

# Frivillighåndbog: Pressehåndtering

I denne håndbog kan I få information om, hvordan I håndterer pressen og hvilke etiske problemstillinger, det er godt at være opmærksom på, når journalister henvender sig. Der er også gode råd til, hvordan I kontakter pressen, når I gerne vil have mediedækning af jeres aktiviteter.

## Indhold

<b>Hvad kan du udtale dig om til medierne?</b> .....	<b>2</b>
Mødrehjælpens nationale og tværgående indsatsområder og politiske arbejde .....	2
<b>Hvad skal du huske, når du skal interviewes?</b> .....	<b>2</b>
<b>Interview af familier</b> .....	<b>3</b>
Hvis I inviterer pressen med.....	4
<b>Hvornår og hvordan går I til medierne?</b> .....	<b>5</b>
Forbered jer, før I tager kontakt .....	5
Hvordan vinkler I historien, så den bliver interessant.....	5
Skal I rekruttere frivillige eller deltagere?.....	5
Avis, TV og radio.....	5
Sådan kontakter I medierne.....	6
Hvis I får et nej.....	6
<b>Skriv en pressemeddelelse – sådan gør I</b> .....	<b>7</b>
Gode råd, når I skal skrive en pressemeddelelse .....	7
<b>Sæt en annonce i avisen – sådan gør I</b> .....	<b>7</b>
Eksempler på annoncer .....	7
<b>Kontaktinfo til Kommunikationsafdelingen</b> .....	<b>8</b>
<b>Eksempler på pressemeddelelser</b> .....	<b>8</b>

## Hvad kan du udtale dig om til medierne?

**Lokalforening:** Bestyrelsen i lokalforeningen er ansvarlig for kommunikation på vegne af foreningen. Lokalforeningen kan udtale sig og svare på henvendelser om foreningens aktiviteter og på vegne af foreningen. I de fleste lokalforeninger er det formanden, der udtaler sig, mens andre frivillige kun udtaler sig efter aftale med lokalforeningsformanden.

Ved kritiske spørgsmål tager lokalforeningen kontakt til deres frivilligkonsulent inden en udtalelse/pressemeddelelse. Frivilligkonsulent og bestyrelse vurderer sammen, om Mødrehjælpen's kommunikationsafdeling skal inddrages for sparring vedr. sagen.

**Fondsbutik:** Det er styregruppen for fondsbutikken, der er ansvarlig for kommunikation på vegne af butikken i tæt dialog med frivilligkonsulenten. Fondsbutikken kan udtale sig om arbejdet i butikken og hvad dertil hører – fx hvervning af nye frivillige, donation af tøj til butikken.

Ved kritiske spørgsmål tager fondsbutikken kontakt til deres frivilligkonsulent inden en udtalelse/pressemeddelelse. Frivilligkonsulent og styregruppe vurderer sammen, om Mødrehjælpen's kommunikationsafdeling skal inddrages for sparring vedr. sagen.

Når pressen henvender sig til kommunikationsafdelingen med en sag, der vedrører en specifik lokalforening, kontakter kommunikationsafdelingen altid lokalforeningen.

## Mødrehjælpen's nationale og tværgående indsatsområder og politiske arbejde

For at sikre at mediernes forespørgsler om Mødrehjælpen's nationale og regionale indsatser bliver håndteret ensartet og koordineret, skal alle pressehenvendelser om disse forhold viderestilles til Mødrehjælpen's kommunikationsafdeling. Afdelingen afklarer og koordinerer herefter den videre håndtering af henvendelserne. Det gælder også henvendelser om Mødrehjælpen's politiske arbejde og holdninger.

Bed journalisten kontakte Mødrehjælpen's pressetelefon, tlf. 22 56 25 91, og udtal jer ikke hverken til baggrund eller citat, før det er aftalt med kommunikationsafdelingen. Hvis I er i tvivl om, hvorvidt I må eller kan udtale jer, bør I altid henvise til kommunikationsafdelingen.

## Hvad skal du huske, når du skal interviewes?

Ved at følge nogle simple huskeregler kan du øge dine muligheder for at komme ud med dine budskaber.

