KFUK-KFUM
speiderne

SYNLIG SPEIDING

MEDIEVEILEDNING FOR SPEIDERGRUPPER

KFUK-KFUM
speiderne

Utgitt av
Norges KFUK-KFUM-speidere
Postboks 6810 St. Olavs plass
0130 OSLO
Tlf: 22 99 15 50
Fax: 22 99 15 51
post@kmspeider.no
www.kmspeider.no

© KFUK-KFUM-speiderne 2010

1. utgave 2010

Redaksjon: Svein Olav Ekvik, Ragnhild Erevik Lea og Helene Moe Slinning

Layout: Helene Moe Slinning

Foto: Henrik Vagle Dalsgaard, Eirik Svandal Bø, Steinar Fagerli, Helene Moe Slinning, Svein Olav Ekvik, Terje Tobiassen og Ragnhild Erevik Lea.

INNLEDNING

Dette heftet er skrevet for å gi deg som er speiderleder veiledning i hvordan du kan jobbe for å profilere din speidergruppe og vår organisasjon. Det gir deg tips for hvordan du går fram i møte med media, råd om hva som er gode saker og oversikt over når du bør kontakte pressen. Det gir deg også rettledning i hvordan du utformer en pressemelding.

Det finnes mange måter å profilere seg på. Pressedekning i media har gjerne stor gjennomslagskraft, men er ofte et tidkrevende arbeid som ikke alltid gir resultater. For å gjøre arbeidet med pressen lettere har vi i dette heftet prøvd å gi deg som speiderleder et inntrykk av hvordan pressen arbeider og fungerer.

Det er viktig å fortelle at vi finnes og at vi er svært aktive. Vi ønsker å være synlige overfor medlemmer, foreldre, kirken, politikere og allmennheten. Tiltakene bør være forskjellige ut i fra hva vi ønsker å profilere og hvilken målgruppe vi henvender oss til. Ved å jobbe med media kan vi skape et godt inntrykk av KFUK-KFUM-speiderne hos folk flest. Å drive god PR i lokalmiljøet kan skaffe flere støttespillere, medlemmer og ledere.

INNHOLD

DEL 1 HVORFOR MEDIEKONTAKT?

DEL 2 NÅR VI VIL SNAKKE MED MEDIA
- Nyhetskriteriene – hva blir en nyhet?
- Hvordan jobber journalister?
- Hva er av interesse for media?
- Hvordan ta kontakt med media?
- Når tar man kontakt?

DEL 3 NÅR MEDIA VIL SNAKKE MED OSS

DEL 4 ANNEN PROFILERING

VEDLEGG
- Beredskapsplaner
- Eksempler på pressemeldinger

del 1

HVORFOR MEDIEKONTAKT?

Vi lever i et informasjonssamfunn hvor kampen om spalteplass og sendetid er stor. Når vi jobber ut mot media, er det for å prøve å nå de vi ikke når på andre måter. Vi ønsker positiv medieomtale for å skape oppmerksomhet og forståelse for det vi som speidere gjør og står for. Gjennom media når vi ut til interesserte og forhåpentligvis kan vi på den måten også rekruttere nye speidere og ledere. Det er også viktig å vise arbeidet vårt for viktige institusjoner i samfunnet. Vi er en av Norges største kristne barne- og ungdomsorganisasjoner med omtrent 12 000 medlemmer og vi har mye å tilby!

Per i dag får vi noe oppmerksomhet fra riksmediene fra store arrangementer som landsleir, verdensjamboree, eller når speidere har gått seg bort i fjellheimen. Lokalt derimot er gjennomslaget mye større fordi terskelen er lavere for hva som kommer inn, samt at det har en lokal relevans. Det er også noe større rom for "gode" nyheter. Siden det først og fremst er i lokale og regionale medier vi har best mulighet for mediedekning er det viktig at vi alle jobber aktivt for å skaffe oss den positive oppmerksomheten vi ønsker, lokalt, regionalt og nasjonalt. Gjennom forbundets medieovervåkningstjeneste vises de siste omtalte saker som omhandler KFUK-KFUM-speiderne under newsfeeden "I media" på forbundets nettsider: www.kmspeider.no.

Synlighet i media fører ikke nødvendigvis til nye medlemmer. Men allmennheten, politikere, kirken, barn, ungdommer og foreldre vil i større vite om oss og hva vi står for. Flere medlemmer får vi først og fremst gjennom godt arbeid lokalt, der personer møter hverandre, gjennom kvalitet i arrangementer, aktiviteter, kurs og ledertrening. Derimot kan god profilering og markedsføring bidra til identitet, felleskapsfølelse og stolthet blant våre medlemmer. Et fornøyd medlem som er stolt av å være KFUK-KFUM-speider er vår beste ambassadør i møte med potensielle medlemmer.

del 2

NÅR VI VIL SNAKKE MED MEDIA

Nyhetskriteriene: hva blir en nyhet?

Større redaksjoner mottar bøttevis med tips og pressmeldinger hver eneste dag. Mange havner rett i papirkurven, mens andre blir fulgt opp og ender som nyhetssaker på nett, i avisen eller på lufta. Hvordan velger redaksjonene hva som skal publiseres?

Journalister har noen nyhetskriterier som de vurderer alle tips og potensielle saker opp imot. For at journalisten skal velge å følge opp et tips, må hun vurdere det som nyhetsverdig – og det må i størst mulig grad samsvare med nyhetskriteriene. Journalister lar seg styre av følgende nyhetskriterier (såkalte VISAKK-kriterier):

Vesentlighet

Hendelsen eller det vi uttaler oss om bør være viktig for mange. For at den skal være det må det ha konsekvenser for eventuelle lesere eller fange lesernes interesse.

Identifikasjon

Personifisering (mennesker, ikke statistikk), miljønærhet (hvordan angår det oss der vi bor?), psykisk nærhet (noe jeg er opptatt av), nærhet i tid. Den psykiske nærheten er viktigere enn den geografiske, og konkrete personer er lettere å identifisere seg med enn kollektive institusjoner og abstrakte prosesser. I en norsk avis vil man heller skrive om en hendelse i Norge enn i Sverige, og Sverige fremfor Kenya. En lokalavis vil overse en hendelse ett annet sted i landet om ikke hendelsen er så viktig at den er umulig å overse.

Sensasjon

En nyhet må være noe nytt og spennende. En uvanlig og merkverdig hendelse blir attraktiv som nyhet. Eks.: ”Mann beit hund”. Ikke: ”Hund beit mann”.

Aktualitet

Hendelsen må nettopp ha skjedd, og foregå i et tidsrom der det er mulig å få dekket nyheten. For aviser vil det normalt si innen ett døgn etter hendelsen.

