# Verktøy: sjekkliste for utspill i media

Synlighet i media kan gi være en god måte å nå fram til folkevalgte og beslutningstakere med god informasjon. Dette bør et utspill inneholde:

* **Hovedbudskap:** Vær tydelig på hva du vil og hvorfor. Hvilke løsninger tilbyr du, og hva du vil skal skje.
* **Aktualitet:** Hvorfor er saken din en nyhet? Har det kommet ny informasjon (SSB, rapporter mm), budsjettbehandling, politiske vedtak?
* **Fakta og begrunnelse:** Hvilke fakta har du, og kan du bevise det.
* **Talsperson:** Ha en tydelig talsperson, og vær tydelig på hvem det er når du kontakter media.
* **Med- og motspillere:** Hvem andre kan journalisten ringe? Hvem er den gode motstanderen i en sak, og hvem er enig med deg, både blant beslutningstakere, eksperter og mulige allianser.
* **Bilder og case:** Kan du illustrere saken? Hva kan illustrere saken din? Har du noen «ekte mennesker» som berøres av det du snakker om?
* **Oppfølgingsmuligheter:** Hva kommer til å skje videre i saken din? Journalister liker å følge saker over tid, og du bygger god tillit ved å vise dem veien videre.

# Slik gjør du medieinnsalg:

**HVOR:** Rett medium til rett sak. Bruk lokalmedia. Skill mellom leserinnlegg og nyhetssaker. En kort kommentar kan like gjerne være et leserinnlegg.

**NÅR**: Vær i forkant. Ta kontakt i god tid, så journalisten kan planlegge.

**HVA**: Vær tydelig på hovedbudskap og anledningen. Bruk sjekklista for utspill. Ha klar pressemelding/innsalgsepost inkludert sitater, og fakta/bakgrunn som du sender rett etter samtalen.

**HVEM**: Legg merke til hvilke journalister som får store oppslag, og som er interessert i dine saker. Ring journalisten direkte. Kjenner du ingen, ringer du redaksjonen, nyhetssjef eller redaktør.