

## Wichtige Informationen zur Kontaktmesse

Neben der Kontaktpflege mit Redakteuren ist ein wesentliches Ziel einer Teilnahme bei den Fachpresstagen, Fachredaktionen ein oder mehrere aktuelle Themen Ihres Unternehmens bekannt zu machen und zu diesen Themen Veröffentlichungen in Fachzeitschriften zu erreichen. Beachten Sie dazu einige einfache Tipps, können Sie Ihre Veröffentlichungschancen deutlich erhöhen. Hier erhalten Sie Informationen zu den Rahmenbedingungen der Kontaktmesse bei den Fachpresstagen sowie einige Tipps, wie Sie Ihre Teilnahme optimieren können.

### **Organisatorische und technische Rahmenbedingungen**

Alle Teilnehmer der Kontaktmesse erhalten einen Tisch (180 cm x 80 cm), gekennzeichnet mit Firmennamen, zwei bis vier Stühle, einen für Sie, einen für die besuchenden Journalisten und bei Bedarf je einen beispielsweise für einen Spezialisten aus Ihrem Unternehmen und für Ihre Presseagentur. Strom- und Internetanschluss (W-LAN) sind vorhanden. Ihren Bereich können Sie nach Belieben gestalten: Platz mit Firmenlogo kennzeichnen, Roll-Up Banner aufstellen, Notebook mit Internetzugang aufbauen zur Präsentation von Infos am Computer, Bereithalten von (kleinformatigen) Produkten zur näheren Erläuterung, Pressemappen, u.v.m. Auch Stellwände zum Anheften z.B. von Postern mit Stecknadeln sind vor Ort vorhanden.

### **Schwerpunkt-Thema**

Damit Journalisten entscheiden können, ob die Veranstaltung für sie interessant ist, müssen sie vorab die dort präsentierten Themen kennen. Aus diesem Grund sollte jeder Teilnehmer der Kontaktmesse ein Schwerpunkt-Thema benennen. Das kann zum Beispiel eine Produktneuheit oder eine zukunftssträchtige Idee sein. Selbstverständlich können Sie mit interessierten Journalisten dann auch über andere Themen sprechen und z.B. Titelbilder, Beiträge, Interviews und dergleichen vereinbaren.

### **Presstext zum Schwerpunkt-Thema**

Um den Nutzen Ihrer Gespräche mit den Vertretern der Fachpresse zu erhöhen, empfehlen wir einen ausformulierten Artikel zu Ihrem Schwerpunkt-Thema bereitzuhalten. Sie können damit einen ähnlichen Effekt erzielen wie mit einem Vortrag auf den Fachpresstagen. Daneben können Sie Texte zu weiteren Themen mitbringen. Je nach Größe und Bekanntheit Ihres Unternehmens sollten Sie auch ein Firmenporträt dabei haben.

### **Presstext zum Schwerpunkt-Thema vom rbs**

Wenn Sie sich rechtzeitig mit uns in Verbindung setzen, können auch wir den Presstext zu Ihrem Schwerpunkt-Thema für Sie erstellen. Interesse sollten Sie jedoch frühzeitig anmelden; unsere Kapazität ist begrenzt.



Bitte denken Sie unbedingt daran: Vor den Fachpresstagen sollten Sie die Texte nicht herausgeben! Das verärgert die Journalisten, die den Text vorher nicht erhielten und verhindert mit ziemlicher Sicherheit weitere Veröffentlichungen.

## Presseunterlagen

Redakteure und Journalisten erhalten auf den Fachpressetagen eine Fülle an Informationen. Damit sie nach der Veranstaltung wieder einen schnellen Einstieg in Ihr Thema finden, sind gute Pressemappen unerlässlich. Die darin enthaltenen Texte sollen die Grundlage für Veröffentlichungen sein. Die Pressemappe muss daher alles Wesentliche, sollte aber nicht zu viel Überflüssiges enthalten.

