



NORGES SKØYTEFORBUND

MEDIA- GUIDE

2003 - 2005

FORORD

- Styret i Norges Skøyteforbund er ikke fornøyd med medias fokusering på idrettene våre - hurtigløp, kunstløp, kortbane, langløp og inline (rulleskøyter).
- Årsakene ligger ikke alene hos journalistene - "som ikke er nok interessert i skøytesport" - selv om forholdet noen ganger kan være en viktig faktor.
- Årsakene finnes like gjerne i vår egen organisasjon - på forbundsplan, på krets- og klubbnivå. Skøytesporten må selv bli flinkere til å legge forholdene til rette. Vi må faktisk "tenke journalistisk" i vår omgang med alle medier.
- NSF konkurrerer med andre idretter som ofte ligger et godt stykke foran oss. Mange særforbund har en mer bevisst holdning og effektiv strategi mot media enn skøytesporten. Dette KAN og MÅ vi alle gjøre noe med. Hvert på sin post.
- NSF-familien må tilpasse seg virkeligheten som også er en konkurranse om å komme på trykk i avisene - i radio og på TV. MEDIAGUIDEN gir råd og ideer.
- Strategi og mediafokus må innarbeides som FASTE RUTINER på alle plan - i hver eneste klubb, krets og i forbundssammenheng. Året rundt.
- Det "enkleste" er selvsagt gode, internasjonale resultater - aktive som slåss om rekorder, medaljer i internasjonale mesterskap og som hevder seg i toppen av verdenscupen. Da vil mediainteressen automatisk være optimal.
- Men slike resultater er ingen enkel bestillingsvare. Derimot kan en planlagt og bevisst mediaholdning i NSF's rekker bedre situasjonen. God breddeaktivitet i klubb og krets er også et kriterium for kvalitet som mediene legger merke til.
- Vi må gjøre jobben sjøl. Ingen gjør den for oss. Etterpå er det for sent.
- MEDIAGUIDE 2003-2005 består av to deler - Del I og Del II - en kortversjon og en litt lengre versjon.
- Viktige bidrag laget av Hasse Farstad og Rune Gerhardsen på et tidligere tidspunkt legges ved MEDIAGUIDE 2003-05 som underbilag i NSF's arkiver.

Del 1:

ANSVAR PÅ FORBUNDSPLAN:

• FORBUNDSKONTORET:

- generell oppgradering av nyheter på NSF's Internett-sider. Året rundt.
- navn, adresse, telefonnummer og mail-adresse legges ut for alle medlemmer av Styret i tillegg til alle ansatte på forbundskontoret, alle landslagsløpere, trenere og medlemmer av støtteapparatet. Det skal være lett å nå oss.
- nasjonale og internasjonale terminlister legges ut.
- diverse statistikker (- der ligger NSF på internasjonalt toppnivå allerede!).
- detaljert informasjon om alle norske representasjonstropper i utlandet (type konkurranse, tidspunkt / lokal tid for konkurransene, navn på alle aktive og ledere, navn og telefonnummer til hotellet).
- i tillegg må forbundskontoret som fast rutine ved hver arbeidsplass ha lister med de samme opplysninger - i tillegg til reisemåte og tidspunkter for alle tropper utenlands.
- informere og oppdatere klubb- og kretsplan om viktige avgjørelser.

NB: I utgangspunkt hører ikke det siste punktet inn under "Mediastrategi".

Men praksis har - dessverre - vist at mangelfull informasjon fra forbundskontoret ofte ender i lokal frustrasjon og påfølgende, negative avisoppslag i lokal- og regionavisene. Ofte forplanter disse artiklene seg senere til media på riksplan. Slik forsterkes en uønsket "sutrekultur".

• STYRET:

- fremstå som ledere som tar ansvar - evne som alltid gir respekt i media.
- tydelige avtaler om hvilke personer som skal uttale seg om hvilke saker.
- utvise klare holdninger til alle uventede forhold som dukker opp i sesongen.
- ta avgjørelser raskt i alle konfliktsituasjoner / gi klare beskjeder til media.
- ikke feie vanskeligheter under teppet, slik at konflikter forblir et problem gjennom konkurransesesongen og senere.
- faste rutiner som oppdaterer forbundskontor og landslagstropper, slik at alle viktige styrebeslutninger når aktuelle personer.
- respekt for fellesskapet og reglene - som er der for at de skal holdes.
- soloutspill fra enkelte styremedlemmer skal ikke forekomme.
- styret må være de første personer som løser eventuelle konflikter internt.

• LANDSLAGENE:

- løpere, trenere og øvrig støtteapparat skal følge spillereglene - god oppførsel og fair play i tankene.
- unngå regelbrudd som en erfaringsmessig vet er "mat" for mediene.
- bistå positivt og avsett tid til media.
- gi beskjeder med korrekt innhold i god tid om eventuelle pressekonferanser - må legges inn i totalplanleggingen av WC, EM, VM.
- vær sikker på at DU som aktiv, selv gjør ditt beste, før du klager på andre.
- vær oppmerksom på at media i slike saker lett kan utnytte DEG.
- unngå klager og sutring om - " at NSF har så dårlig økonomi at Norges opplegg er mye dårligere enn konkurrentenes forberedelser"
- slike utspill kan lett oppfattes som ansvarsfraskrivelse og at vedkommende utøver har tapt på forhånd og/eller stoler lite på egen styrke og kvalitet.
- studer og analyser hvordan idrettens enere uttaler seg - og lær noe av det.