- **Interview journalisten:** Når en journalist kontakter dig og ønsker oplysninger, er det vigtigt at få oplyst, hvem der henvender sig, fra hvilket medie, hvorfor vedkommende ringer, og hvorfor det netop er dig, der bliver ringet til. Ønsker journalisten en udtalelse eller baggrundsoplysninger? Hvad er historien? Ved at spørge ind til interviewet kan du også finde ud af, hvem der er den bedste til at udtale sig. Man må gerne være nysgerrig og bede om svar på disse spørgsmål – så er man bedre klædt på til at hjælpe journalisten med de rigtige svar.
- **Lav en aftale med journalisten:** Aftal et tidspunkt, hvor journalisten ringer tilbage, eller hvor du ringer. Så får du tid til at forberede jer på, hvordan du vil håndtere sagen og få afklaret dit budskab.

Normalt vil journalister respektere, at du beder om lidt tid til at samle information og forberede dig på en god og korrekt besvarelse, hvis du sidder midt i noget andet.

- **Bed om citater til godkendelse:** Bed altid om at se på skrift, hvad du bliver citeret for. Du har ikke krav på at få ændret citatet, medmindre der er fejl eller vigtige udeladelser. Hvis journalisten ikke accepterer, at du ønsker citatet til gennemsyn, så har du ret til at sige, at du ikke ønsker at udtale jer. Arbejder journalisten med en historie, hvor flere mennesker udtaler sig, kan du ikke forlange at få at vide, hvad de andre siger. Du har ret til at vide, i hvilken sammenhæng dine citater bliver bragt. Lav en aftale med journalisten om, hvornår han/hun vender tilbage med citaterne til gennemsyn. Aftal også hvornår du skal levere eventuelle kommentarer til det, du er citeret for eller den sammenhæng, citaterne indgår i.
- **Forbered jeres budskaber:** Forbered et centralt budskab og evt. nogle supplerende budskaber, I vil ud med. Skriv dem ned. Tænk også over, hvilke ubehagelige eller kritiske spørgsmål du kan blive stillet. Tal jeres budskaber og interviewet igennem med andre frivillige. Hvis du er i tvivl om, hvordan du skal svare, er du også velkomne til at kontakte jeres frivilligkonsulent eller kommunikationsafdelingen til at sparre med, før du udtaler dig.
- **Kritiske vinkler på Mødrehjælpen's aktiviteter.** Hvis du vurderer, at interviewet har en kritisk tilgang til lokalforeningen, fondsbutikken eller til Mødrehjælpen generelt, skal du altid kontakte Mødrehjælpen's kommunikationsafdeling.
- **Forbered eksempler og fakta:** Find nogle eksempler og fakta, der understøtter jeres budskaber. Vær meget opmærksom på, at eksemplerne ikke må omfatte konkrete familier, der kan genkendes i eksemplet. Undgå at nævne navne på familiemedlemmerne. Det kan også være en god idé ikke at nævne specifik alder, hvis der er tale om et lille lokalsamfund, hvor det vil være let at gætte, hvilken familie det drejer sig om. Ved brug af udtalelser fra konkrete familier/deltagere – se næste afsnit.
- **Sig det væsentligste først:** Selv om det er journalisten, der stiller spørgsmålene, har du mulighed for at præge samtalen. Hvis du synes, at journalistens spørgsmål viser, at han/hun har misforstået noget eller overser en vigtig pointe, kan du dreje samtalen tilbage på jeres budskaber. Det er meget nemmere at svare på spørgsmålene og præge samtalen, når du har forberedt jer grundigt.
- **Gør opmærksom på, hvad din korrekte titel er ved citater:** Birgitte Hansen  
formand/kasserer/aktivitetsfrivillig i Mødrehjælpen's lokalforening XX.
- **Læs dokumentet Mødrehjælpen's sprogguide igennem:** Dokumentet kan hjælpe jer med at blive helt sikre på, hvilke termer der er gode at bruge.

## Interview af familier

Det hænder, at journalister henvender sig med ønske om at interviewe en familie, som deltager i lokalforeningens aktiviteter. Her må I gerne skabe kontakten til forældre, men der er en række forhold, I skal være opmærksomme på:

En betingelse for, at I formidler kontakt til familien for journalisten er, at I som lokalforening også kommer til orde i artiklen eller indslaget. Dvs. at formanden fx får mulighed for at fortælle om lokalforeningens arbejde, aktiviteter og butik.

I skal håndtere familier, som ønsker at stå frem, etisk forsvarligt. Det betyder konkret, at I skal overveje, om der er risiko for, at familiens situation forværres ved at deltage i interviews. Det kunne fx handle om at familien fremstilles på en måde, som familien ikke ønsker.

