

## Drejebog til PR for Ballerup Kammerkor

Reklame og invitationer om kommende koncerter sker gennem personlige invitationer, omtale i lokalpresse, fremlæggelse af plakater og flyers på biblioteker og i kulturhuse, i Ballerup Kommunes særlige kulturavis Kik og Lyt og på udendørs annoncesøjler. Dette er afgørende ved koncerter, som koret (BKK) selv arrangerer og finansierer.

Ved koncerter, der er arrangeret og finansieret af andre aktører (fx. en kirke eller Nivågård), sker markedsføringen gennem arrangørens egne kanaler, men BKK leverer materiale til formålet.

Til markedsføring benytter koret sig primært af plakater, flyers, fotos og pressemeddelelser. Program- og koncertudvalget (PKU) er ansvarligt for udformning og produktion af materialerne.

### 1. Personlige invitationer

Senest 3 uger før koncert udsender PKU plakat og flyer elektronisk til kormedlemmerne sammen med en kort omtale af koncerten og link til billetbestilling. Kormedlemmerne videreformidler informationerne i deres egne netværk. Foto af plakat indsættes direkte i mailen og sendes altså **ikke** som vedhæftet fil.

*Det foreslås at etablere en mailgruppe, Ballerup Kammerkors venner. Denne gruppe inviteres til koncerter og modtager, samtidig med koret, det samme elektroniske materiale som koret får. Publikum ved koncerter kan tilmelde sig på fremlagte lister eller via BKKs hjemmeside. Listen kan måske med fordel koordineres eller sammenlægges med eksisterende kontaktgrupper (fx Ediths). Tidligere billetkøbere kan inviteres til at skrive sig på listen (Jes).*

### 2. Annoncering og omtale

BKK benytter primært annoncering uden omkostninger. Der er følgende muligheder:

[www.kultunaut.dk](http://www.kultunaut.dk), som er landsdækkende.

Så snart en koncert er endelig fastlagt, annonceres den på [www.kultunaut.dk](http://www.kultunaut.dk). Det gælder koncerter såvel i lokalområdet som andre steder i landet.

**Kig og Lyt**, Ballerup Kommunes kulturmagasinet, omtaler kulturarrangementer i Ballerup kommune. Det udkommer 9 gange om året og bliver husstandsomdelt. Deadlines fremgår af separat bilag.

Kig og Lyt har endvidere annoncer på plakatsøjler i Ballerup Kommune. De redigeres halvårligt.

**Lokalaviserne** laver kun i sjældne (og spektakulære) tilfælde opsøgende journalistik. Omtale af kommende begivenheder kræver derfor, at man sender en

pressemeddelelse. Lokalaviserne i det område, hvor koncerten skal finde sted, bringer som regel gerne omtalen, men avisen er ikke forpligtet til det, og aviser i naboområder har en gensidig overenskomst om ikke at gå ind på hinandens revir. Dvs at de ikke bringer omtale af begivenheder uden for deres eget geografiske område.

Pressemeddelelse (artikel), inkl fotos og billedtekster, med omtale af program, tid, sted og mulighederne for billetkøb + www.adresse på korets hjemmeside sendes til den relevante lokalpresse 2-3 uger før koncerten. Tidsfristerne og kontaktoplysningerne for alle lokalaviser fremgår af separat bilag.

Fotos skal være i høj opløsning (min. 300 dpi) og teksten bør udformes journalistisk \*) - jo lettere vi gør det for avisen (*copy-paste*), jo større er chancen for at de bruger stoffet.

### **Biblioteker og lokale musiksteder**

Medlemmerne af BKK kan rekvirere plakater og flyers hos PKU til ophængning og fremlæggelse på biblioteker, i kulturhuse, koncertforeninger og lignende, fx i forbindelse med andre arrangementer på stederne (fx Baghuset i Ballerup, Smørum kulturhus, Galaxen i Værløse m.fl).

### **Ballerup Kammerkors hjemmeside og Facebook**

Koncerter annonceres på BKK hjemmeside såvel som på BKK Facebook og facebookgruppen "Det sker i Ballerup" med billede af plakat, omtale af programmet og oplysninger om billetkøb.

### **Særligt for eksterne koncerter**

Så hurtigt som muligt efter aftalens indgåelse, men senest 1 måned før koncert, udsendes materiale, som koncertstedet/arrangøren dels kan bruge / dele på egne, elektroniske medier, dels videresende til sin lokale presse: Pressemeddelelse, plakater, flyers, alt efter aftale med arrangøren.

*\*) Journalistisk udformet vil i hovedtræk sige: Fængende, kort overskrift (men redaktioner ændrer tit overskrifter). Fængende indledning. Skriv det vigtigste først. Tekst udformes i afsnit, der gør det nemt at forkorte teksten bagfra. Gerne et 'svirp med hundens hale' til sidst, dvs en - gerne uventet eller finurlig - sløjfe eller pointe. Skriv faktaoplysninger (tid, sted, billetter, www-adresse) samlet i et særskilt afsnit.*

### **Bilag**

- 1: Liste over materialer
- 2: Skema "PR ved koncerter"
- 3: Lokalaviser i Ballerup og omegn