ANSVAR PÅ KLUBB- OG KRETSNIVÅ:

- sørg ALLTID for at minst en person i Styret har ansvar for mediakontakt.
- denne personen er ofte lederen, men andre bør/kan ha ansvar for den tekniske delen av jobben - helst en person som har adgang til Internett.
- gi lokale medier (aviser, nærradio og lokalfjernsyn) klare informasjon om skøyteklubbens styre foran hver sesong: Navn, adresse, telefon, mail-adresse og funksjon i klubben - da kan media lettere kontakte hver klubb.
- sørg for at klubbens og kretsens terminliste blir sendt i god tid til aktuelle sportsredaksjoner.
- regn ikke med at HELE resultatlister ALLTID blir trykket etter lokale konkurranser.
- kast ikke bort energi på eventuell uenighet om medienes prioritering.
- forsøk heller en gang til - sportsredaksjoner gjør også feil. Stadig vekk.
- prøv å forstå sportsredaksjonenes tenkemåte i stedet for å irritere deg - medienes oppgaver er IKKE å være PR-organ for dine forslag og ønsker.
- vær nøye med riktig pleie av klubbens kontaktperson(er) i den lokale sportsredaksjonen.
- ta en telefon, prat om idrett generelt og gi litt ros fra tid til annen.
- ikke løft røret eller send mail KUN de gangene DU ønsker noe på trykk.

DEL 2:

MEDIA TRENGER DEG - OG DU TRENGER MEDIA

MÅL FOR NSF's MEDIASTRATEGI

- Det er et naturlig mål for NSF å være - til dels sterkt - fokusert i media.
- Ikke bare i vinterhalvåret, men også sommerstid med issamlinger for både hurtigløp og kunstløp. En typisk vinteridrett er for lengst blitt aktivitet året rundt - også takket være den nye, rullende aktiviteten inline.
- Positiv omtale i media er viktig for alle sponsorer.
- NSF forvalter en nasjonalsport. Skøyter har i over 100 år brent seg inn i nordmenns minne. Skøytesportens enere har alltid vært nasjonale helter. Det er de fortsatt, Hvis prestasjonene gir rekorder og medaljer.
- Mediaguiden forankres i NSF's organisasjonsmodell, Strategi- og handlingsplan.

MEDIAKUNNSKAP ER VIKTIG

Kunnskap om media er viktig i et teknisk kommunikasjonssamfunn. Slik kunnskap er faktisk avgjørende for å nå alle interessante målgrupper. Norge er spesielt på dette området også. 4,5 millioner nordmenn har ut fra befolkningstallet et særdeles høyt antall aviser, magasiner, ukeblader, radio- og TV-stasjoner, PC / dataanlegg og mobiltelefoner.

Derfor er det mer lønnsomt å FORSTÅ mediene, enn å bruke tid og krefter på eventuelle uoverensstemmelser. Det effektive består ikke av å være enig bestandig, men å kunne tilpasse seg selv og egen virksomhet. Så ofte som mulig.

SATS PÅ INTERNETT

Bruk av Internett står sentralt i skøytesportens kommunikasjon - med ulike styrer, medlemmer, aktive, trenere, støtteapparat - og selvsagt alle medier.

VÆR OPPMERKSOM på at nåløyet hos mediene er mindre trangt, dersom nyhetsmeldinger, resultatlister og generell informasjon skjer via Internett.

Årsak: Lettere arbeid og mindre bruk av tid for hver enkelt redaksjon. Detaljen er ofte avgjørende om en sak i avisen kommer på trykk eller ikke.

Vær ærlig, unngå selvros og vær mest mulig konkret og saklig i omgang med media. Slik holdning verdsettes, respekteres og belønnes. Ikke minst over tid.

Media vil alltid være avhengig av innspill, ideer og tips. På samme måte er NSF interessert i et aktivt forhold til media. Denne gjensidige avhengigheten er nødvendig av begge parter. Vi lever jo litt av hverandre hver eneste dag.

Noen ganger går samarbeidet greit. Andre ganger skjærer det seg. Gi ikke opp, Vær klar over at DU er en nyttig RESSURS - eksempelvis for den lokale avisen.

Etabler ryddige relasjonsforhold.

MEDIA MYE MER ENN VG

Når nordmenn flest - gjelder også våre fremste politikere - snakker om "media", er uttrykket svært unyansert. De fleste mener "de store" - VG, Dagbladet og Aftenposten. Men slik generalisering blir alt for upresis. Rett og slett feil.

