

# Mediaguide 2023



## **Introduksjon:**

Det er åtte år siden vi lagde en mediaguide for NBF Talentutvikling, og mye har forandret seg siden den gang. Samtidig er det mange av de samme triksene som fungerer for at bilsportutøvere skal få mye pressedekning og oppmerksomhet.

Og oppmerksomhet er viktig for bilsportutøvere. Bilsport er en dyr idrett, og de som betaler vil gjerne ha noe igjen for sin investering – og økt oppmerksomhet kan være noe av det en samarbeidspartner er ute etter. I tillegg kan det være viktig for utøveren selv å markedsføre seg, slik at vedkommende blir enda mer attraktiv for sponsorer, team eller andre.

Her kommer noen enkle tips til hvordan du kan lykkes med å skape mer blest om deg selv.

Oslo 29.09.23

Atle Gulbrandsen  
Sportssjef Norges Bilsportforbund

## Sosiale medier

Sosiale medier er i dag den viktigste plattformen for å nå ut til mange. Hva som er det største sosiale medier forandrer seg over tid, og de ulike sosiale mediene har også ulike brukergrupper.

For å lykkes i sosiale medier er det viktig at du legger ut interessant innhold. Hva som er interessant innhold kan variere på de forskjellige plattformene.

Instagram Logg inn Registrer deg

dennis\_hauger Følg Send melding

540 innlegg 181k følgere Følger 1 054

Dennis Hauger

Idrettsutøver  
Norwegian Racing driver & @redbulljuniorteamofficial  
Driving for @officialmpmotorsport in @formula2  
🏆🏎️ Formula 3 Champion  
🏆🏎️ Formula 4 Champion

INNLEGG REELS TAGGET

### Facebook:

I 2015 var Facebook det desidert viktigste sosiale mediet for bilsportutøvere, men slik er det ikke nødvendigvis lenger. Samtidig er Facebook fortsatt viktig. Det er fortsatt det største sosiale mediet i Norge, men har en eldre brukergruppe enn mange av de andre sosiale mediene. Algoritmene til Facebook gjør også at man ikke nødvendigvis når ut til så mange man ønsker.

Uansett anbefaler jeg alle bilsportutøvere å opprette en egen «page» for sin bilsportvirksomhet på Facebook. Men som med alle andre sosiale medier; man er nødt til å bruke tid på å oppdatere siden med nytt og relevant innhold jevnlig.

### Twitter:

Twitter står seg på mange måter bedre enn Facebook, etter min mening. Mange internasjonale bilsportutøvere er på Twitter, hvor de kommer med kjappe oppdateringer, bilder og video. Personlig oppfatter jeg Twitter som et mer seriøst og høflig medium enn for eksempel Facebook. Her er det korte tekster som gjelder (eventuelt med et par bilder eller en video), og man åpner ofte for en diskusjon.

### **Instagram:**

Instagram er et svært viktig sosialt medium, og et «must» for alle bilsportutøvere som ønsker å vise seg frem. Varier gjerne mellom å legge ut bilder og korte video-reels. Vel så viktig er det å legge ut en Instagram story. Disse kan automatisk også publiseres på Facebook Story. Varier gjerne mellom å legge ut innhold fra både din bilsportkarriere og personlige liv, men det er nok bilsportkarrieren de fleste av følgerne dine vil være opptatt av.

### **TikTok:**

TikTok har tatt verden med storm de siste årene. Personlig når jeg ut til langt flere mennesker på TikTok enn på mine andre sosiale medier, uten at jeg helt kan forklare hvorfor. Lag korte videoer om det du holder på med, og skap engasjement. Min erfaring er at det kan fungere vel så bra med en enkel video hvor du filmer deg selv som forteller noe, kontra å bruke mye tid på å redigere en proff videosnutt med musikk og fancy grafikk.

### **SnapChat:**

SnapChat er det mest brukte sosiale mediet blant de unge i Norge, og kan også være en fin plattform for å spre budskapet om sin egen bilsportaktivitet.

### **YouTube:**

YouTube er en gammel «stayer» blant sosiale medier, og det kan også være lurt å opprette sin egen Youtube-kanal med videosnutter av det man driver med. Noen av våre utøvere har egne «videodagbøker» hvor de forteller om løpene sine på Youtube.

### **Andre plattformer:**

Det finnes også andre sosiale medier som man kan bruke. Uansett hvilke plattformer man bruker, er det viktig å gjøre jobben ordentlig. Oppdater alle profilene du har hyppig. Har du tid, er det bare et pluss å være på så mange sosiale medier som mulig.

