



Mediestrategi for Romerike krets

ALLTID BEREDT

1. Hvorfor ønsker kretsen en mediestrategi?

Kretsen ønsker å vise hvem vi er til lokalbefolkningen. Som speiderorganisasjon ønsker vi å formidle våre verdier, og være en organisasjon barn og unge i lokalsamfunnet ønsker å være en del av. I denne forbindelsen er det viktig å ha god kontakt med lokale medier, i tillegg til å være aktive på sosiale medier. Kretsen ønsker å ha en mediestrategi gruppene og kretsstyret kan benytte som støtte, og som et verktøy når vi ønsker å nå ut via ulike medier.

2. Hvilke styrker har speiderorganisasjonen på Romerike?

Romerike krets er en svært aktiv krets. Vi har mange speidere fordelt på alle enheter og gode ledere. Sammen har vi et stort engasjement for verdiene til organisasjonen, og vi har mange aktive speidere lokalt, regionalt og nasjonalt. De seneste årene har kretsen arrangert flere nasjonale arrangementer, og speidere fra Romerike har sittet i sentrale komiteer og verv.

Vi har en sterk ledertrenerpatrolje. Ledertrenerpatroljen holder kurs for nye og gamle ledere for å gi gruppene et solid grunnlag for arbeid i gruppene.

Romerike har mange lokale grupper som har stor aktivitet gjennom året. Gruppene er spredt over store deler av kretsen, og det samlede aktivitetsnivået gir et bredt og variert tilbud til barn og unge. På gruppenivå får speiderne utfolde og utfordre seg, delta på varierte aktiviteter ute og inne i trygge rammer. Speiderne får fellesskapsfølelse og lærer å samarbeide med ulike typer mennesker. De får det første møte med lederoppgaver for sine medspeidere og muligheter for å utvikle egne lederferdigheter i ung alder.

Kretsen samarbeider tett om ulike fellesarrangementer i løpet av året. Dette bidrar til et økt nettverk og sosiale arenaer for store og små. Vi konkurrerer og samarbeider på et vennskapelig plan, utveksler ideer og erfaringer som bidrar til et godt kretsarbeid på tvers av gruppene.

3. Hvilke utfordringer har speiderorganisasjonen på Romerike?

Kretsen har ikke grupper i alle kretsens kommuner og det er til tider vanskelig å rekruttere nye speidere og ledere. Det kan også være en utfordring å holde på speidere lenge nok til at det blir naturlig å bli ledere. Dersom dette skjer over lengre tid i en gruppe, kan det bli vanskelig å opprettholde aktivitetsnivået i gruppa og gruppa kan bli nedlagt.

Romerike har et bredt aktivitetstilbud for barn og unge. Dette kan føre til stor konkurranse mellom speideren og andre organisasjoner.

Det kan være en utfordring å være aktuelle nok til at medier finner kretsens arbeid/arrangementer interessante nok til oppslag i sine medier.

4. To måter å markedsføre seg på

4.1. *Internt i organisasjonen.* Det kan ofte være enklere å vise seg fram i organisasjonens egne medier som www.speiding.no, bladet Speideren eller på sosiale medier som Facebook og Instagram. Disse mediene er til for å formidle hva som rører seg i organisasjonen og er interessert i å høre fra lokale grupper og kretser.

4.2. *Eksternt i lokale medier.* Her varierer nok nyhetsinteressen og det kan være enklere å vise seg fram i mindre lokale medier enn Romerikes blad, eksempelvis Indre Akershus Blad, Raumnes og Varingen.

5. Når vi vil snakke med media

5.1. Hva kan vi formidle

5.1.1. Hva Norges speiderforbund står for og hvordan vi jobber.

Vi er en organisasjon for gutter og jenter mellom 8-25 år. I tillegg har vi ledere over 25 år. Vi driver med ungt lederskap der speiderne får være med å bestemme og ta ansvar. Speideren tilbyr lokale lederkurs til speiderne. En viktig verdi i organisasjonene er *Learning by doing* og at vi jobber sammen i mindre grupper, kalt patruljer. Rammen vi bruker er ofte friluftsliv, men vi har også et variert tilbud innen samfunnsengasjement, vennskap, kreativitet og livskvalitet. Mer informasjon finnes på Norges speiderforbunds idébank www.speiderbasen.no.

5.1.2. Formidling gjennom aktiviteter/arrangementer

En god måte å formidle organisasjonens verdier på er gjennom de ulike aktivitetene vi gjør i grupper og i kretsen.