Konflikt

Kriger og andre storpolitiske konflikter har stor nyhetsverdi, men også feider, krangling og alle typer konkurranse er interessante saker for media. Om man finner en konflikt i en sak blir det automatisk en bedre nyhet. Saker alle er enige om, blir sjelden nyheter.

Kjendiser

Kjente personer (også kjente talspersoner/ ”eksperter”)

Nyhetsterskel

En nyhetssak inneholder ikke alltid alle nyhetskriteriene, men oppfyller alltid minst ett av dem. Det har også mye å si hva annet som skjer den dagen. Andre "større" nyheter den dagen kan fort skvise ut vårt bidrag.

Hva er av interesse for media?

For at en sak skal være av interesse for media, må den oppfylle minst ett av nyhetskriteriene som er beskrevet ovenfor. På neste side finner du noen eksempler på saker som angår speidere som kan være av interesse for media, og hvordan disse oppfyller nyhetskriteriene.

Husk at journalisten og du har et felles mål. Begge vil at artikkelen i avisen skal bli lagt merke til. For deg som vurderer å ta kontakt med lokalavisen om en sak, kan det være lurt å stille spørsmålene: Ville jeg lest dette om det stod i avisen? Hva kan jeg gjøre for at det kan bli mer interessant? Forsøk å få frem hva som er KFUK-KFUM-speidernes særpreg.

Lær av andre

Et godt tips er å lære av andres PR-suksesser. Å studere hvordan tilsvarende organisasjoner har markedsført seg er et klokt trekk. Legg merke til hva som skrives om lignende organisasjoner og se hvilke grep de har gjort for å skaffe seg omtale. Vær analytisk når du følger med i mediene og se det redaksjonelle stoffet som en fasit for hva slags saker redaksjonene er tilbøyelige til å dekke, og hva slags vinkler de liker å bruke.

	VESENTLIGHET	IDENTIFIKASJON	SENSASJON	AKTUALITET	KONFLIKT	KJENDISER
Haik eller leir til et særpreget/uvanlig sted. Eks: Speidere arrangerer landsleir på Slottsplassen			■			
Aksjonene våre, speidere som samler inn penger. Morsomme vinklinger, gjerne med utgangspunkt i Speiderknuter til aksjonene: "Isbader for Madagaskar" osv.	■			■		
Arrangementer som er åpne for publikum: åpen speiderdag i menigheten osv				■		
Renovering av speiderhytter og lignende. Muligheter for å be om sponsorhjelp, gjøre speiderhytta kjent i lokalmiljøet. Appellere til gamle speidere.		■				
Når noen i patruljen gjør det spesielt bra: NM, LPK, reiser til Norsk Roland osv. Også høye tall: høyeste tårn, lengste pinnebrød etc.	■		■			
Gruppa reiser til f.eks. landsleir eller kretsleir på en uvanlig måte			■	■		
Lokalpolitikk som berører speidere. Ta stilling til kontroversielle eller omdiskuterte saker. F.eks. ved utbygging av marka.	■				■	
Er, eller har kjente personer i nærmiljøet (eller nasjonalt) vært speider?						■

Generalisering

Desto flere mennesker en sak angår, desto større er sjansen for at mediene interesserer seg for den. Et godt utgangspunkt er å knytte en sak opp mot en relevant trend i samfunnet. Norske medier er alltid interessert i generalisering av nordmenn, særlig hvis det fremhever typiske trekk.

Lokal tilpasning

Som tidligere nevnt er det i lokale medier vi har størst gjennomslagskraft. Jo mer lokalt mediet er, jo lavere er nyhetsterskelen. At speidergruppa drar på speiderleir i et helt annet fylke eller et annet land kan vekke oppmerksomhet hos lokalavisa hvis du vinkler saken riktig. At f.eks. 40 speidere fra en lokal gruppe reiser sammen på leir til England er godt stoff for lokalavisa. Det er også interessant om en lokal leder har fått nasjonale verv, som f.eks å sitte i landsstyret eller ansvar for å lede en etat på landsleir.

Vær synlige samfunnsaktører

I mange samfunnsaktuelle spørsmål både nasjonalt og lokalt kan din speidergruppe være en synlig aktør. Prøv å være med på å påvirke f. eks miljøspørsmål – det være seg vern av marka, utbygging i ditt nærområde, forurensning i lokalmiljøet e.l. Vis at vi er en barne- og ungdomsorganisasjon som tar miljøspørsmål og vern av naturen på alvor. Andre saker kan dreie seg om barns og unges oppvekstvilkår, solidaritet med barn i andre land, eller annet relatert til det lokale speiderarbeidet. Gjør det klart for media at dere er en god kilde å bruke i slike saker. Gruppene står ganske fritt når det gjelder hva de skal mene noe om innenfor rammen som KFUK-KFUM-speidernes verdier utgjør. Vær tydelige på at dere representerer den lokale gruppa, ikke hele organisasjonen. Kun landssjef og generalsekretær kan uttale seg på vegne av organisasjonen.

Å skrive leserbrev er også en god måte å vise at speiderne er engasjert og tar standpunkt i saker som angår dem. De fleste lokalaviser og nettaviser har leserbrev- eller diskusjonsspalter. Ungdomsspalten Si:D i Aftenposten er også en debattspalte der unge lettere får slippe til. Glem heller ikke at en del aviser og blader har andaktsspalter som man kan levere andakter til, og gjerne underskrive med navn og "KFUK-KFUM-speiderleder" eller lignende.

Hvordan jobber en journalist?

Som journalist jobber man alltid opp mot en deadline. Noen ganger kan journalister ha ganske god tid på en sak, men som regel er det kort tid fra hun begynner å samle informasjon til en sak kommer på trykk.

Store og små redaksjoner

Hvordan journalisten jobber varierer en del ut fra om hun jobber i en stor eller liten redaksjon. I større redaksjoner får journalisten som oftest tildelt et oppdrag fra vaktsjefen når hun kommer på jobb om morgenen. Oppdraget er knyttet til en deadline som ofte er samme dag. De fleste journalister har også mulighet til å selv å komme med forslag til saker, og ofte er det også forventet at de gjør det.

I mindre redaksjoner er det færre ansatte. I lokalaviser er ofte journalistene fordelt på geografiske områder. Da har journalistene selv best oversikt over hva som skjer innenfor det området og velger selv hvilke saker som skal publiseres. Dette er noe av grunnen til at det ofte er lettere å få saker på trykk eller på lufta i lokale medier. Det finnes også flere journalister som jobber frilans. Det vil si at de ikke har en arbeidsgiver, men selv selger saker til interesserte medier.

På jobb hele døgnet

Journalister er alltid på jakt etter gode saker og er derfor på en måte på jobb 24 timer i døgnet. Nøl derfor ikke med å fronte din sak om du skulle treffe en journalist utenfor redaksjonslokalene.