## **Pressemeldinger**



## **Pressemelding: Isabell nådde målet**

26/09/2023

Isabell Rustad har gjennomført en meget god sesong i Porsche Sprint Challenge Scandinavia, og innfridde sine egne mål før sesongen.

Pressemelding er fortsatt et viktig verktøy for å nå ut med ditt budskap. Algoritmene styrer sosiale medier, og det er ikke alle som får med seg hva du legger ut. Da kan det være lurt å sende en pressemelding til tradisjonelle medier i tillegg.

Pressemeldingen trenger ikke å være lang, men bør inneholde:

**Tittel:**

En kort tittel som forklarer innholdet. For eksempel:

Ola Hansen vant på Rudskogen

**Ingress:**

En kort tekst som forklarer hovedpunktene. For eksempel:

Det ble et dramatisk løp i GT5-klassen under helgens NM-runder i racing på Rudskogen. Til slutt var det Ola Hansen som kunne bestige det øverste trinnet på seierspallen.

**Brøkdtekst og sitater:**

Her forklarer du hva som har skjedd, og med noen sitater fra hovedpersonen. For eksempel:

Ola Hansen, som deltar i GT5-klassen med en Ford Fiesta, vant helgens NM-runde i racing på Rudskogen etter en tøff fight mot konkurrenten Frida Olsen. Etter helgens seier ligger Ola nå på andreplass i NM.

-Ja, dette var et tøft løp, og jeg tok ikke ledelsen før på den siste runden. Nå skal jeg gjøre alt jeg kan for å ta over NM-ledelsen i neste løp, sier Ola Hansen.

Osv.

**Huskeregler:**

-Skriv aldri noe som ikke er sant!

-Vær ydmyk og ærlig når det ikke har gått så bra!

-Skriver du pressemeldinger når det har gått bra, må du også skrive pressemeldinger når det har gått dårlig!

-Forsøk å unngå skrivefeil!

-Er du usikker på norsken, få hjelp av noen andre!

-Skriv gjerne om deg selv i tredjeperson!

-Legg ved et godt bilde!

-Ha gjerne en faktaboks til slutt med info om hvem du er, og kontaktdata for de som vil ha mer info!

**Hvordan sende en pressemelding?**

De fleste bruker mail, og sender pressemeldingen til en rekke journalister, sponsorer andre interesserte. Husk å legge inn mailadressene i «blindkopi». Men det er også mulig å sende ut korte pressemeldinger og oppdateringer via WhatsApp, for eksempel.

**Hvem sender du pressemeldinger til?**

Sponsorer, fans og media. Når det gjelder mediene er det fint å lage en mailingliste med lokalpresse, bilsportpresse (som Parcferme.no og bilsport.no) og større medier som VG, NRK osv.



Website:



De færreste bilsportutøvere i dag har en egen website, men jeg vil likevel anbefale alle å ha en enkel website. Du trenger et godt domene (for eksempel olahansen.com), kort informasjon om deg og din karriere og kontaktinfo. Eventuelt en feed med dine sosiale medier. Da trenger du ikke å bruke tid på å oppdatere nettsiden.

Intervjuer:



Jo bedre resultater man oppnår, jo oftere blir man intervjuet. Dette kan være skummelt til å begynne med, men jo mer man blir intervjuet, jo bedre blir man. Her gjelder mange av de samme tipsene som når man skriver pressemeldinger; hold deg til sannheten og vær kort og konsis i svarene.

Det er også mulig å melde seg på et kurs i medietrening om du ønsker å bli enda bedre.

## Oppsummering:

Å bli god på sosiale medier og nå ut til mange mennesker krever tid og dedikasjon. Husk at det aller viktigste for å lykkes i bilsport alltid vil være resultater. Derfor bør du bruke desidert mest tid på å sørge for at du oppnår så gode sportslige resultater som mulig.

Samtidig er synlighet viktig i bilsport, og skal man nå langt må man også være synlig i sosiale og tradisjonelle medier.

Tidlig i karrieren kan dette virke tungt, og det er heller ikke vanlig at man når ut til så mange mennesker. Men det er likevel viktig å fortelle om sin karriere. Når resultatene kommer, vil også interessen fra folk og medier øke.

Ser man på Instagram er det noen norske bilsportutøvere som skiller seg ut. Fredric Aasbø (386K følgere), Dennis Hauger (181K følgere), Andreas Mikkelsen (161K følgere), Mads Østberg (137K følgere) og Andreas Bakkerud (116K følgere) er de norske bilsportutøverne med flest følgere. Det er mye god læring i å følge med på hvordan disse håndterer sine sosiale medier.

Husk også at vi i NBF Talentutvikling kan hjelpe deg med rådgivning, også når det kommer til medier og synlighet.

Lykke til!