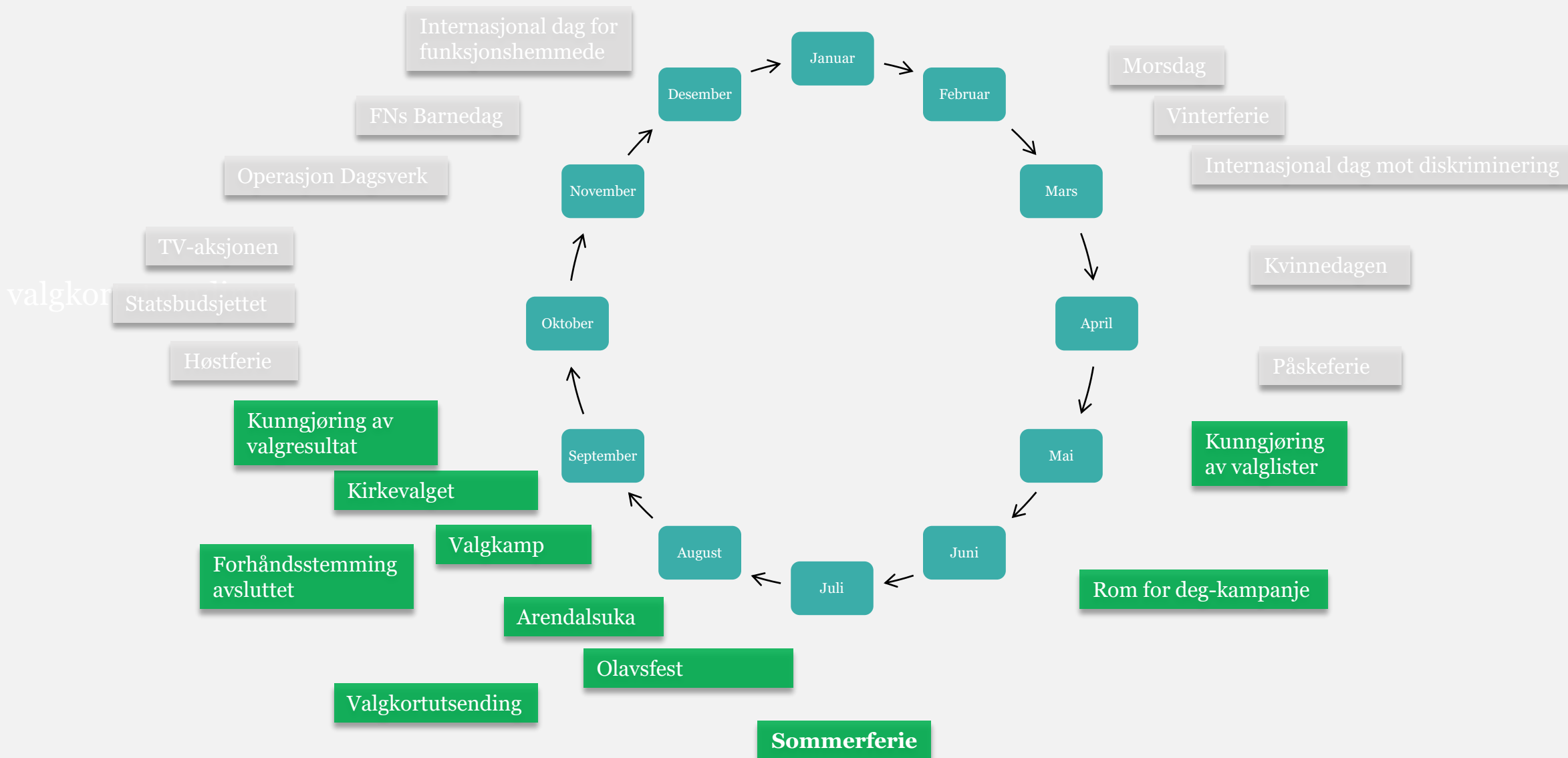
Besvare de relevante spørsmål fokus reiser

## Slutt

Siste avgjørende opplysning, konklusjon eller en avrunding som henter opp elementer fra anslag