Viktige forberedelser

Å framstille en sak sett fra flere sider, stille kritiske spørsmål og å beskytte sine kilder, er noen av de viktigste journalistiske prinsippene og det er viktig å ha forståelse for dette når du samarbeider med pressen. Forbered deg godt når du snakker med pressen, og ha gjerne ulike vinklinger på en historie for å gjøre den mest mulig interessant for journalisten.

Vær forberedt på at en journalist kan gripe fatt i noe du ikke synes er viktig. Prøv å informere journalisten godt om hva du syns er det viktige ved din sak, så du på den måten kan endre den oppfatning journalisten hadde i utgangspunktet. Det er en journalists jobb å stille kritiske spørsmål. Ikke ta spørsmålene ille opp, men svar så godt du kan på en saklig måte.

Huskeregler

I møte med en journalist er det noen ting du bør huske på:

- Regn alltid med at du blir kontrollert mot andre kilder.
- Ikke gi ”off the record”-uttalelser. Alt du sier kan bli brukt i intervjuet eller i saken.

- Si aldri ”ingen kommentar” uten å forklare hvorfor du ikke ønsker å svare. Det virker suspekt. Si heller ”Det kan jeg dessverre ikke si noe om, av hensyn til … (pårørende/involverte/andre årsaker)”

I speidersammenheng er det ofte barn og unge involvert i de sakene som trykkes. De aller fleste journalister har en policy på at barn under 15 år skal ha tillatelse fra foreldre for å intervjues eller delta i en reportasje. Sørg gjerne for å ha snakket med foreldrene på forhånd om du vet at det er barn eller unge som skal være med i møte med en journalist.

Hvordan ta kontakt med media?

Pressen (spesielt mindre redaksjoner) er helt avhengige av tips utenifra. Du skal derfor ikke være redd for å kontakte media. Men for å få gjennomslag for din sak må du ta kontakt til rett tid. En sak er først og fremst en nyhet idet det skjer. La media få vite om hendelser før de skjer heller enn etterpå.

Flere muligheter

Det finnes mange måter å kontakte pressen på. Du kan skrive e-post, brev, ringe dem eller selv møte opp i redaksjonen. Det greieste er nok å ringe lokalavisen/-radioen og spørre om de er interessert i saken. Vær forberedt og presenter saken på en interessant måte. Forsøk å selge nyheten og husk at entusiasme smitter. Hvis redaksjonene fatter interesse, er det ikke sikkert du trenger å sende en pressemelding. Da sender de ofte selv en journalist for å skrive saken.

Kontaktinformasjon til mediene finner du enklest på nettsidene deres. De fleste medier har ofte en tips-funksjon på nettsidene deres du kan benytte deg av.

Valg av type media kan være ulikt basert på hva vi ønsker å formidle og hvem vi ønsker å nå. De fleste steder i Norge har en lokalavis, lokalradio og lokal-tv. Riksmediene, nasjonale og regionale pressebyråer, menighetsblader, tidsskrift, diverse nettsteder er andre muligheter. De siste årene har sosiale medier som Facebook og bloggtjenester fått svært mange brukere og har blitt en svært god arena for profilering.

Viktig oppfølging

Til større arrangementer eller hendelser bør du i god tid i forveien invitere pressen. De må ha opplysninger om hvor, hva og når, ting som skal skje og kontaktinformasjon til en pressesansvarlig. Hvis du ikke hører noe fra dem bør du ta kontakt med dem igjen over telefon et par dager før du ønsker dem tilstede. Det er som regel alltid nødvendig å følge opp en pressemelding over telefon. Når du ringer, be om å få snakke med redaksjonen eller vaktsjefen. Vaktsjefen avgjør hva som skal på trykk.

Det kan være lurt å ha en presse- eller medieansvarlig i speidergruppa eller i kretsen dersom det lar seg gjøre. Ansvaret kan gis til gruppeleder, eller en annen leder som er motivert for oppgaven.

Personlige kontakter

Den aller beste måten å sikre mediedekning på er å knytte personlige kontakter. På den måten får du en "snarvei" inn i redaksjonen og slipper å gå gjennom den vanlige papirmøllen. Kjenner du en journalist i redaksjonen kan hun fronte din nyhet, eller selv ta initiativ til at den kommer på trykk.

Når du møter journalister bør du være imøtekommende og notere deg navnet på vedkommende. Det kan spare deg for mye arbeid senere. Har dere allerede truffet hverandre en gang kan det være lett å komme i kontakt med henne ved en senere anledning.

Pressemeldingen

En god pressemelding kan være gull verd i informasjonsarbeidet mot mediene, og øker sjansen for at eget budskap kommer frem, Og at fakta blir korrekt gjengitt. Å skrive en pressemelding tvinger deg til å klargjøre hva som er det beste journalistiske poenget ved din sak, og til å tenke og formulere hovedbudskapet. Jo bedre og mer journalistisk en pressemelding er skrevet, desto større er sjansen for ordrette sitater i medienes sak.

Tips til pressemeldingen

- Skrive pressemeldingen slik en journalist i de mediene du ønsker omtale i, skriver tilsvarende saker.
- En god pressemelding bør gi svar på disse spørsmålene: hvem, hva, hvor, når, hvordan og hvorfor?
- Start pressemeldingen med den viktigste nyheten - det som gjør saken interessant. Meldingen skal kunne kuttes bakfra, uten at viktige opplysninger går tapt. Er den kortfattet er det også større sjanser for å få den på trykk.
- Når du sender ut pressemeldinger om positive saker, legg alltid ved bilder. Pass på at bildet ikke er så stort at e-posten ikke kommer frem, men heller ikke så lite at oppløsningen er for dårlig. Skriv at du har flere bilder i bedre oppløsning som journalisten kan få om hun ønsker det. Husk at et bilde kan si mer en tusen ord, så sørg for at bildet er bra og at det viser speidere i aktivitet. Bildet bør være av god nok kvalitet til å trykkes, det vil si at det er fototeknisk godt og at bildefilen er stor nok. 2000*3000 pixler eller lignende er tilstrekkelig.
- Når du sender ut pressemeldingen i e-post, skriv "pressemelding" og bruk ord i emnefeltet på e-posten som sier noe om det viktigste journalistiske poenget ved saken. Det er viktig med ord som er egnet til å vekke nysgjerrighet.
- La alltid kontaktinformasjon være tydelig.

En pressemelding bør ikke være for lang, derfor kan det ved noen anledninger være lurt å legge ved et faktaark. Dette kan innholde fakta om speidergruppa (antall medlemmer, hvor dere holder til osv.) og litt mer bakgrunnsstoff en det du får plass til i selve pressemeldingen.

Morsomme fakta, tall og kuriositeter er ofte god stoff for pressen. F. eks kan dere skrive hvor mye mat som går med på en speiderleir, hvor mye tau eller hvor mye myggmiddel: ("80 kjøttkaker, 500 m tau, 4 pakker plaster går med" osv.)

