

Det er i  
tidsskrifta  
ting skjer!

# Slippfest

De fleste slippfester springer ut av ren entusiasme over at et nytt nummer er ute. En enkel, åpen feiring er bra i seg selv, men om dere er bevisst på hva dere vil med slippene, vil de gi dere enda mer å feire! For eksempel flere lesere, høyere opplag og større relevans. Tenk derfor nøye gjennom: Hvor ofte vil dere holde slippfester, hvem vil dere skal komme, og hvorfor? Dere må selv analysere behov og mål, men her får dere noen innspill og forslag.

## HVORFOR SKAL VI HOLDE SLIPPFFEST?

### • Redaksjonell målsetning

Alle redaksjoner har et formål eller redaksjonell målsetning for tidsskriftet. Slippfesten kan brukes som en forlengelse av tidsskriftet, ved å ha arrangement som bidrar til å nå de redaksjonelle målsetningene.

### • Nettverksbygging

Slippfester kan mobilisere folk i kretsen rundt tidsskriftet til å virke som ambassadører i ulike sammenhenger. Dere vil få utvidet kretsen rundt redaksjonen, og en bredere kontaktflate mot potensielle skribenter og redaksjonsmedlemmer.

### • God markedsføring

Slippfesten er en opplagt anledning til å skape oppmerksomhet rundt det nye nummeret. Får dere en journalist eller to interessert, kan nummeret få verdifull oppmerksomhet i media, enten som nyhetssak eller anmeldelse. Dere kan også få flere abonnenter på selve festen.

### • Indremedisin

Særlig i dugnadsdrevne tidsskrift er det viktig å pleie motivasjonen. En god slippfest kan gjøre underverker for humøret i en lett utmattet redaksjon. Selvfølgelig skal dere feire dere selv for nok et bidrag til kulturhistorien!

## HVORDAN LYKKES MED EN SLIPPFFEST?

### • Målgruppe

Det er mange mulige målgrupper for slippfestene, kanskje flere enn dere har tenkt på: dagens og tidligere redaksjon og redaksjonsråd, aktuelle og tidligere skribenter, abonnentene, fagpersoner og studenter på relaterte studier, medlemmer i relaterte organisasjoner, journalister, venner, kjente og andre interesserte. Lag gjerne en fast e-postliste med folk dere vil invitere.

### • Invitasjon til arrangementet

Få folk til å snakke om arrangementet på forhånd! Det finnes en rekke effektive og kostnadsfrie kanaler for å få oppmerksomhet om slippfesten: e-post til abonnentene, invitasjon på deres egen og på tidsskriftforeningens nettsider, invitasjoner på sosiale medier, og i kulturkalendere på nett og i aviser. Annonser i avis kan kanskje være verdt prisen på store arrangement, men sjelden ellers. Kan

dere få redaksjonell dekning i forkant, er det mye mer virkningsfullt. Få en eller flere av artiklene ut som kortversjoner, kronikk, kommentar e.l. Eller dere tipser en journalist/avis om å lage et eget oppslag om en sak/tema.

### • Tid og sted

Tid og sted må tilpasses dem dere gjerne vil skal komme. Husk at det er mye lettere å få folk til å komme til et lokale de vet hvor er, enn et de må lete seg fram til. Det kan være en god ide å bruke et fast sted og en fast tid. Mange utesteder har lokaler man kan bruke gratis, siden slippfesten trekker folk (og omsetning) til stedet. Medlemmer kan også søke Norsk Tidsskriftforening om støtte til slippfest.

### • Arrangementet

Det bør alltid være noe som skjer på slippfesten, slik at dere gir folk noe å prate om etterpå. Men det trenger ikke innebære noe stort opplegg, og det er viktig at innslagene ikke tar opp så mye tid og plass at folk ikke får tid til å mingle og prate.

*Opplegget kan være:*

- en skribent som presenterer sin artikkel/foredrag
- to eller tre skribenter som presenterer, med debatt etterpå
- en kommentar til nummeret
- opplesing av tekst
- kåseri
- prisutdeling
- (mini)konsert
- en annen form for kulturelt innslag

I lokaler hvor den gode stemningen ikke kommer av seg selv, må dere hjelpe den litt med egnet lyssetting, musikk/DJ, fingermat eller velkomstdrikk.

### • Profilering av tidsskriftet på festen

Det er viktig at alle som kommer på slippfesten blir gjort klar over hvem som holder gildet, og hva tidsskriftet har å fare med. Plakater med siste forside på er en måte å markere på, men forsidene som lysbildeløkke på veggen er mer virkningsfullt.

- Det må være mulig å kjøpe nye og gamle utgaver av tidsskriftet, gjerne til reduserte priser.
- Folk må kunne tegne abonnement og melde seg på nyhetsbrev.
- Journalister som kommer uanmeldt må se/vite hvem de skal henvende seg til, og en av dere må være klare til å gi intervju.
- Redaksjonen bør ta vertskapsrollen på alvor, og gjøre sitt for at alle føler seg velkomne.