Eksempler på egne aktiviteter vi kan søke mediedekning på:

- kretsleir og gruppeturer
- opplevelsesturer, arrangementer og speiderhistorier
- personer som har utrettet noe spesielt for speidersaken, valgt til viktige verv eller lignende.
- aktivitetsdager, markedsdager, rekruttering

5.2. Hvordan kan vi formidle

- Pressemelding er en melding til pressen om noe (et arrangement, en aktivitet osv.), maks én A4-side.
- Leserbrev/-innlegg er en kort tekst som ytrer mening om et aktuelt tema.
- Reportasje er en utdypende nyhetsartikkel fra et miljø eller en begivenhet.

5.3. Tips når vi kontakter media

- Husk gode bilder, ettersend gjerne dersom journalisten ikke selv tar bilder.
- Vær tydelig på avsender.
- Hold deg til saken, informer journalisten om hva du synes er viktig med saken.
- For barn under 15 år, har de fleste journalister en policy om å ha foreldretillatelse til å la barna være med på reportasjer eller la seg intervju.
- Opptak kan klippes, hold deg derfor alltid til sakens kjerne uansett hva de spør om.
- Kommer det en journalist, forbered speiderne og lederen bør være med som veileder.

5.4. Skriftlig kommunikasjon

Speideren er en profesjonell organisasjon, og dette må gjenspeiles i den skriftlige kommunikasjonen. Skriftlig kommunikasjon omfatter for eksempel annonser, brosjyrer, medlemsblader, nettsider, leserbrev og presentasjoner. Speideren må fremstå enhetlig når det gjelder språk og fremstilling.

Speiderens verdier må prege oss i all kommunikasjon, skriftlig så vel som muntlig. Friluftsliv, opplevelser, vennskap og samarbeid betyr, overført til kommunikasjon, at vi må meddele oss på en glad, levende og ekte måte. Vi må unngå bortforklaringer, halvsannheter og beskyldninger.

Noen generelle regler:

- *I daglig tale og i de fleste skriftlige sammenhenger brukes speideren som navn på Norges speiderforbund. Forkortelsen NSF brukes minst mulig. Er det i tvil om hvem som er avsender av budskapet skal Norges speiderforbund brukes.*
- *Speideren bruker bokmål som skriftspråk. Sitater kan brukes på den originale dialekten, men da alltid i anførselstegn.*
- *Vær bevisst på bruken av personlige pronomener. Bruk «speideren mener» istedenfor «jeg mener», der du snakker på vegne av speideren. «Vi mener» kan også brukes.*
- *Bruk korte setninger. De er lettere å lese og oppfatte, spesielt på web.*
- *Bruk enkle ord og uttrykk. Husk at ikke alle er fortrolige med typiske speiderord (internt stammespråk)*
- *Vær klar og direkte i språket.*
- *Pass på at alt er korrekt grammatisk og riktig skrevet.*

Kilde: www.speiding.no

5.5 Hva kan vi oppnå ved å vise oss fram i media?

- øke stoltheten blant medlemmer
- øke medlemstall
- vise fram våre verdier (vennskap, friluftsliv, samarbeid og opplevelser)
- skape et positivt rykte

5.6 Skrivemåter og forkortelser

Norges speiderforbund skrives med stor «N» og liten «s». Når organisasjonen omtales kan også Speideren benyttes, da med stor «S». Kun organisasjonens øverste ledd har stor forbokstav, alle øvrige grupperinger skrives med små bokstaver hvis de ikke har et tydelig egennavn. Alle titler med små bokstaver.

Ass = patruljeassistent
AU = arbeidsutvalg
BP = Lord Baden-Powell
FA = flokkassistent
FK = Forbundskontoret (Speiderens sentrale sekretariat)
FL = flokkleder
FRIFO = Friluftslivets fellesorganisasjon
FriNor = Frivillighet Norge
GA = gruppeassistent
Gildene = St. Georgs Gildene
GL = gruppeleder
GT = gruppeting
IC = International Commissioner
JOTA = Jamboree on the Air
JOTI = Jamboree on the Internet
KL = kretsleder
KL/KS = kretsleder/korpssjef
KS = Komite speiding
KS = korpssjef

Kilde: www.speiding.no

6. Når media vil snakke med oss

6.1. Hvem snakker med media

Ved ulykker og likende er det generalsekretæren i Norges speiderforbund som har kontakt utad med media.

Gruppeleder er den naturlige kontaktpersonen i gruppa dersom ikke annet er bestemt.

Speidernes beredskapstelefon er en god samarbeidspartner når ulykken er ute. Telefonen er bemannet hele døgnet og har kontaktnett mot politi, brannvesen, helsetjenesten og media.

Speidernes beredskapstelefon

Innlands: 09 123

Utenlands: 00 47 51 59 39 00

Les NSF sitt veiledningsheftet «Sikkerhet på tur» om «Mediehåndtering når noe skjer» s. 14.