Du finner noen eksempler på pressemeldinger bakerst i heftet.

Legg til rette for pressen

Sjansen for å få pressedekning blir større desto mer du legger til rette for media. Media er blitt mer tabloid og både nett, avis og TV er avhengige av gode fotomotiver skal de interessere seg for en sak. Inviter dem med når det skjer noe spennende, for eksempel når dere øver dere på pionering av en flere meter høy portal.

Framhev gjerne at det er gode fotomotiver når du snakker med pressen. Det viktigste er at det er barn og unge i aktivitet. Satser dere mot TV og radio er aktivitet helt nødvendig om dere ikke deltar i et studiointervju. De ønsker å være tilstede der det skjer, når det skjer for å lage en god reportasje. Husk at de nesten alltid også ønsker å snakke med noen speidere. I så

fall kan det være lurt å ha plukket ut noen talspersoner på forhånd som ønsker å bli intervjuet og som dere vet vil takle situasjonen.

Logo og navn

Det er viktig at dere passer på å bruke gruppens, kretsens eller organisasjonens logo og navn, enten i pressemeldingen, eller vedlagt e-posten. På den måten viser vi hvilken sammenheng vi står i, og er tydelige på hvem vi er. Vi er KFUK-KFUM-speiderne. La det ikke være noen tvil!

Dette er viktig for at de som senere leser, ser eller hører om oss, skal vite hvem de kan henvende seg til dersom de har spørsmål, eller ønsker å begynne i KFUK-KFUM-speiderne. Det handler om å bygge merkevaren og merkenavnet KFUK-KFUM-speiderne. Det kan også være lurt å tilby seg å skrive navnet, slik at det blir riktig.

Når tar du kontakt?

Timing er essensielt når det gjelder å få en sak på trykk eller på lufta. Det finnes gode dager og dårlige dager, gode måneder og dårlige måneder. Det er ikke alltid enkelt å vite hvilke tidspunkt som er best, men noen tips får du:

Sommeren er en god tid for å få ting på trykk. Hver sommer skjer det lite i mediebildet, og mange redaksjoner har sommervikarer som er mindre kritiske til hvilke saker som produseres. For mange speidergrupper skjer det også mye om sommeren, enten det er gruppeleir, kretsleir eller utenlandstur. Utnytt agurktiden til å få profilering.

Helgene kan også være et godt utgangspunkt for å få noen medier til å stille opp, men pass på å tipse dem på forhånd. Dette er kanskje først og fremst et godt tidspunkt for å nå ut til regionsaviser. Flere større regionsaviser har helge-/søndagsutgave. Det skjer ofte mindre i helgene enn ellers i uken. Mindre lokalaviser har ikke alltid journalister på jobb lørdag og søndag. Husk å ta kontakt før helgen. Fredag rett før helgefri er en dårlig dag!

Det er ikke like lett å peke ut dårlige dager å kontakte media på, men et tips er å følge med i mediebildet. Sjansen for å få mediedekning reduseres når det skjer ting som opptar mye av medienes spalteplass. Eksempler kan være store kulturbegivenheter, valg eller omfattende ulykker.

Fremdriftsplan

Her er et skjema som viser hvordan du følger opp etter å ha sendt ut en pressemelding. I dette tilfellet er det tenkt at hendelsen dere ønsker mediedekning av foregår på en lørdag. Da kan det være lurt å sende ut pressemeldingen tidlig i uken. I løpet av uken må pressemeldingen følges opp via en telefon til redaksjonen. Gruppeleder eller en annen utpekt i speidergruppen bør ha dette ansvaret.

OPPGAVE	TIDSPUNKT						ANSVARLIG
	Man	*Tirs*	*Ons*	*Tors*	*Fre*	*Lør*	
Send pressemelding.							Gruppeleder
Følg opp pressemelding med en telefon							Gruppeleder
Lag avtale med journalist.							Gruppeleder
Arrangement finner sted.							Gruppeleder

del 3

NÅR MEDIA VIL SNAKKE MED OSS

Når media vil snakke med oss uten at vi først har tatt kontakt, er kan det være fordi det har skjedd en ulykke av ett eller annet slag der et eller flere av våre medlemmer er involvert.

I slike saker skal du forholde deg til de offisielle beredskapsplanene til KFUK-KFUM-speiderne. Vi har to beredskapsplaner, en for sikkerhet og en for seksuelle krenkelser. Det er viktig at du som speider-leder har lest og satt deg inn i disse. Du finner beredskapsplanene bakerst i dette heftet, eller på forbundets nettsider under fanen materiell / beredskap.

I alvorlige saker brukes fremgangsmåten som er beskrevet i beredskapsplanen. Alle uttalelser skal i slike saker henvises til generalsekretæren. Gruppeleder og kretsleder skal involveres. Det er viktig at lokale speidere og ledere, samt pårørende, skjermes fra pressen.

Vær forberedt

I slike saker er det viktig at du tenker nøye gjennom hva du sier til pressen. Svar ikke på ting du er usikker på, eller som du ikke skal uttale deg om. Pressen kan i slike saker være svært pågående og kan til tider prøve å presse deg til å uttale deg om ting. Kommer henvendelsen brått på kan du be om å få ringe tilbake. Det er helt greit å be om å få ringe tilbake om 10-20 minutter. Dette skal journalister respektere. Du trenger ikke starte intervjuet før du er klar. Tenk deg godt om før du sier noe, og noter gjerne stikkord.

Sitatsjekk

Har du snakket med en journalist, har du ikke rett til å lese en artikkel før den kommer på trykk. En del journalister har derimot ingenting imot dette dersom du spør dem om det. Det du derimot har rett på, er en sitatsjekk. Det vil si at du har rett til å lese det du har blitt sitert på. Journalister vil sjelden spørre om du ønsker en sitatsjekk, men kan ikke nekte deg det om du ber om det. Sørg også for å påpeke faktiske feil i teksten.

Si ikke noe feil

Er det skjedd en lei situasjon, er det ikke alltid ønskelig å fortelle hele historien uoppfordret. Noen ganger kan det av ulike grunner være nødvendig eller ønskelig å holde noen deler tilbake. Dette kan blant annet være av hensyn til de involverte eller deres pårørende, eller fordi deler av historien ennå er uklar. Det er likevel viktig at du passer på å aldri si noe *feil* til journalister. Prøv *ikke* å dekke over historien med å si noe som ikke er sant. Det vil bare skape uklarheter og er ikke ønskelig for noen parter. Åpenhet hindrer frykt og spekulasjoner.