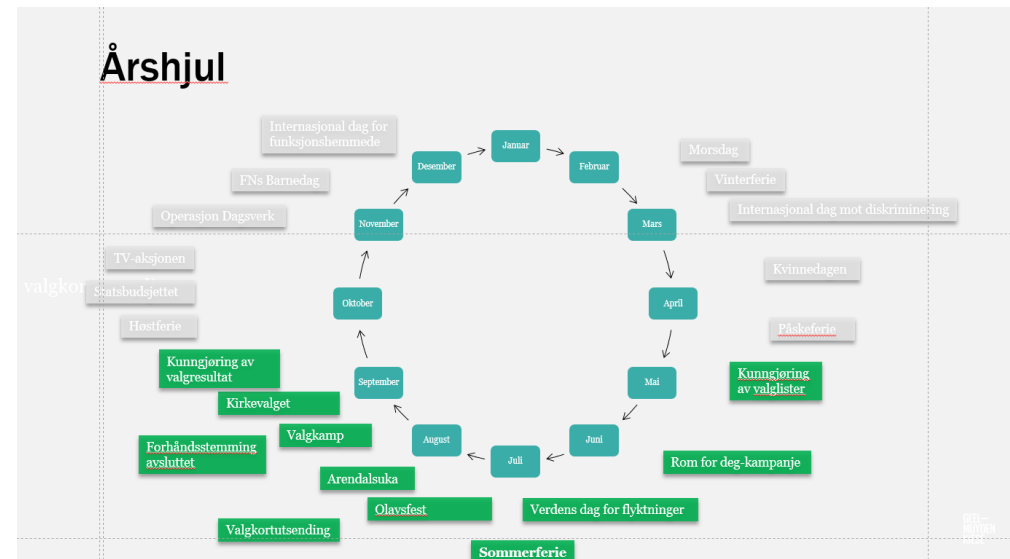
# Årshjul



# Spar de gode sakene til høsten

- Ikke «bruk opp» de gode sakene og vinklingene før sommeren
  - Det er på høsten valget skjer, og det er da vi ønsker å være mest synlige
- Om det er større hendelser, arrangementer eller andre ting som skjer i løpet av sommeren eller høsten, forsøk å finne saker knyttet til det
- Sommeren er samtidig «agurktid», og det kan være hensiktsmessig å selge inn mindre saker når det er mindre trykk i mediene