Vi sætter ikke journalister i kontakt med børn, der deltager i vores indsatser, kun med voksne/forældre.

Familien kan være i en sårbar situation og have svært ved at overskue de konsekvenser det kan få for dem at medvirke i et interview (når deres familiehistorie fortælles i et medie, risikerer både de og deres børn at få spørgsmål og blive genkendt i lokalmiljøet). Mødrehjælpen, herunder lokalforeningens rolle er at bistå og vejlede familien og varetage rollen som kontaktperson mellem pressen og familien, så de kan tage stilling til, om de vil medvirke i et interview.

### **Det betyder konkret, at I skal**

1. gøre familien opmærksom på konsekvenserne ved at stå offentligt frem, og at flere medier kan finde på at kontakte dem, hvis de er stået frem med deres fulde navn.
2. gøre familien opmærksom på, at de kan få reaktioner på de sociale medier.
3. i særlig grad gøre familien opmærksom på, at der kan være konsekvenser for børnene, hvis forældrene står frem. Derfor skal I hjælpe familien med at vurdere, om det er forsvarligt ud fra barnets perspektiv at medvirke i et interview. Hensynet til et barn kan betyde, at barnets forælder anonymiseres helt eller delvist.
4. aftale rammene for interviewet på forhånd med journalisten, herunder om familien skal være anonym.
5. tilbyde sparring med familien før interviewet på, hvad de kan fokusere på. Det er fx bedre, at familien taler om den værdi, de får ud af at deltage i en aktivitet, frem for at tale om deres private udfordringer.
6. tilbyde familien at være til stede under interviewet.
7. orientere om, at de har ret til at få interviewet til gennemsyn/godkendelse før offentliggørelse. Det er en god idé at bede om for at sikre, at familien er tryk og føler sig citeret korrekt.
8. tale med familien efter interviewet for at sikre, at de er okay med situationen, og at de føler sig godt behandlet.

### **I skal altid kontakte Mødrehjælpens frivilligkonsulent, før familier involveres i interviews.**

Konsulenten kan hjælpe med at vurdere, om det er etisk forsvarligt og henvise videre til Mødrehjælpens kommunikationsafdeling.

### **Hvis I inviterer pressen med**

Inviterer I selv en journalist med til en aktivitet, skal I sikre jer, at alle deltagere (både børn og voksne) er indforstået og har givet samtykke til, at journalisten må lave reportage (herunder også tage billeder/video) fra dagen. Mødrehjælpen har lavet en samtykkeerklæring, som I skal bruge - også hvis I selv tager billeder fra aktiviteten, fx til et opslag på jeres facebookside. Alle de deltagere, I tager billeder/video af eller citerer, skal underskrive en samtykkeerklæring. Forældre underskriver på vegne af deres børn, når de er under 18 år. Samtykkeerklæringen findes [her](#).

Hvis en familie ikke ønsker at være med på billeder eller video eller interviewes, skal I altid acceptere dette, og det må ingen konsekvenser have for familien.

I skal informere journalisten om ovenstående etiske retningslinjer og hvilke børn og voksne, som evt. ikke ønsker at nævnes eller fotograferes/filmes.

I skal altid vurdere, om aktiviteten egner sig til at invitere pressen med til. Når I starter en ny aktivitet, kan I med fordel vente til anden eller tredje gang, I afholder aktiviteten. Så er I selv mere sikre og har en bedre idé om, hvilke familier som er indforstået med at tale med pressen eller optræde på billeder eller videoer i artiklen.

## **Hvornår og hvordan går I til medierne?**

Når I har nye tiltag i lokalforeningen som fx arrangementer, nye aktiviteter eller jubilæum i foreningen/butikken, kan I kontakte de lokale medier. Men brug dem også løbende til at fortælle om jeres arbejde. Invitér gerne journalister fra de lokale medier på besøg uden nødvendigvis at have en historie til dem. På den måde opbygger man en god kontakt, og journalisten lærer jer bedre at kende.

Herunder er nogle råd til, hvordan man forbereder en god dialog med medierne.

### **Forbered jer, før I tager kontakt**

Hvis I har en historie, I gerne vil have i medierne, skal I på forhånd gøre jer klart, hvorfor journalisten skal lave netop jeres historie.

### **Hvordan vinkler I historien, så den bliver interessant**

Som udgangspunkt er lokalpressen altid interesseret i at dække begivenheder, der finder sted i deres område og som handler om mennesker. Det gælder også mindre begivenheder – så længe I kan fortælle dem, hvorfor begivenheden/budskabet er interessant.