Fokuser på det positive

Har det skjedd en ulykke av noen slag bør du prøve å fokusere på det positive i møte med media. En speider som er savnet i fjellet kan få stor oppmerksomhet i pressen. Fremhev at speidere er vant til å klare seg selv, at de er godt utstyrte og har god kunnskap om å ferdes

i naturen. Ved en redningsaksjon kan du prøve å fokusere på læringsutbyttet speiderne får. Ved å prøve å fokusere på disse tingene kan saken få en mer positiv vinkling i media, og noe som i utgangspunktet er negativt kan få en positiv vinkling. F.eks. dersom en speider har gått seg bort i snøstorm og utløst en redningsaksjon, kan du fokusere på at han gravde seg ned i tide, var godt utstyrt med varm bekledning, og at han er vant til å ferdes i fjellet. På den måten blir en del av det etterlatte inntrykket at i KFUK-KFUM-speiderne blir du godt forberedt på de utfordringer du kan møte i naturen.

Andre tips

- Vær imøtekommende – eventuelt videreformidle høflig.
- Vis og uttrykk medfølelse for rammede og berørte.
- Ikke gi kommentarer på direkten når du ikke vet hva som har skjedd.
- Ikke lyv eller hold tilbake informasjon.
- Ikke spekuler eller kom med egne synspunkter.
- Ikke diskuter skyldspørsmål.

del 4

ANNEN PROFILERING

Det er ikke bare gjennom pressen vi kan oppnå synlighet. Prøv også å bruke andre metoder for å skape blest om speidergruppa, speiderarbeidet og forbundet.

INTERNETT

På internett finnes det et hav av verktøy man kan bruke for å informere om speiderarbeidet og profilere oss. Mange søker også aktivt informasjon på nettet. Gjør dere synlige på internett med disse metodene:

NETTSIDE

Nettsider er ikke lenger bare forbeholdt de med god teknisk kunnskap. I dag kan du lage en enkel hjemmeside bare ved noen tastetrykk. Gruppen din kan gratis benytte seg av forbudets portalløsning for å lage en hjemmeside. I forbindelse med at forbundet lanserte nye nettsider våren 2009 tilbyr vi nå også kretser og grupper nye nettsider. Sidene likner forbundets nettsider, men har en noe enklere utrykk, se bildet. Ta kontakt med forbundskontoret om du ønsker nettside via forbundet.

BLOGG

Det finnes flere hundre nettsider som tilbyr blogg. Blogg fungerer som en enkel nettside hvor man bruker et enkelt publiseringsverktøy for å legge ut tekst, bilder eller video. Mulighetene er litt mer begrenset med en blogg enn med en nettside, men dekker ofte de behovene en speidergruppe har. Du kan også opprette en blogg i forbindelse med et arrangement eller for eksempel i forbindelse med en leir.

Her er noen nettsider som tilbyr gratis blogg:
www.wordpress.com
www.blogg.no
www.weblogg.no

FACEBOOK

Facebook er et sosialt nettverk med mange millioner medlemmer. Facebook gjør det enkelt å opprette en gruppe for å profilere din speidergruppe, ditt arrangement, ditt roverlag eller lignende. På Facebook kan du også opprette arrangementer hvor du kan invitere medlemmer på Facebook. Disse kan da gi tilbakemelding på om de ønsker å delta eller ikke. Dette kan ofte være et greit verktøy for å sjekke interessen for et arrangement. Det finnes også flere andre muligheter på Facebook, sjekk det ut! Facebook finner du på www.facebook.com.

AKSJONENE

Globalaksjonen og Julebukkaksjonen gir dere mulighet til å gjøre dere synlige i lokalsamfunnet. Ved at speiderne samler inn penger viser dere solidaritet og engasjement. Hvis speiderne går fra dør til dør med speiderskjorte skaper det synlighet. Bruk også heftet som følger med Lederforum til inspirasjon for hvordan dere kan gjøre både aksjonene og speidergruppa synlige ved hjelp av aksjonene. Aksjonene er i seg selv godt stoff for media, så om dere gjøre noe spesielt i forbindelse med dem, øker det sjansen for pressedekning.

GERILJA-MARKEDSFØRING

Prøv dere på geriljamarkedsføring. Det kan være både morsomt og spennende. Dere kan invitere lokalsamfunnet med på møtene deres eller på tur. Eller dere kan gjøre noen stunt på steder der det er mange mennesker. Tips og forslag kan dere lese på forbundets nettsider under fanen *bli med*.

SPEIDERKALENDEREN

Speiderkalenderen presenterer speiderarbeidet. Tenk hvor synlig KFUK-KFUM-speiding blir når det henger tusener av kalendere rundt i de mange hjem! Ikke bare hos speidere, men også på kontorer, hos besteforeldre og hos andre som kjøper kalenderen. Bruk kalendersalget for å reklamere og synliggjøre din speidergruppe.

På nettsidene finner dere tips til hvordan dere kan selge kalenderen.

BROSJYRER OG PROFIL-MATERIELL

KFUK-KFUM-speiderne har utarbeidet mye flott profilmateriell som du som speiderleder kan bruke. Du kan laste det ned fra forbundets nettsider eller bestille det fra forbundskontoret. Skriv på kontaktinformasjon og litt om hva speiderne driver med og legg de ut på alle tenkelige steder i lokalmiljøet. Du kan legge ut eller henge det opp på bensinstasjoner, i butikker, hos frivillighetssentralen, på legevakten, på buss- eller togstasjonen osv. Det kan skaffe dere mange nye speidere og gjør dere synlige der folk er.

Flere ideer til profilering av det lokale speiderarbeidet og ideer til rekruttering av nye speidere finner du på www.kmspeider.no/blimed.

VEDLEGG

Forbundets beredskapsplan - sikkerhet

Vedtatt av landsstyret 03.06.05
Revidert plan vedtatt av landsstyret 06.01.09

Denne planen skal være godt kjent av alle som arrangerer leirer, turer og møter i Norges KFUK-KFUM-speidere. Ved utenlandsreiser gjelder egne regler, ta kontakt med forbundskontoret. Alle bør i tillegg kjenne til og ha tilgjengelig "Ressursheftе for sikkerhet i friluftsliv" som kommer i nyrevidert utgave i løpet av 2009. Det finnes også en beredskapsplan for seksuelle krenkelser.

1. Uteleder

- Ta ledelsen – **det er ditt ansvar**. Opptre rolig og bestemt. Organiser arbeidet og fordel oppgavene. Gi direkte, enkle og entydige ordrer. Husk å lade og å sette på mobilen ved start av arrangementet – vær tilgjengelig!
- Dersom patruljefører er turleder, må vedkommende vite hvem som er ansvarlig hjemmeleder over 18 år, og ringe dit for veiledning. Patruljer på tur skal alltid ha en ansvarlig leder over 18 år som skal være tilgjengelig 24 timer i døgnet, dette kan være en egnet forelder. Ved patruljeturer er patruljefører uteleder.
- Selv om det på en leir eller tur er med en leder over 18 år, bør foreldre og andre i tillegg kunne ringe en hjemme-leder (over 18 år) med kjent skriftlig kontaktinformasjon før leiren/turen starter.
- Få oversikt over situasjonen. Bedøm raskt behovet for hjelp og sikre skadestedet.
- Ikke still deg til rådighet for pressen, med mindre politi og kretsleder/generalsekretær gir klarsignal.
- Vi skal IKKE offentliggjøre navn på forulykkede.
- Henvis alltid pressen til kretsleder/generalsekretær, og skjerm lederne og deltakerne.
- Ring speidernes varslingstelefon 09123.
- Varsle alltid hjemmeleder og kretsleder.

