

# Find dit publikum

- ❖ En guide til PR for dit kulturelle initiativ, når det er støttet af Kulturpuljen.



Gentofte  
Kommune

# Start praktisk

For det første skal du få alle praktiske detaljer på plads om dit arrangement eller initiativ: Dato, start og sluttid, adresse, hvor og hvordan får man billet eller tilmelder sig, om det er gratis og andet praktisk info.

Det er også en god idé at overveje, hvor dit potentielle publikum kan læse mere om initiativet – fx et link til en hjemmeside eller et socialt medie.

## Skriv en tekst

Skriv en tekst, som giver lyst til at deltage. Overskriften skal være dækkende og interessant, og du skal skrive det vigtigste først.

Tænk over, hvad der er relevant for dit publikum at læse og hvad der kan få dem til at beslutte sig for at være med. Det er ikke nødvendigvis det samme som det, du umiddelbart har lyst til at skrive. Få inspiration til sidst i denne pjeces.

Til sidst skriver du, at aktiviteten er støttet af Gentofte Kommunes kulturpulje.

## Vælg en illustration

Vælg et foto eller en grafik. En god illustration følger samme kriterier som en god tekst: Billedet skal fungere som blikfang og give lyst til at deltage. Sørg for, at din illustration er i god kvalitet – en tommelfingerregel er, at det skal fylde over 1MB, hvis du vil have det på tryk. Undersøg altid ophavsret – du kan ikke bare 'låne' et billede på google.

2 Find dit publikum

# Nu er du klar

## 1) Opret dit arrangement med tekst og billede i kalenderen på [gentofte.dk/arrangementer](http://gentofte.dk/arrangementer)

Find kalenderen. Tryk på knappen 'Indtast arrangement' i højre side og udfyld formularen med info, tekst og dit billede.

Når din begivenhed findes i kalenderen, er den en del af det kulturoverblik, man kan få her. Det er også denne kalender, der er udgangspunkt for kulturstof i Gentofte Kommunes egne medier.

## 2) Opret et Facebook-event med tekst og billede og bed samarbejdspartnere o.lign. om at dele det

Har du en Facebook-side eller profil, så opret et event til din begivenhed. Del det i fx bydelsgrupper, i dit eget netværk og hvor det er relevant. Bed andre om at dele det.

Her har du mulighed for at opdatere indholdet løbende, få samtaler i gang, være i dialog med publikum og engagere bredere.

## 3) Send en pressemeddelelse til lokalavisen Villabyerne

Mange af Gentoftes borgere læser Lokalavisen Villabyerne. Send en pressemeddelelse – dvs. din tekst, den behøver ikke være lang – til [villabyerne.red@sn.dk](mailto:villabyerne.red@sn.dk) senest torsdag eftermiddag. Så har de mulighed for at omtale

din begivenhed i den næste uges avis, der udkommer onsdag.

Undersøg altid, om der er andre medier, der kunne have interesse i dit projekt.

Vær i god tid – mindst en uge før ved mindre begivenheder, gerne to-tre uger før ved større begivenheder.

#### **4) Lav en plakat - brug det samme billede og den samme overskrift som alle andre steder**

En plakat er blikfang – der skal kun være ganske lidt tekst. Husk al praktisk info (hvor, hvornår, pris, hvor jeg køber billet, link til mere info). Du kan ofte få en plakat op på Gentofte Bibliotekerne – send den til Pia Andersen Høg på pah@gentofte.dk. Spørg også i fx lokale butikker, om du må hænge en plakat op.

##### **Spørgsmål og feedback?**

Du er velkommen til at kontakte kommunikationskonsulent Pia Andersen Høg på 51 44 12 54 eller pah@gentofte.dk

## **Inspiration: Kend dit publikum**

Når du skal kommunikere, skal du tænke over, hvem der er din målgruppe. Det er ikke kun et spørgsmål om aldersgruppe, det er også et spørgsmål om at kende publikums præferencer og forstå, hvad der driver valget af kulturtilbud.

Kulturoplevelser skaber værdi – men for publikum er der forskellige typer af værdi. Overvej, hvilke af de fire forskellige drivkræfter, dit tilbud taler bedst til – og tænk det med, når du laver PR for dit arrangement.

- **Kultur for kulturens skyld:** Her møder du dem, der elsker kunst og kultur. De er optaget af kvalitet og fordybelse. Invitér til netop det i din kommunikation.
- **Dannelse først:** Her er forkærlighed for de klassiske kunstarter, de store romaner, tidløse børnebøger, historiske udtryk og det, man 'bør' vide noget om. Vil du tale til denne drivkraft, skal du være tydelig omkring netop det.
- **For fællesskabet:** Her er kultur noget, vi samles om - samvær med fx venner og familie er i centrum. Noget nyt med mulighed for at deltage spontant er godt. Egner dit arrangement sig til det, så vis det frem.
- **Det praktiske:** Her skal tilbuddet møde et praktisk formål. Noget godt at gøre med ungerne lørdag formiddag. Tilgængelighed, pris, parkeringsmuligheder o.lign. er vigtigt.



**Gentofte  
Kommune**