For lokalpressen kan det være en historie i sig selv, at en stor gruppe frivillige kæmper for gravide og børnefamilier i sårbare situationer i lokalområdet. Eller at I starter en ny aktivitet, hvor I hjælper familier fra området med at få nye venskaber og gode oplevelser. I skal derfor ikke være bange for at kontakte pressen. De vil meget gerne tippes om mulige historier. Det gælder dog om at være forberedt, så journalisten hurtigt kan vurdere, om det kan blive til en historie.

### **Skal I rekruttere frivillige eller deltagere?**

Har I brug for at hverve nye engagerede frivillige til butikken, bestyrelsen eller aktiviteter, skal I finde en god historie, I kan koble det op på. Brug jeres aktiviteter, resultater og butik til at sætte fokus på jeres lokale indsats, og lad rekrutteringen være en sidehistorie.

Det er en god investering at have kontakt til pressen løbende om jeres aktiviteter og lokale engagement. Det gør det lettere at komme i dialog, og så ved I, hvad pressen interesserer sig for og hvordan I skal vinkle historien.

### **Avis, TV og radio**

Lokalavisen kan både være interesseret i at skrive om en begivenhed før den finder sted, deltage i begivenheden, og skrive om den, når den har fundet sted. For radio og TV er begivenheder med god lyd

og gode billeder ofte afgørende. Tager I kontakt til en lokal tv-station, skal I derfor forinden overveje, hvilke billedmuligheder der er.

Starter I en ny aktivitet og er usikre, så vent med TV, og inviter i stedet den lokale avis eller radiostation med. Tager I kontakt til den lokale radio, skal I tænke i lyd. De har fx brug for frivillige eller deltagere, som vi lade sig interviewe. Nogle har lettere ved at blive interviewet, når det er til radio og avis, frem for til TV.

### Sådan kontakter I medierne

- **Hvornår I tager kontakt, afhænger af formålet.**

Inviterer I pressen til en aktivitet eller åbning af butik, skal I tage kontakt i god tid, gerne en uges tid før begivenheden. Er formålet at fortælle om en aktivitet for at gøre frivillige og deltagere opmærksomme på aktiviteten, skal I kontakte redaktionen 2-3 uger før. Skriv i mailen, hvilken uge I ønsker historien bragt. Husk at kontakte alle lokalaviser, så I øger sandsynligheden for at historien bliver bragt.

- **Send først en mail og ring efterfølgende.**

Send først en mail til redaktionen og ring dagen efter til redaktionen for at høre, om de vil dække begivenheden/bringe historien. Brug de argumenter, I har forberedt. Kender I allerede en journalist på den lokale avis, radio- eller tv-station, så tag fat i vedkommende i stedet for en fællespostkasse. Kender I ikke nogen på mediet, så husk navnet på den journalist/redaktør, I har haft kontakt med – eller som tidligere har dækket jeres historier – til senere henvendelser.

- **Hvad skal mailen indeholde?**

Mailen skal indeholde en pressemeddelelse. I emnefeltet skriver I "Pressemeddelelse" og overskriften på den. Fx *Pressemeddelelse: Mødrehjælpen inviterer børnefamilier ud i naturen*. Pressemeddelelsen skal I sætte direkte ind i mailen – vedhæft ikke et Word-dokument. Husk at skrive jeres kontaktoplysninger. Vedhæfter I billeder, husk da fotografens navn – vi har samlet flere billeder, der kan bruges, [her](#). I finder konkrete eksempler på pressemeddelelser, som I kan rette til sidst i pressehåndbogen her.

- **Konsekvenser ved at invitere pressen**

Når I sender en pressemeddelelse ud, inviterer I automatisk pressen med, hvis der er tale om en offentlig begivenhed. Hvis familierne også er med, skal I sørge for at få deres samtykke til fotografering og interview. Læs mere under det tidligere afsnit "Interview af familier".

### Hvis I får et nej

- **Hvorfor sker der ikke noget?**

Selvom journalisten har sagt, at de er interesserede i din historie og vil vende tilbage, er det ikke altid, det sker. Derfor er det en god idé at ringe og følge op på din historie efter et par dage, eller når dagen for aktiviteten nærmer sig. Hvis en journalist ikke er interesseret i at skrive om din historie alligevel, er der måske andre veje eller en anden avis, I kan invitere.