Ved leteaksjon – noen er savnet

- Hvor ble personene sist sett, gå raskt igjennom dette med alle deltakerne.
- Forsøk å avgrense området.
- Er situasjonen uoversiktlig eller kritisk, ring 112 straks!
- La minst èn leder bli igjen med de yngste speiderne. Disse holder seg i ro eventuelt på hytta eller leirplassen.
- Resten av lederne og de eldste speiderne fordeler lete-områdene mellom seg, men spis godt med mat før dere begynner å lete!
- NB! Gå alltid 2 og 2 sammen!
- Avtal en samling minst hvert 15. minutt.
- Ikke gå lengre fra hverandre når en leter enn at en sikrer kontakt med den nærmeste gruppen på hver side.
- Etter 30 minutters leting skal politiet ringes på tlf nr 112.
- Fortsett å lete så lenge dere kan og det er forsvarlig, og så lenge dere får lov av politiet.
- Overlat ansvaret for leteaksjonen til politiet når de kommer, det er deres ansvar.
- Bistå politiet og informer dem grundig og systematisk.
- Ta vare på de andre lederne og deltakerne på turen. Husk at mange speidere i dag har mobiltelefon og ringer raskt til sine foresatte. Lag en plan for varsling av foreldre, dette kan gjerne organiseres av hjemmeleder. Uteleder bør ta færrest mulig

telefoner, og ellers være tilgjengelig for samtaler.
- Forsøk å fullføre programmet, reis ikke hjem straks.
- Ta vare på eiendeler.

Ved brann, snøskred og annen alvorlig ulykke

- Sikre skadede. Ved brann, snøskred, eksplosjonsfare – få de skadede i sikkerhet. Unngå panikk.
- Sikre de uskadede, og få disse bort fra risikosonen.
- Få oversikt over situasjonen. Bedøm raskt behovet for hjelp. Sikre skadestedet og bedøm risikoen ved å oppholde deg i området. Opprett skredvakt etter snøskred.
- Fordel oppgavene.
- Gi melding, ring: 113 – Lege, for øyeblikkelig hjelp. 113 ringer videre til politi og brannvesen om det er nødvendig.
  - » Hvem ringer? Husk: navn, adresse, telefonnummer det ringes fra.
  - » Hva har hendt?
  - » Hvor mange er skadet?
  - » Hvor? Angi kartreferanse eller beskrivelse.
  - » Få meldingen bekreftet.
- Sørg for at noen tar seg av de andre deltakerne på turen.
- Oppsøk redningsmannskapet og informer dem straks de ankommer.
- Bistå redningsmannskapet så lenge det er behov for det.

Ved dødsfall/alvorlig personskade

- Varsle lege – 113 og politi – 112.
- Politi har alltid ansvar for å varsle om dødsfall og alvorlige ulykker til pårørende, det er IKKE din oppgave.
- Ta hånd om ledere og deltakere på turen.
- ***Uteleder*** ringer speidernes varslingstelefon 09123
- Henvis alltid presse til krets-leder eller til generalsekretær/landssjef.
- Telefon til kretsleder er:_____

2. Hjemmeleder

- Ta kontakt med politiet/lokal redningsledelse for å forvisse deg om at politiet har mottatt meldingen fra utelederen.
- Etter avtale med utelederen, igangsette varsling av foreldrene.
- Informer kretsleder og avklar hvem som gjør hva videre.
- I samråd med kretsleder informere pårørende **(ikke ved dødsfall, det gjør politi/prest)**, helsetjeneste, generalsekretær (91 51 66 12), og eventuelt menighet og skole.
- Finn et egnet lokale, slik at det kan fungere som et møtested for medlemmene i gruppen og de pårørende.
- Forsøk å få til enkel bevertning i speiderlokalet. Overlat ansvaret for dette til en annen leder.
- Sammen med kretsleder:
  - » Sørg for et felles møte med informasjon i et egnet lokale før turen avsluttes.
  - » Sørg for å avtale nytt møtetidspunkt i egnet lokale for gruppen og de pårørende.
  - » Sørg for at helsetjenesten og presten tilbyr alle en samtale eller oppfølging. Lederne på turen og nærmeste pårørende skal alltid ha en slik samtale før de går hjem.
  - » Sørg for at helsetjenesten fortsetter oppfølgingen.
  - » Sørg for at de pårørende skjermes fra presse.

3. Kretsleder

- Informer forbundet ved generalsekretæren
- Kretsleder/visekretsleder skal ha vikarberedskap i ferier eller i situasjoner der de er utilgjengelige av andre grunner.
- Kretsleder eller en annen kompetent person sørger for at to personer reiser til

skadestedet så raskt som mulig. Deres oppgave er å:

» Hjelpe lederne og deltakerne på turen.
» Bistå politiet.
» Informere kretsleder og hjemmeleder.
» Se til at pårørende på åstedet får oppfølging av politi, helsepersonell og prest.
» Kanalisere journalister og presse til generalsekretær (91 51 66 12)

- Hjelp hjemmeleder med hans oppgaver.
- Sammen med en person reiser til speiderlokalet for å hjelpe til med arbeidet der.
- Sørge for at det alltid er 2 personer som reiser/jobber sammen.
- Uttale seg til pressen etter samråd med generalsekretær. Orientere pressen om hvor og når de kan få informasjon. Innkall evt. til en pressekonferanse og lag pressemelding.
- Presseberedskap: Be om å få lese gjennom intervjuet, be om å få ringe tilbake for å vinne tid, oppgi aldri navn annet enn ditt eget, si noe om opplæringen av speiderne i sikkerhetsberedskap.
- Kretsleder er ansvarlig for at kretsen ved kretsarrangementer har en fungerende beredskapsplan lik denne.

4. Generalsekretæren

- Assistere kretsleder og forsikre seg om at kretsleder er orientert om oppstått hendelse. Ved alvorlige hendelser kan det være naturlig at generalsekretær bistår kretsen enten på skadested eller i lokalmiljøet.
- Bidra til at tilstrekkelige og riktige opplysninger om forbundet kommer fram til politiet, pårørende og medier.
- Landssjef og generalsekretær vurderer tilstedeværelse ved alvorlig personskade/dødsfall.
- Kun generalsekretær og landssjef uttaler seg på vegne av hele forbundet. Generalsekretær holder landsstyret ved Landssjefen løpende orientert.