### Checkliste: Pressemappe

<b>Stückzahlen</b>	
	Die Stückzahl richtet sich nach der Teilnehmerzahl. Die genaue Zahl der angemeldeten Journalisten finden Sie vor der Veranstaltung im Fachpressetags-Portal ( <a href="http://www.fachpressetage.de">www.fachpressetage.de</a> ). Jeder anwesende Journalist bekommt eine Pressebox, in die Sie die Mappe rechtzeitig legen sollten. Interessierte, nicht anwesende Journalisten haben Zugang zu den Informationen im Online-Portal; wir weisen in einer Aussendung ganz gezielt darauf hin.
<b>Inhalt</b>	
	Druckbarer Presstext zu Ihrem Schwerpunkt-Thema
	Empfehlenswert: Ein Fotoabzug, der das Produktverständnis unterstützt (Weitere Bilder können in digitaler Form im Online-Portal bereitgestellt werden.)
	Empfehlenswert: Bild des Gesprächspartners
	Name, E-Mail und Telefonnummer des Ansprechpartners für Redaktionen bei evtl. Rückfragen
	Weitere Pressemeldungen und Fotos können beigelegt werden; zu viele könnten jedoch vom eigentlichen Kernthema ablenken.
<i>Tipp: Überhäufen Sie die Journalisten nicht mit Papier! Dicke Mappen werden häufig vor Ort schon aussortiert (Tipp: Klarsichthüllen statt Präsentations-Mappen sind dünn und transparent). Auf CDs in der Pressemappe können Sie verzichten, da Sie Ihre Informationen in digitaler Form ins Online-Portal stellen können.</i>	
<b>Text</b>	
	Text als Fließtext (Auflistungen sollten - wenn überhaupt - nur sparsam verwendet werden)
	1,5-zeiliger Abstand und Rand für Notizen
	Möglichst wenig Abkürzungen verwenden, um Missverständnisse zu vermeiden.
<b>Bildmaterial</b>	
	Ein Fotoabzug in Hochglanz 10x15 cm in Farbe kann als Blickfang beigelegt werden.
	Ein übersichtlicher Ausdruck aller Bilder zum Text samt Bildunterschriften kann sinnvoll sein. So gewinnt der Redakteur schnell einen Überblick über das vorhandene Bildmaterial.
<i>Tipp: Bildmotive mit Praxisbezug sollten Produktfotos vorgezogen werden. Beliebt sind Aufnahmen, bei denen es gelingt, Dynamik oder Aktion einzufangen (z. B. Funkenflug beim Schleifen oder Mensch bei der Arbeit). Falls sinnvoll: Originelle Objekte (mit thematischem Bezug) für Größenvergleich verwenden. Zeichnungen müssen reproduzierbar sein: Achtung, Bilder werden meist auf 90 oder 40 mm Breite verkleinert. Verwenden Sie große Beschriftung, ausreichende Strichstärke, keine hinterlegten Farb- oder Grauraster. Legen Sie Zeichnungen auch als Datei bei.</i>	

**Text zum Schwerpunkt-Thema im Online-Portal**

Damit alle anwesenden und interessierten Journalisten den Text zu Ihrem Schwerpunkt-Thema der Fachpressetage downloaden können, müssen Sie hierzu Informationen im Online-Portal bereitstellen. Sinnvoll sind ein ausformulierter Text zum Schwerpunkt-Thema und zugehörige Bilder. Binden Sie die Bilder nicht direkt in den Text ein! Verweisen Sie stattdessen im Text auf das zugehörende Bild. Bildunterschriften können am Textende angehängt werden, Bilder sollten so benannt werden, dass sie sich einfach zuordnen lassen. Laden Sie dann den Text (im DOC- oder DOCX-Format) sowie Zeichnungen und Fotos (im JPG-Format) in den jeweiligen Bereichen des Online-Portals. Sie können Ihre Unterlagen dort schon vor der Veranstaltung ablegen. Der Zugriff für die Journalisten wird zu den Fachpressetagen freigeschaltet.

Auf den früher üblichen Postversand der Presseboxen verzichten wir mittlerweile; elektronische Texte lassen sich von den Redaktionen leichter nutzen als Papier und CDs.

**Checkliste: Upload ins Online-Portal**

<b>Inhalt</b>	
	Digitaler Presstext zum Schwerpunkt-Thema (vorzugsweise DOCX-Format, keinesfalls als PDF)
	Maximal 15 Bilder im JPG-Format (empfehlenswert: Bild des Gesprächspartners)
<i>Tipp:</i>	<i>Powerpoint- und PDF-Dateien sind schwer weiterzuverarbeiten und sind daher höchstens als Hintergrundinformation brauchbar.</i>
<b>Text</b>	
	Text als Fließtext (Auflistungen sollten - wenn überhaupt - nur sparsam verwendet werden)
	Möglichst wenig Abkürzungen (Missverständnisse vermeiden)
<b>Bilder</b>	
	Bilder nicht im Textfile einbinden! Stattdessen: Bildhinweise im Text samt Bildunterschriften am Textende. Zeichnungen und Fotos dann als Dateien separat anhängen.

**Werbegeschenke**

Werbegeschenke im Rahmen der Fachpressetage sind zwar nicht unbedingt notwendig, können jedoch für einen positiven Eindruck sorgen und dienen später als Erinnerungshilfe. Ihr Wert sollte jedoch deutlich unter der „Bestechungsgrenze“ liegen. Weitaus wichtiger als der materielle Wert sind Originalität und Bezug zum Unternehmen oder Schwerpunktthema. Die Werbegeschenke können beispielsweise mit den Pressemappen ausgeteilt werden. Vor den Vorträgen besteht außerdem die Möglichkeit, Schreibblöcke und Stifte mit Ihrem Werbeaufdruck auszulegen.



Die Presseboxen der Journalisten sind für Pressemappen gedacht. Bitte legen Sie hier keine Werbegeschenke ein, die die Pressebox für weitere Pressemappen „blockieren“. Solche Geschenke können Sie den anwesenden Journalisten entweder selbst überreichen oder an deren Platz legen. Die Plätze der Journalisten sind mit gelben Namensschildern gekennzeichnet.