- **Hvis I får et nej**, kan I kontakte medierne igen efter begivenheden og prøve igen der – fx med citater fra deltagere og billeder fra aktiviteten.

- **En annonce kan være et alternativ** til omtale. Den koster penge, men I kan ofte forhandle jer til bedre priser, fordi I arbejder i en god sags tjeneste. Se mere i det afsnittet "Sæt en annonce i avisen".

## Skriv en pressemeddelelse – sådan gør I

Det er en god idé at skrive en pressemeddelelse, da I så styrer, hvad budskabet er. Pressemeddelelser øger chancen for omtale, og mange avisredaktioner optager pressemeddelelser direkte eller i lettere redigeret form. I kan se eksempler på pressemeddelelser, som I kan rette til sidst i pressehåndbogen.

### Gode råd, når I skal skrive en pressemeddelelse

- Start med en kort og præcis **overskrift**, der skal gøre redaktøren nysgerrig efter at læse videre
- Lav **en kort introduktion**, hvor I på 2-3 linjer forklarer, hvad budskabet er
- Herefter kan I angive de nærmere detaljer, fx tid og sted for aktiviteten  
Det er en god ide at lave små underoverskrifter undervejs – det gør teksten mere læsevenlig
- **Skriv kort** – højst en A4-side, men gerne kortere
- **Brug citater**. Fx en udtalelse fra formanden, en anden frivillig, en mor eller far. Husk titler, fx: Mette Andersen, formand for Mødrehjælpen's lokalforening XX eller Mette Andersen, frivillig i Mødrehjælpen's lokalforening XX. Den, der udtaler sig, skal godkende citatet, inden det bruges
- Husk at **tilføje en kontaktperson** og **kontaktoplysninger** nederst på pressemeddelelsen, hvis journalisten har spørgsmål
- **Send gerne et billede** og billedtekst med pressemeddelelsen – OBS spørg altid evt. personer på billedet og fotograf om tilladelse

## Sæt en annonce i avisen – sådan gør I

Er I afhængige af at komme ud med jeres budskab og bider pressen ikke på, kan I sætte en annonce i den største lokalavis i stedet. Prisen på annoncer varierer meget fra avis til avis, men et par tusinde kroner er meget normalt for en avisannonce. **Ring til avisens annonceafdeling og undersøg:**

- hvor meget en annonce koster. Gør opmærksom på, at I arbejder for en god sag og brug det til at forhandle en god pris for annoncen og hjælp til opsætning. Undersøg evt. om jeres medlemskab af det lokale Frivilligcenter giver jer rabat.
- hvor i avisen, der er plads. En god placering er i højre side, forside, bagside og aktivitetssider.
- hvornår avisen udkommer i forhold til, hvornår aktiviteten finder sted. Annoncen skal gerne være i avisen en til to dage før aktiviteten.
- om de kan rette annoncen til for jer. Der findes forskellige annonceeksempler, som de kan ændre i. Oplys den røde farvekode: RGB 215, 9, 71

## Eksempler på annoncer

Her er eksempler på annoncer, som har været bragt.



### Mødrehjælpen Odense

- vi stiller op for børnefamilierne

Mødrehjælpen Odense åbner ny butik, hvor overskuddet går til lokale familieaktiviteter.

Kom til **INFOMØDE** og hør, hvordan du kan være med fra start og gøre en forskel for gravide og børnefamilier i Odense sammen med os.

#### HVOR

Borgernes Hus  
Østre Stationsvej 15,  
5000 Odense C

#### HVORNÅR

Torsdag d. 10.  
oktober  
kl. 17.00 -18.30

#### Hør mere og tilmeld dig

Mail: [odense.LF@moedrehjaelpen.dk](mailto:odense.LF@moedrehjaelpen.dk)  
Facebook: [moedrehjalpen odense](https://www.facebook.com/moedrehjalpen odense)



### Mødrehjælpen Kerteminde

- vi er der for børnefamilier.



I Mødrehjælpen Odense søger vi frivillige til at drive og udvikle vores familieaktiviteter.

Vil du være med i vores givende fællesskab, og vil du være med til at gøre en forskel for børnefamilier, så kontakt os og hør mere på:

**[kerteminde@mhj-lokal.dk](mailto:kerteminde@mhj-lokal.dk)**

## Kontaktinfo til Kommunikationsafdelingen

Regionale og landsdækkende pressehenvendelser videreformidles til Mødrehjælpen's pressetelefon: 22 56 52 91.