Siste versjon av beredskapsplan for sikkerhet finnes til enhver tid på www.kmspeider.no/beredskap.

Forbundets beredskapsplan - mistanke om seksuelle krenkelser

04.01.09 – arkiv 111
Vedtatt av landsstyret 06.01.09

Mål

Norges KFUK-KFUM-speidere skal være trygge fellesskap for alle speidere og ledere.

Alle voksne over 18 år har ansvar for å ta tak i situasjoner som de blir kjent med.

Dette gjelder også der den mistenkte IKKE er medlem av organisasjonen.

Definisjoner

Seksuelle krenkelser er ufrivillige seksuelle handlinger utført i relasjon av tillit eller tvang.

Ufrivillige seksuelle handlinger mellom voksne er også seksuelle krenkelser, det samme vil gjelde ufrivillige seksuelle handlinger mellom to barn.

1.Gjelder for den som mottar mistanke, melding eller anklage om krenkelser

1. Lytt nøye og bekreft at du har hørt rett. Ha is i magen og ikke få panikk. Det kan være en sterk opplevelse å bli kjent med andres krenkelser.
2. Sikre situasjonen for den som overgrepsutsatte, kontakt aldri den som anklages. Det er politiets ansvar å drive etterforskning. Politiet kan gi gode råd om hvordan en jobber videre.
3. Alle som forteller om overgrep, skal ivaretas av den som får den første betroelsen. Dette er spesielt viktig dersom speideren er under 16 år (seksuell lavalder). Gi trygghet, slik at den overgrepsutsatte opplever å bli trodd, samtidig som en ikke lover å holde dette hemmelig i fortsettelsen.

Gjelder kun der den mistenkte er medlem:

4. Varsle generalsekretæren direkte på tlfnr: 915 16 612, eller gjennom gruppeleder/kretsleder. Generalsekretær kan kontakte beredskapsgruppa for videre bistand.

2.Videre saksgang

Det vil alltid være flere personer som er berørt når det kommer en mistanke eller en anklage om en seksuell krenkelse. Alle må bli ivaretatt. Spesielt gjelder dette:

- den overgrepsutsatte og dennes familie
- den anklagede og dennes familie.

Det er vedkommende som mottar meldingen som må følge opp de forskjellige, og det er den krenkede og dennes familie som FØRST må få en kontaktperson som følger opp. Forbundet kan være behjelpelig med å mobilisere omsorgstjenester fra offentlige instanser som barnevern mv.

Resten av speidergruppa trenger også at noen bryr seg om dem, og generalsekretær har i samarbeid med kretsstyret i KFUK-KFUM-speiderkretsen ansvar for å gi dem disse ressurspersonene i tiden framover.

Det vil være lurt at de som følger opp den anklagede ikke er involvert i speidergruppa eller lokalmiljøet på stedet. Noen utenfor speidersammenhengen bør være med og følge opp den anklagede og dennes familie.

3. Gjelder for forbundets beredskapsgruppe ved mistanke, melding eller anklage om krenkelse

- Lytt nøye og bekreft at du har hørt rett.
- Sikre situasjonen for den overgrepsutsatte, og kontakt aldri den som anklages.
- Varsle resten av beredskapsgruppa eller arbeidsgiver dersom den anklagede er ansatt.
- Kontakt politiet for å få en politifaglig veiledning.
- Generalsekretæren har ansvar for at beredskapsgruppa blir utvida med en leder fra kretsen slik at lokalgruppa kan bli ivaretatt i det daglige.

Beredskapsgruppa i Norges KFUK-KFUM-speidere består av generalsekretær og spesielt kompetente frivillige oppnevnt av landsstyret.

4. Dersom den anklagede er ansatt i Norges KFUK-KFUM-speidere

Hold nær kontakt med generalsekretær i forhold til deres håndtering av saken. Når ansatte er mistenkte eller anklaget er det arbeidsgiver ved generalsekretær/landsstyre som skal håndtere og lede saken.

Fotnote

Det er tatt utgangspunkt i brosjyren "Trygg og tilstede" utgitt av LNU og Stavanger bispedømmes Retningslinjer for forebygging og håndtering av seksuelle krenkelser i menighetene.

Siste versjon av beredskapsplan for seksuelle krenkelser finnes til enhver tid på www.kmspeider.no/beredskap.

Hovedregler for kontakt med presse

Det vil ved ulykkessituasjoner ofte være stor pågang fra pressen. Det er kun generalsekretær og landssjef som uttaler seg på vegne av hele forbundet. Primært bør kretsleder eller generalsekretær orientere pressen, men i enkelte situasjoner kan enkelte ledere måtte uttale seg.

Generelle regler

- Uttalelser må gis med varsomhet.
- Kun èn person bør uttale seg til pressen i en ulykkessituasjon. Dette bør være generalsekretær eller landssjef. Kretsleder skal orientere generalsekretær dersom intervju gis.
- Vern så langt som mulig speidere, foreldre og involverte ledere for pressen.
- Gi ingen uttalelser umiddelbart dersom du blir varslet om en ulykke via en journalist. Be om tid til å innhente opplysninger om hendelsen.
- Avtal når du planlegger å være klar til å uttale deg, og hvor.
- Det er forbudt å offentliggjøre navn på forulykkede eller savnede.

Uttalelser til pressen

- Vis omsorg og medfølelse for pårørende, speidere og ledere. La ikke ditt eget sjokk bli dominerende.
- Ta ikke stilling til skyld, ansvar og hendelsesforløp. Dette er politiets oppgave.
- Lov ikke økonomisk bistand, forsikringsdekning, etc. Forbundet har ulykkesforsikring, men det kan være vanskelig å si hva som dekkes av den umiddelbart.
- Husk at det er lov å svare: "Dette vet jeg ikke" på vanskelige spørsmål. Du trenger heller ikke fortelle alt du vet umiddelbart, men alle opplysninger som gis må være så korrekte som mulig.
- Husk at etter alle hendelser av denne typen skal sikkerheten gjennomgås på nytt. Dette arbeidet starter etter at politiet er ferdig med sitt arbeid og bygger på politiets og ansvarlig leders vurderinger.
- Sørg for å takke alle som deltar i aksjonen, spesielt frivillig mannskap.

Forslag til generell presseuttalelse – alvorlige ulykker

"Vi har mottatt meldingen om denne ulykken (tid, sted, osv.) med dyp sorg. Våre tanker går først og fremst til de pårørende. De har det aller vanskeligst nå. Vi ønsker å støtte dem gjennom denne vanskelige situasjonen og oppfordrer andre rundt dem til å bidra med det de kan. Husk på de pårørende med omsorg og i bønn.