6.2. Hva snakker vi om/hva vil vi framheve

Markedsføringen av speideren må svare på fire spørsmål:

- Hvem er speideren for
- Hva driver en speider med
- Hvordan foregår aktivitetene
- Hvorfor skal man melde seg inn i speideren?

Disse spørsmålene gjenspeiles også i speiderens unike kvaliteter som er listet opp over, og i speiderens formålsparagraf.

I all kommunikasjon må man forsøke å svare på disse fire spørsmålene:

- Hvem? - Jenter og gutter mellom 6 og 25 år
- Hva? – Mye friluftsliv ispedd varierte aktiviteter
- Hvordan? – Learning by doing ved å lære av hverandre og prøve det ut
- Hvorfor? – Opplevelser, vennskap og samarbeid

Kilde: www.speiding.no

Kretsstyret håper mediestrategiplanen kan være et nyttig verktøy for gruppene i kretsen ved kontakt med media.

*«All PR er **ikke** god PR. Velg det positive!»
Morten Kolbu, kretsleder 2015.*

Vedlegg 1 - Eksempel på pressemelding



Her mottar Kronprinsessen Speiderbok av speidersjef Lars-Atle Andersen under den offisielle åpningen av Overture.

Pressemelding: Kronprinsesse Mette-Marit besøker muslimsk speidergruppe

Publisert: 16.11.2009 kl. 09:04 - sist oppdatert: 16.11.2009 kl. 14:18

H.K.H. Kronprinsesse Mette-Marit besøker Rabita speidergruppe i moskeen Rabita tirsdag 17. november. Vi inviterer pressen med.

Rabita speidergruppe er en muslimsk speidergruppe i Oslo som holder speidermøter i moskeen Rabita.

Kronprinsesse Mette-Marit er Norges speiderforbunds høye beskytter, og møtte flere av speiderne fra Rabita i oktober under den offisielle åpningen av Overture - et europeisk nettverk for erfaringsutveksling for speiderledere som jobber med inkludering av etniske minoriteter og barn med nedsatt funksjonsevne.

- Har nå vært sammen med skjønne speidere fra Oslo øst. Speiderforbundet driver fantastisk inkluderingsarbeid, twitret Kronprinsessen etter møtet med speiderne.

Nå vil Kronprinsessen besøke speiderne i moskeen Rabita, og delta på deres vanlige speidermøte og -aktiviteter.

Speidermøtet holdes i moskeen i Calmeyers gate 8. Kronprinsessen ankommer moskeen klokken 11.00, og besøket varer til klokken 12.30.

Kilde: <http://www.speiding.no/nyheter/?liste=arkiv;dato=200911;id=2027>

Vedlegg 2 - Eksempel på leserbrev

HEI SPEIDEREN

Som speider i snart 6 år, og som fast leser av Speideren, vil jeg benytte anledningen for å rose dere for det arbeidet dere gjør. Alle artiklene deres oser av spennende temaer og interessante og lærerike tekster. Intervjuene består av mange gode spørsmål, og bildene er skarpe og fine med meninger. Oppbyggingen av bladet er også veldig god, og jeg liker spesielt måten artiklene er satt opp på. Speideren er en super organisasjon for barn og unge over hele verden, og det er derfor også veldig fint at artiklene handler om speiding i andre land også. Bladet Speideren er med på å gi inspirasjon og motivasjon til speidere rundt om i landet. Så alt i alt er Speideren et blad som jeg er veldig stolt av.:D

Speiderhilsen

Ingrid 1. Tverlandet speidergruppe, Salten krets

Kilde: Medlemsbladet *Speidern*, #2 2014

Vedlegg 3 – Kontaktinformasjon til ulike medier

Lokale aviser med kontaktinformasjon

Avis	Område	Kontaktperson	Telefon	E-post
Romerikes Blad			63 80 50 50 / 63 80 00 00	tips@rb.no
Raumnes	Lokalavis for Nes		63 91 18 14	redaksjon@raumnes.no
Eidsvoll Ullensaker Blad	Lokalavis for Øvre Romerike		63 92 27 00	redaksjon@eub.no
Indre Akershus Blad	Auskog-Høland, Sørum, Fet og Rømskog		63 85 48 00	redaksjon@iablاد.no
Varingen	Nittedal og Hakadal		913 06 696	redaksjonen@varingen.no

Sist oppdatert 25.2.14

NSFs medlemsblad *Speidern*

Tips og ideer til Speidern sendes til redaktøren

Per 28.10.2015 er det Kirvil Kaasa, Kirvil.Kaasa@speiding.no

Mer informasjon på www.speiding.no