### Ved behov for sparring ved lokale pressehenvendelser eller udarbejdelse af materiale

Lokalforeningerne Øst: Jakob Knudsen, tlf.: 22 39 98 64, [jkn@moedrehjaelpen.dk](mailto:jkn@moedrehjaelpen.dk)

Lokalforeningerne Vest: Louise Eltvéd Krogsgård, tlf.: 25 21 32 22, [lek@moedrehjaelpen.dk](mailto:lek@moedrehjaelpen.dk)

For fondsbutikker: Kontakt butikskonsulenten

### Ved behov for yderligere sparring omkring lokale pressehenvendelser kan du kontakte:

Presseansvarlig, Anna Gottschalck, tlf.: 61 96 65 71, [agj@moedrehjaelpen.dk](mailto:agj@moedrehjaelpen.dk)

## Eksempler på pressemeddelelser

Herunder er et par eksempler på pressemeddelelser, som I kan lade jer inspirere af, hvis I fx søger frivillige, starter en ny aktivitet eller åbner butik. Husk at sætte egne citater ind, og send gerne billeder med, der passer til budskabet. Skriv en lille billedtekst, som forklarer, hvad billedet viser. OBS: Husk ved brug af billeder, som lokalforeningen har taget, at få samtykke fra de personer, som optræder på billedet og at få skriftlig tilladelse til at bruge billedet af den person, som har taget det. Anvend Mødrehjælpen's samtykkeerklæring jf. afsnit om brug af foto i presse mm.

Husk at rette fakta og ændre citater, hvis I bruger den som inspiration. Lav aldrig en direkte kopi af pressemeddelelsen.

Eksempel 1:

## Engagerede frivillige i [Bynavn] åbner Mødrehjælpen butik

***Mødrehjælpen åbner ny butik i Køge med genbrug til børn. Og det er der god grund til. Danskerne er vilde med genbrug til de mindste - særligt når overskuddet går til en god sag.***

[Dato] åbner Mødrehjælpen Køge sin nye butik.

”Vi glæder os meget til at slå dørene op, og til at vise vores fine butik frem, og vi håber, at få mange kunder, så vi kan hjælpe så mange sårbare børnefamilier i området som muligt,” siger formand for Mødrehjælpens lokalforening i [bynavn], [navn], der sammen med Butiksudvalget bliver ansvarlig for den kommende butik.

Ved åbningen vil XX deltage.

Der vil være forskellige aktiviteter til børnene og til at toppe festlighederne serverer de flittige butiksvillige kage, kaffe og saft til de fremmødte – og alle er velkomne.

### **Kvalitetsgenbrug er nøgleordet**

Mødrehjælpen butik sælger genbrug til børn med kvalitetsbørnetøj, børneudstyr, bøger og legetøj.

”Overskuddet fra butikken går lokalt til sociale og netværksskabende aktiviteter for børnefamilier i [Bynavn], og til Mødrehjælpen landsdækkende rådgivning for sårbare børnefamilier og gravide,” siger i [navn]. Hun opfordrer andre til at melde sig som frivillige.

”Som frivillig bliver man en del af et skønt fællesskab, og bidrager til sit lokalmiljø og til Mødrehjælpen landsdækkende rådgivning. Vi hører meget gerne fra lokale, der har lyst til at stå i butikken eller på anden måde, vil bidrage til den gode sag,” siger [navn].

### **DAGENS PROGRAM**

**Tid:** XX

**Sted:** XX

Kl. XX

**Billedtekst 1:** Butiksruderne er lige nu dækket til. På dagen løftes sløret for butikkens udseende og sortiment.

**Billedtekst 2:** Med butikken i [Bynavn], har Mødrehjælpen nu XX butikker rundt om i landet, der støtter lokalt og bidrager økonomisk til Mødrehjælpen landsdækkende rådgivning.

### **For yderligere information kontakt:**

NAVN PÅ KONTAKTPERSON, Formand for Mødrehjælpen lokalforening i [Bynavn], EMAIL eller tlf.:

Eksempel 2:

## Mødrehjælpen [Bynavn] ruller ud med fødselsdagshjælp

***Alle børn fortjener at blive fejret af vennerne på deres fødselsdag – også når mor eller far står i en sårbar situation. Derfor starter Mødrehjælpens lokalforening [Bynavn] pr. [dato. måned] fødselsdagshjælpen "Den Rullende Kagemand".***

Den Rullende Kagemand er en hjælp til forældre, der af forskellige årsager mangler overskud til at forberede en fødselsdagsfest, hvor deres barn kan blive fejret af vennerne fra børnehave eller skole.