For NSF's klubber og kretser er det klokest å konsentrere seg om lokal- og regionavisene. Det viktigste i hverdagen er å nå alle målgrupper i nærmiljøet. "Media" består i vesentlig grad av slike aviser. Cirka 150 i tallet. For brorparten av avisleserne, er VG helt uinteressant i forhold til lokal og regional idrett.

Lokalradio og -fjernsyn hører også med i denne kategorien, selv om mulighetene for innslag på TV alltid vil være noe begrenset. Selskapenes økonomi og sendeflater setter visse begrensninger. Men lokale TV-nyheter har et viktig og mottagelig publikum.

Bidra med ideer, slik at DIN KLUBB kommer på skjermen. Det blir lagt merke til.

PRAKTISKE OG TAKTISKE HENSYN

På kveldstid har ikke alltid sportsredaksjonene egne reportere til å dekke NSF's aktiviteter. Forholdet må skøytesporten utnytte både positivt og konstruktivt:

- Sørg for at sportsredaksjonen(e) raskt får resultater på e-mail.
- Ring gjerne vakthavende journalist under konkurransen, dersom enkelte utøvere har oppnådd særdeles gode resultater. Det blir godt mottatt!

I praksis betyr slik kontakt at vakthavende journalist - som alltid arbeider under tidspress / deadline for manuslevering - kan prioritere stoffet bedre.

Den korte telefonsamtalen kan være forskjellen mellom en god oppslagssak og -ingen ting! Spesielt hvis resultatlistene sendes inn sent, og sportsredaksjonen allerede har fylt sine sider med annet stoff.

- Vær oppmerksom på problemene rundt deadline. De er alltid der.

SØRG FOR OPPDATERTE ADRESSELISTER

Mediakontakt og tidspress hører ofte sammen. Derfor bør forbundskontoret og alle stevnearrangører ALLTID ha oppdaterte adresselister på sine datamaskiner. Både på grupper av mottakere og enkeltvis.

Sjekk aktuelle mail-adresser og oppdater datamaskinen foran hver sesong. Mange endrer adresse uten å gi DEG beskjed.

Arrangører av nasjonale stevner må alltid sende resultatlister raskt til minst to sportsredaksjoner: Lokal(e) avis(er) og Norsk Telegrambyrå (NTB) som når de fleste norske redaksjoner. NTB-sporten kontaktes på adressen: sporten@ntb.no

OPPDATER INTERNETT-SIDENE DINE!

Medias representanter bruker mye tid på å tråle gjennom diverse Internett-sider hos idrettsorganisasjonene, særforbund, klubber og kretser. Journalistene leter etter innspill som kan gi nyheter. Saker å gå videre på.

Sørg derfor for at Internett-sidene alltid er maksimalt oppdatert. Se på egne sider som et ledd i nyhetskonkurransen. På enkel måte kan klubber, kretser og forbund gi journalistene nyheter som automatisk betyr omtale i mediene.

Internett-sider som sjelden oppdateres blir etter hvert regelrett kuttet ut av journalistene. De anser søket som bortkastet tid og oppsøker heller ikke aktivt disse sidene i ettertid.

EN PRESSEMELDING FØR SESONGSTART KAN SE SLIK UT:

Til LOKALAVISEN
Sportsredaksjonen

Vi står foran en ny og spennende skøytesesong. Klubben vår hadde over 40 aktive løpere i Yngres avdeling sist vinter, og cirka 10 nye medlemmer har kommet til under sommertreningen. Vi har fem seniorløpere, en mindre enn forrige sesong. Det skyldes flytting / studier.

Klubben har i sommer hatt to løpere - (navn og alder) - på samlinger og trening i Norges Skøyteforbund regi.
Seks løpere - (navn og alder) - har vært med på regionale treningssamlinger.

Trenere for klubben har i sommer vært:
(Navn - ansvarsområde - adresse - telefonnummer - mailadresse)

Klubben har i år følgende styre:
Formann: Navn - funksjon / ansvarsområde - adresse - telefon - mailadresse)
(Nevn alle øvrige i styret).

Klubbløpene denne sesongen blir arrangert på Stadion annenhver tirsdag.
Stevnet starter alltid klokken 1800 og beregnes unnagjort til cirka 2000.

NYTT: Vi vil i vinter sende resultatlister på e-mail til Sportsredaksjonen.
Vennligst gi oss tilbakemelding om hvilke mailadresser vi skal bruke og navn på kontaktpersoner vi skal henvende oss til. Kontakt oss på denne mail-adressen:
ole.olsen@skoyteklubben.no (eksempel)

Terminliste for kretsløp og nasjonale blir sendt av kretsens sekretær. Se også internettsidene for vår skøytegruppe og for de andre klubbene i Skøytekretsen på følgende adresse: (Navn aktuelle mailadresser).
Se også Norges Skøyteforbunds sider på internett: www.n-s-f.no/
E-mail: skoyteforbundet@nif.idrett.no

Vennlig hilsen Skøyteklubben

**• LYKKE TIL MED EN VIKTIG JOBB -
OG VÆR STOLT AV IDRETTEEN DIN !**