Sikkerhet er alltid i fokus i speidersammenheng, og våre ledere tar dette ansvaret alvorlig. Dessverre er det ikke mulig å sikre seg 100 % mot at ulykker inntreffer. Selv om alle har gjort sitt beste kan det verste skje. Vi samarbeider med politiet for å få klarlagt hva som har skjedd. Vi er takknemlige for innsats og samarbeid fra (nevn de som har bistått)."

Eksempel på pressemelding 1

Pressemelding:

Samler inn penger til speiderhus

Bø-speiderne vil kjøpe Oterholt bedehus. Til det trenger de 800 000 kroner. Nå frir de til bøheringene om å støtte opp om innsamlingsaksjonen, slik at den 85 år gamle speidergruppa endelig får et permanent speiderhus.

Bø KFUK-KFUM-speidere er et verdifullt bidrag til et positivt og allsidig oppvekstmiljø for barn og unge i Bø kommune, men har i alle år levd en omflakkende tilværelse på ulike steder. De nitti speiderne og lederne i gruppa håper nå på å engasjere lokalmiljøet til innsamlingsdugnad slik at de får kjøpt Oterholt bedehus. Da vil speidergruppa endelig få sitt eget tilholdssted hvor de kan ha møter, aktiviteter og lagre speiderutstyret sitt.

I uke 50 og 51 vil de 90 speiderne og lederne i gruppa gå fra dør til dør i kommunen og be om en gave som støtte til kjøp av speiderhuset på Oterholt. Speiderne vil bære speiderskjerf, og ha en plombert og nummerert innsamlingsbøsse. I tillegg til dør-til-dør-aksjonen vil speidergruppa gjøre fremstøt mot næringslivet i kommunen.

Kontaktpersoner:
Gruppeleder XXXX, tlf XXXXX, epost XXXXX.
Gruppas nettsider: www.kmspeider.no/bo

Fakta om Bø speidergruppe

- *Stiftet 1925 av sersjant Brokke.*
- *Siden den gang har mange hundre bøheringer opplevd vennskap og kameratskap i speidergruppa.*
- *Gjennom papirinnsamling i 1951 skaffet de vil veie lysene til den første julegrana i Bø.*
- *I 1950-årene samlet de inn penger til vanskeligstilte familier i Bø.*
- *Har i dag 90 medlemmer og ledere og er tilknyttet Norges KFUK-KFUM-speidere.*
- *Stikkord for arbeidet er natur og friluftsliv, lokalt, nasjonalt og internasjonalt fellesskap, lederutvikling, samfunnsengasjement og et kristent verdigrunnlag.*
- *Gruppas spesialfelt er vinterspeiding, og de arrangerer blant annet årlig en stor snøhuletur med både norske og utenlandske deltakere.*
- *Bruker patruljesystemet.*

Eksempel på pressemelding 2

Pressemelding:

Tromsøspeidere kan bli Norges beste

Speidere fra Røyskattpatruljen i Elverhøy KFUK-KFUM-speidere skal til helgen kjempe mot 130 andre speiderpatruljer om å bli norgesmester i speiding.

NM i speiding er ikke helt ulikt alle andre norgesmesterskap. Lagene som deltar skal gjennom en rekke tøffe oppgaver, både praktiske ute i terrenget, og teoretiske oppgaver på konkurranseområdet. Kort sagt konkurrerer speiderne i det de er aller best til.

Årets NM i speiding foregår på Stend utenfor Bergen 12.-14. juni. Rundt 130 speiderpatruljer fra hele Norge har kvalifisert seg gjennom kretsvise konkurranser til å delta i årets NM. For første gang samarbeider Norges speiderforbund og Norges KFUK-KFUM-speidere om arrangementet, og vinnerpatruljen kan derfor skilte med å være best av samtlige av landets 30 000 speidere!

Patruljen Røyskatt fra Elverhøy KFUK-KFUM-speidere vant kretskonkurransen i Troms krets, og forbereder seg nå til å møte andre dyktige speiderpatruljer. Forberedelsene er en viktig del av konkurransen, for selv om patruljen ikke skulle nå helt til topps i selve NM, sitter de igjen med allmennyttige kunnskaper som kommer dem til gode i hverdagen. Under NM skal patruljen vise at de klarer seg selv, og hvordan de bor, spiser og løser praktiske utfordringer er med på å bestemme resultatet i NM.

Mer informasjon

www.nmispeiding.no
www.kfuk-kfum-speiderne.no

Kontaktpersoner:
Gruppeleder XXXX, tlf XXXXX, epost XXXXX.
XXXXX, pressekontakt for arrangementet NM i speiding: tlf XXXXXX

Eksempel på pressemelding 3

Pressemelding:

Bokn-speiderne gir turtips til fergereisende

Medlemmene i Bokn KFUK-KFUM-speidere vil få Haugalendingene ut i naturen. For å nå målet vil de gi klementiner til de som venter på ferga over Boknafjorden.

Norges KFUK-KFUM-speidere lanserte i januar Søndagstipset, en turtips-tjeneste på SMS. Hver fredag piper det i mobiltelefoner landet over, og mottakerne får gratis aktivitetstips til søndagsturen. Tipsene er ikke knyttet til sted, men inneholder morsomme, kreative aktiviteter som kan gjennomføres stort sett overalt. Prosjektet er støttet av Kulturdepartementet, og målet er å bedre folkehelsen gjennom å få det norske folk i aktivitet.

- Vi i speidergruppa på Bokn synes Søndagstipset er en kjempefin måte å få folk ut på tur. Speidere er jo vant til å være mye ute og drive enkelt friluftsliv med en artig vri, og det er akkurat det Søndagstipset vil bidra til at andre får oppleve, sier gruppeleder XXXXXXXX.

På førstkommende speidermøte, mandag klokka 18.00, vil Bokn-speiderne derfor gå fra bil til bil på fergekaia på Arsvågen og informere om Søndagstipset samtidig som de deler ut klementiner.
- Når noen banker på ruta i fergekaia er det vanligvis fordi de vil ha penger. Vi ønsker å gi de reisende en positiv overraskelse, sier gruppelederen.

Alle som ønsker det, kan motta Søndagstipset på SMS. Alt man trenger å gjøre, er å sende en SMS med kodeord TUR til 2077. Deretter vil man få tilsendt en gratis SMS hver fredag ut året, med aktivitetstips som kan gi en morsom vri på søndagsturen. Tipsene legges også på prosjektets nettside www.søndagstipset.no, med utfyllende ideer og informasjon.

Mer informasjon
www.søndagstipset.no
www.kmspeider.no

Kontaktpersoner:
Gruppeleder XXXX, tlf XXXXX, epost XXXXX.
Solveig Øiestad, prosjektleder for Søndagstipset: tlf XXXXXXX, epost solveig@kmspeider.no

KFUK-KFUM
speiderne