"Familier, der på den ene eller anden måde er ramt af livet – det kan være pga. En presset økonomi, sygdom, arbejdsløshed eller noget fjerde, der påvirker overskuddet – kan søge om at få besøg af Den Rullende Kagemand til deres barns fødselsdag," siger formand for Mødrehjælpens lokalforening i [bynavn], [navn].

Fødselsdagspakken indeholder kagemand, boller m.m. til en traditionel fødselsdag til 20 personer. Fødselsdagsbarnet får desuden en gave. Forældre kan søge om at komme i betragtning, når barnet fylder 3 år og op til 14 år.

Uddeling af Den Rullende Kagemand er blevet mulig på grund af donationer fra [indsæt evt. donorer eller slet hele sætningen].

Ansøgningsskema og yderligere information kan findes på Mødrehjælpens lokalforening [Bynavn]s hjemmeside: [moedrehjaelpen.dk/bynavn-lokalforening](http://moedrehjaelpen.dk/bynavn-lokalforening) [indsæt foreningen bynavn med lille forbogstav i stedet for bynavn i hjemmesideadressen]

### **Fakta om Mødrehjælpens lokalforening [Bynavn]**

Mødrehjælpens lokalforening [Bynavn] er en frivillig-drevet forening under Fonden Mødrehjælpen. Lokalforeningen blev etableret i [årstal] og er Mødrehjælpens lokale holdepunkt for gravide og børnefamilier i sårbare situationer.

Lokalforeningen afholder familieaktiviteter, der skaber netværk og gode oplevelser for børn og forældre – bl.a. oplevelser i forbindelse med ferie og højtider og nu også Den Rullende Kagemand.

Lokalforeningen driver også Mødrehjælpens butik med genbrug til børn i [Bynavn]. Butikken er åben for alle, der vil købe kvalitetsgenbrug og samtidig støtte et godt formål. Overskuddet går til lokale aktiviteter og til Mødrehjælpens landsdækkende rådgivning.

### **For yderligere information kontakt:**

Navn og titel på kontaktperson fx formand eller aktivitetsansvarlig, [bynavn]@mhj-lokal.dk, evt. telefonnr

**Billedtekst foto kagemand:** Mødrehjælpen ønsker med fødselsdagshjælpen at bringe smilet frem hos det barn, der fylder år.

Eksempel 3:

## Lav mad med dine børn og Mødrehjælpens lokalforening

**Mødrehjælpens lokalforening [Bynavn] inviterer familier til madlavning for at give forældre og børn mulighed for at få en hyggelig oplevelse og for også fremadrettet oftere at samles om måltidet.**

Et måltid mad forenet med hygge og samvær. Det knytter bånd, når man laver noget sammen, og derfor starter Mødrehjælpen i [Bynavn] nu en ny aktivitet. *Måltidet* hedder det ganske enkelt og går ud på, at forældre med børn i alderen 5 til 14 år kan komme og lave og spise mad sammen hver anden torsdag.

"Måltidet handler om det særlige samvær, der opstår, når man laver mad sammen med sine børn og andre børnefamilier. Vi ønsker at skabe et frirum for familierne, hvor der er plads til hygge, læring og nye venskaber," siger [navn], formand for Mødrehjælpens lokalforening i Esbjerg.

I Måltidet mødes Mødrehjælpens frivillige og børnefamilierne omkring madlavning og fællesspisning torsdag i lige uger på [adresse]. Første gang er [dato].

Tilbuddet er særligt henvendt til sårbare familier, der har deltaget i julearrangementer eller har modtaget julehjælp fra Mødrehjælpen, men alle familier med børn i alderen 5-14 år er velkomne.

"Især for sårbare familier kan det være svært at finde tid og overskud i hverdagen til at komme til at involvere børnene i madlavningen. Det får de en hjælpende hånd til i Måltiden, hvor vi laver mad og hygger sammen og skaber et rum, hvor børn og forældre også kan få nye venskaber," siger [navn].

**For yderligere information kontakt:**

NAVN PÅ KONTAKTPERSON, Formand for Mødrehjælpen XX lokalforening, e-mail eller tlf.: