[Avdeling]

Mal for pressemelding

# OVERSKRIFT

Kort, tydelig og fengende. Maks 1 linje. Må vekke interesse hos media og publikum.

# Ingress

1–2 setninger som gir et raskt sammendrag: Hva skjer, hvem gjelder det, og hvorfor er det viktig?

# Hoveddel - Brødtekst

Avsnitt 1: Utvidelse av ingressen

Forklar mer om hva nyheten gjelder. Inkluder datoer, sted og aktører involvert.

Avsnitt 2: Bakgrunn og kontekst

Hva er bakgrunnen for nyheten? Hvorfor er dette aktuelt eller viktig nå?

Avsnitt 3: Sitater fra nøkkelpersoner

Eksempel: "Dette er en viktig milepæl for oss," sier daglig leder i [Firmanavn], [Navn].

Avsnitt 4: Neste steg og betydning

Hva skjer videre? Hvordan påvirker dette beboere eller samfunnet?

# Bunntekst

Kontaktpersoner for media:

[Navn] – [Stilling]

Telefon: [Telefonnummer]

E-post: [E-postadresse]

Om [Firmanavn]:

[Firmanavn] er en ledende aktør innen [bransje], med base i [sted] og kunder over hele landet.

**1. Når skal du sende en pressemelding?**

- Lansering av nye produkter eller tjenester

- Viktige ansettelser, samarbeid eller investeringer

- Arrangementer, priser eller milepæler

- Endringer som påvirker publikum og beboere.

**2. Hvem skal motta den?**

- Relevante journalister (lokal-, fag- og rikspresse)

- Bransjemedier og nyhetsbrev

- Egne kanaler (nettside, sosiale medier)

**3. Tips for godt innhold:**

- Skriv nyhetsverdig og objektivt

- Vær konkret og unngå faglige begreper uten forklaring

- Sjekk fakta og korrekturles

- Hold det kort: maks 1 A4-side

- Bruk sitater for å gjøre teksten mer levende  
  
**4. Format og utsending:**

- Send som e-post med pressemeldingen limt inn i brødteksten (ikke bare som vedlegg)

- Emnefelt: “Pressemelding: [Kort overskrift]”

- Husk kontaktinfo og evt. høyoppløste bilder som vedlegg



4. Format og utsending:

- Send som e-post med pressemeldingen limt inn i brødteksten (ikke bare som vedlegg)

- Emnefelt: “Pressemelding: [Kort overskrift]”

- Husk kontaktinfo og evt. høyoppløste bilder som vedlegg

# [Tittel]