## Kirkevalget 8.-9. sep. 2019



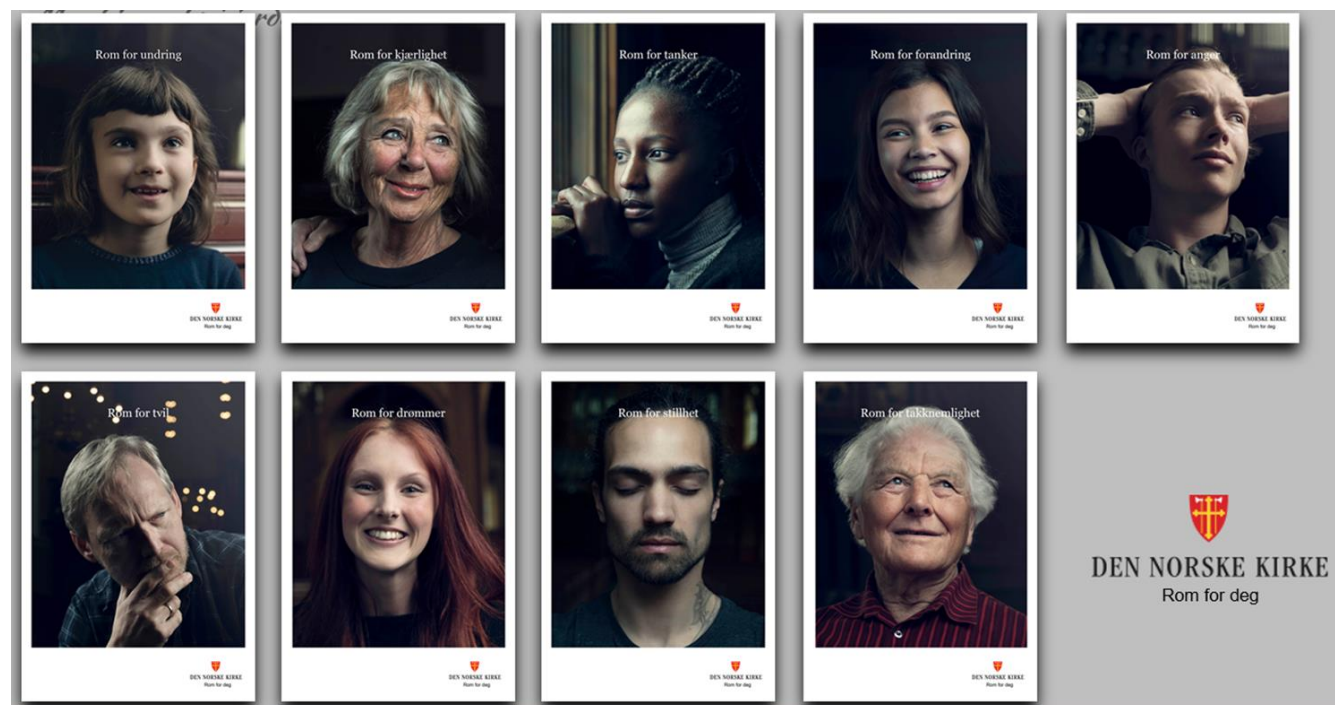
# Nasjonal kampanje

Kirkevalget skal synes over hele landet

- Det er lagt opp til en omfattende kommunikasjonsatsing på nasjonalt nivå, som vil være synlig både
  - Digitalt og på print,
  - I kirkens egne kanaler
  - Aviser
  - Sosiale medier
  - Utendørs reklame
  - Radio

# PROFILKAMPANJE

- Profilkampanjen «Rom for deg» vil være synlig over hele landet fra uke 25.
- Kampanjen består av ulike ansikter og ord som viser en kirke med rom for alle.
- Ressurser til bruk på menighetens og bispedømmets hjemmesider, til Facebook-poster og Instagram-bilder, er tilgjengelig på [ressursbanken.no](http://ressursbanken.no)



# VALGKORT OG BROSJYRE



Utsendelse til ca 3,1 millioner medlemmer av Den norske kirke.

Målet er å engasjere både aktive og de mindre aktive medlemmene til å stemme.

Teksten i brosjyren gjenspeiler dette og valgkortet skal vise at det er enkelt å stemme.



# Valgkort

- Valgkortet inneholder informasjon velgeren trenger for å kunne stemme, som for eksempel tid og sted for valget.
- Valgkortet er et i år et eget ark som sendes ut sammen med en brosjyre med utfyllende informasjon.
- Soknets adresse er returadresse på valgkortet.
- Baksida har fått nye illustrasjoner og Kirkevalgets farge.

# Brosjyre

Åttesiders brosjyre. Her er det tatt med elementer fra valgkortet for å skape et helhetlig inntrykk. Bilder i brosjyren hentes fra profilkampanjen.





**MULIGE PR-SAKER**



## «Disse sloss om fremtiden til kirken»

- Presentasjon av de ulike listene som stiller til valg i bispedømmet
  - Det gir en god mulighet til å snakke om uenigheter, hva som står på spill ved årets kirkevalg og hva som er viktig for kirken i årene som kommer

# Kirkevalget 8.-9. sep. 2019



STILLER: Anita Apelthun Sæle (l.v.) stiller som en av toppkandidatene for Bønnelista i kirkevalget i Bjørgvin. Oddny Miljeteig (t.h.) stiller på listen til Åpen folkekirke. FOTO: PAUL SIGVE AMUNDSEN/GEIR MARTIN STRANDE

## Disse konkurrerer i kirkevalget

To velkjente kvinner stiller på hver sin liste i kirkevalget i Bjørgvin bispedømme.

# «Flere går i kirken enn før!»

- Finn de ulike tallene for deres bispedømme for 2018
- Er det flere eller færre som går i kirken?
  - Antall døpte, gifte, etc.
- Forsøk å koble tallene til Kirkevalget
  - «Til tross for en nedadgående trend nasjonalt, ser vi at kirken fortsatt står sterkt i vårt lokalsamfunn. Om noen uker er det kirkevalg..»



# «Klasse 10 A på Navn Navnesen skole avholdt prøvevalg»

- Inviter dere selv til den lokale ungdomsskolen for å snakke om Kirkevalget.
- Avhold et prøvevalg i klassen, eller på skolen, i sammenheng med besøket



# «Kirkedebatt med høy temperatur!»

- Inviter til valgdebatt hvor de ulike listetoppene kan møtes
  - Samarbeid gjerne med lokalavisa og få de til å stille med debattleder/moderator
- Inviter lokale politikere til å være med i debatten – om det er naturlig
- Kan også gjennomføres i forkant, eller i sammenheng, med valgdebatt i forbindelse med kommune- og fylkestingsvalget

# Kirkevalget 8.-9. sep. 2019



” Lykke til!

**Kirkevalget**  
2019