

Wichtige Informationen zur Kontaktmesse

Neben der Kontaktpflege mit Redakteuren ist ein wesentliches Ziel einer Teilnahme bei den Fachpressetagen, Fachredaktionen aktuelle Themen Ihres Unternehmens bekannt zu machen und zu diesen Veröffentlichungen in Fachzeitschriften zu erreichen. Beachten Sie dazu einige einfache Tipps, können Sie Ihre Veröffentlichungschancen deutlich erhöhen.

Organisatorische und technische Rahmenbedingungen

- Teilnehmer der Kontaktmesse erhalten einen Tisch (180 cm x 80 cm), gekennzeichnet mit Firmennamen, zwei bis vier Stühle (beispielsweise auch für einen Spezialisten aus Ihrem Unternehmen und für Ihre Presseagentur).
- Stromanschluss und W-LAN sind vorhanden
- Bereich können Sie nach Belieben gestalten: Platz mit Firmenlogo kennzeichnen, Roll-Up Banner aufstellen, Notebook mit Präsentation, Bereithalten von (kleinformatigen) Produkten zur näheren Erläuterung, Pressemappen, u.v.m.
- Stellwände zum Anheften z.B. von Postern mit Stecknadeln sind vor Ort vorhanden.

Mit Schwerpunkt-Thema Interesse wecken

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 Fachpressetagen. Daneben können Sie Texte zu weiteren Themen mitbringen. Je nach Größe und Bekanntheit Ihres Unternehmens sollten Sie auch ein Firmenporträt dabei haben.



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

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.

Presseunterlagen

Redakteure 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

Stückzahlen	
	Die genaue Zahl der angemeldeten Journalisten finden Sie vor der Veranstaltung im Fachpressetags-Portal (http://portal.fachpressetage.de). 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.
Inhalt	
	Druckbarer Presstext zu Ihrem Schwerpunkt-Thema
	Bildmaterial (s.u.), 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>	
Text	
	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.
Bildmaterial	
	Ein Fotoabzug oder Ausdruck in Farbe kann als Blickfang beigelegt werden.
	Ein übersichtlicher Ausdruck aller Bilder zum Text samt Bildunterschriften ist sinnvoll. 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.</i>	

Text zum Schwerpunkt-Thema im Online-Portal


Damit interessierte Journalisten den Text zu Ihrem Schwerpunkt-Thema downloaden können, müssen Sie Ihre Informationen im Online-Portal bereitstellen. Sinnvoll sind ein ausformulierter Text zum Schwerpunkt-Thema und zugehörige Bilder. Jeder Teilnehmer hat einen Ordner, in den er schon vor der Veranstaltung hochladen kann. Der Zugriff für die Journalisten wird zu den Fachpressetagen freigeschaltet.

Checkliste: Upload ins Online-Portal

Inhalt	
	Digitaler Presstext zum Schwerpunkt-Thema (vorzugsweise .docx-Format, keinesfalls als PDF)
	Bilder im .jpg-Format (empfehlenswert: Bild des Gesprächspartners)
	Weitere Themen sind möglich, können aber vom Kernthema ablenken und den Ordner unübersichtlich machen.
<i>Tipp: Powerpoint- und PDF-Dateien sind schwer weiterzuverarbeiten und sind daher höchstens als Hintergrundinformation brauchbar.</i>	
Text	
	Text als Fließtext (Auflistungen sollten - wenn überhaupt - nur sparsam verwendet werden)
	Möglichst wenig Abkürzungen (Missverständnisse vermeiden)
Bilder	
	Bilder nicht im Textfile einbinden! Stattdessen: Bildhinweise im Text samt Bildunterschriften am Textende.
	Zeichnungen und Fotos dann als Dateien separat anhängen. Bilder sollten so benannt werden, dass sie sich einfach zuordnen lassen.

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 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 persönlich überreichen oder an deren Platz legen. Die Plätze der Journalisten sind mit gelben Namensschildern gekennzeichnet.