

## Medieguide: Moving the World to End Hunger 2014

Medier – både traditionelle og sociale medier (Facebook, Twitter etc.) - spiller en helt central rolle, når det handler om at udbrede kendskabet til Moving the World to End Hunger og dermed mobilisere endnu flere deltagere. Det vil derfor være en god idé så hurtigt som muligt at overveje, dels hvordan I kan inddrage de traditionelle medier (lokale eller regionale aviser, ugeaviser, lokale radio- og tv-stationer) i jeres område, og dels hvordan I kan udnytte jeres sociale netværk.

- Finder jeres Moving the World sted i en større by med flere lokale medier, så overvej, hvilket medie der har størst gennemslagskraft / flest læsere eller lyttere og henvend jer til det. Det kan være et dagblad, en ugeavis eller en lokal radiostation. Det kan også være en kombination af et dagblad/ugeavis og en radiostation. Mange mediehuse laver både avis og radio. Undersøg, om det er muligt at indgå et mere formelt partnerskab omkring promovning af Moving the World to End Hunger - eventuelt også sponsorering.
- Avisens og/eller radiostationens rolle kan variere – alt efter ressourcer og engagement hos det enkelte medie. Det vil være en god idé selv at have nogle forslag parat til, hvordan det pågældende medie kan involvere sig.
- Mediets engagement kan begrænse sig til jævnligt at bringe omtale af og annoncer for Moving the World to End Hunger med opfordring til at tilmelde sig. Mediet kan også vælge at støtte mere aktivt op om arrangementet ved for eksempel at doble det indsamlede beløb op. Samtidig eller alternativt kan mediet forsøge at mobilisere egne annoncører og få dem til at støtte arrangementet ved for eksempel at give gratis vand, kiks, frugt, energibarer eller lignende til deltagerne i Moving the World to End Hunger.
- Sørg for, at mediet får adgang til alt tilgængeligt materiale vedrørende Burkina Faso og skolemadsprogrammet og om Moving the World to End Hunger. Der findes blandt andet et fakta ark, som beskriver skolemadsprogrammet og de generelle forhold i Burkina Faso samt baggrunden for Moving the World to End Hunger. Fakta arket findes sammen med anden information om samarbejde mellem Soroptimist International, Stop Sult Fonden og FN's Fødevareprogram (WFP) på WFP's danske hjemmeside: <http://da.wfp.org/stories/moving-world-end-hunger>
- Sørg desuden for selv at udarbejde forskellige former for pressemateriale så som pressemeddelelser. Har din by tidligere deltaget i Moving the World to End Hunger, så er det en god idé at nævne resultaterne fra sidste år i en første pressemeddelelse, som sendes ud 1 – 2 uger før arrangementet finder sted. Pressemeddelelser bør distribueres til samtlige medier i lokalområdet – med mindre der er lavet en eksklusiv aftale med et medie. Overvej også muligheden for at skrive en kronik, et debatindlæg eller en klumme til avisen. Eller en blog til deres hjemmeside.
- Har jeres lokale SI klub en Facebook side, så promover jeres aktivitet igennem den. Mobiliser familie og venner i jeres personlige netværk og bed dem om at dele jeres Facebook opslag. Twitter er endnu ikke så udbredt i Danmark. Men er nogen fra jeres lokale klub på Twitter, er det også en god måde at sprede budskabet på.
- Kontaktpersoner fra Soroptimist International og WFP står naturligvis til rådighed med interviews eller uddybende oplysninger:  
SI: Else Larsen, t: 75 83 10 10, e: [else@soroptimistvejle.dk](mailto:else@soroptimistvejle.dk) og Thea Dalsgaard, t: 24 25 98 92, e: [dalsgaardthea@gmail.com](mailto:dalsgaardthea@gmail.com)  
WFP: Anne Poulsen, t: 45 33 53 50, e: [anne.poulsen@wfp.org](mailto:anne.poulsen@wfp.org)