

## Wichtige Informationen zur Multi-Pressekonferenz

Neben der Kontaktpflege mit Redakteuren ist ein wesentliches Ziel einer Teilnahme bei den Fachpressetagen, 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. Denken Sie bereits in der Vorbereitung daran, Redakteuren nützliches Arbeitsmaterial an die Hand zu geben. Dazu gehört beispielsweise, den Redakteuren vor dem Vortrag ein sinnvolles Handout für Notizen bereitzulegen, oder einen druckfähigen Presstext zum Vortrag zu erstellen. Hier erhalten Sie Informationen zu den Rahmenbedingungen für Ihren Vortrag bei den Fachpressetagen sowie einige Tipps, wie Sie Ihre Teilnahme optimieren können.

### Vortrag

#### Organisatorische Rahmenbedingungen

In Ihrem Technik-Vortrag können Sie Kompetenz auf Ihrem Fachgebiet beweisen und „Technik rüber bringen“. Für **Vortrag samt anschließender Diskussion** sind **insgesamt 25 min** eingeplant. Damit den Journalisten ausreichend Gelegenheit für Fragen bleibt, sollte der **Vortrag nicht länger als 20 min** sein.

#### Die Vortragssprache ist Deutsch.

Oft wird die Fragerunde im Anschluss an den Vortrag als bereichernder empfunden als der Vortrag selbst. Ein kompakter Vortrag, der Raum für Fragen lässt, ist daher meist besser als einer, der die 25 Minuten voll ausschöpft.



Die Technik für Ihren Vortrag wird in der vorangehenden Pause vor Ihrem Vortragsblock aufgebaut und das Zusammenspiel Ihres Notebooks mit dem Beamer getestet. Reisen Sie deutlich vor Ihrem Vortrag an, damit Sie auf jeden Fall pünktlich eintreffen. Unser Programm ist so dicht gepackt, dass wir keinen Alternativtermin garantieren können.

#### Technische Rahmenbedingungen

Ein Video-Beamer (Auflösung 1024 x 768) ist im Vortragsraum vorhanden. Achten Sie bei der Vorbereitung Ihrer Präsentation bitte auf gute Lesbarkeit. Für die Präsentation verwenden Sie Ihr eigenes Notebook. Testen Sie zu Hause unbedingt den VGA-Ausgang z. B. an einem externen Monitor. Manchmal fehlt der Treiber oder die Auflösung des Bildschirms entspricht nicht der des VGA-Ausgangs.

Empfehlenswert ist es, für den Notfall einen USB-Stick mit allen wichtigen Dateien vorzubereiten, falls Ihr Notebook plötzlich streikt. Die Präsentations-Folien sollten auf Deutsch abgefasst sein.

#### Inhalt Ihres Vortrags

Ihr Vortrag sollte technisch orientiert, jedoch nicht nur für absolute Insider verständlich sein. Wählen Sie einen aussagekräftigen Titel, damit sich auch wirklich alle potentiellen Interessenten angesprochen fühlen. Als Themen eignen sich z. B. Problemlösungen und Anwendungsmöglichkeiten oder eventuell auch interessante und wirklich neue Produkte. Es ist in aller Regel besser, den Schwerpunkt auf die Hintergründe der Entwicklung zu legen, statt Produkte „vorzustellen“ und lediglich ihre Funktionen und Daten aufzuzählen; einen Überblick über den Stand der Technik und die Trends zu geben (mit Hinweisen auf Ihr eigenes Unternehmen) kommt beispielsweise viel besser an. Auf allzu weitreichende Details sollten Sie im Vortrag verzichten (sie können aber durchaus im Skript stehen). Sie sollten keinesfalls über ein Produkt referieren, das die Journalisten schon kennen.

Tipp: Oft wird beim Vortrag die Zeit knapp. Es kann daher sinnvoll sein, die Vorstellung des eigenen Unternehmens ans Ende des Vortrags zu stellen. So können Sie sie einfach weglassen, wenn Ihre Zeit knapp wird und müssen nicht kurzfristig wichtige technische Inhalte streichen.

### Arbeitsmaterial zum Vortrag

Bereiten Sie unbedingt eine schriftliche „Fließtextfassung“ Ihres Vortrags vor, auf der sich die Journalisten bereits während des Vortrags Notizen machen können. Für den Begleittext gilt: Je druckreifer dieser Text formuliert ist, desto wahrscheinlicher ist eine Veröffentlichung in der Fachpresse. Der Vortragende selbst muss sich natürlich nicht wortgetreu an diese Vorlage halten. Jeder Journalist hat eine Pressebox, in die Sie Ihren Presstext legen können.

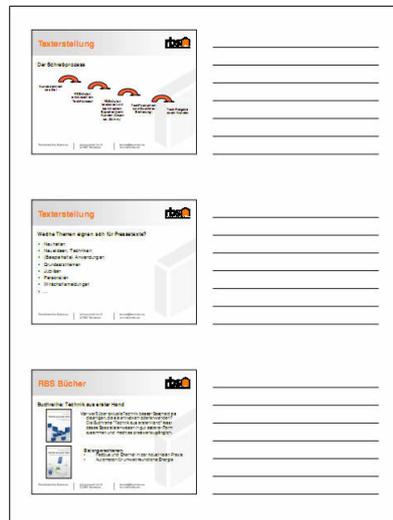


Bitte denken Sie unbedingt daran: Vor den Fachpressetagen sollten Sie die Texte nicht herausgeben! Das verärgert die Journalisten, die den Text vorher nicht erhielten und verhindert mit ziemlicher Sicherheit weitere Veröffentlichungen.

Laden Sie Ihren Vortragstext rechtzeitig ins Online-Portal; wir schalten das Portal zu den Fachpressetagen für die Journalisten frei. Die Größe der Bilddateien ist bewusst auf 2 MB je Datei begrenzt; die Hemmschwelle, riesige Dateien herunterzuladen, ist bei Redakteuren groß. Achten Sie auf eine sinnvolle Benennung der Bilddateien, um eine eindeutige Zuordnung zum Text zu ermöglichen.

Nützlich sind Handouts mit den Vortragsfolien im „Handzettelmodus“ (siehe Bild rechts), die Sie am besten vor Ihrem Vortrag auf die Sitzplätze der Journalisten legen. Dann können sich diese während des Vortrags darauf Notizen machen.

Oft erleichtert es das Verständnis, wenn man das im Vortrag behandelte Produkt oder einen Teil davon mitbringt und durch die Reihen gehen lässt.



### Presstext zum Vortrag vom rbs

Wenn Sie sich rechtzeitig mit uns in Verbindung setzen, können wir auch die „Pressefassung“ Ihres Vortrags in Zusammenarbeit mit Ihrem Referenten vorab für Sie erarbeiten. Dies spart ihm Vorbereitungszeit bei der Ausarbeitung der „Sprechversion“ und steigert erfahrungsgemäß auch die „Nachdruckbereitschaft“ der Redakteure. Interesse sollten Sie rechtzeitig anmelden; unsere Kapazität ist begrenzt.

### Diskussion

Auf mögliche Fragen sollten der Vortragende und die übrigen anwesenden Firmenmitglieder vorbereitet sein. Möglich ist auch, selbst „Notfragen“ vorzubereiten, um eventuell eine stockende Diskussion beleben zu können.

### Referent

Der Referent sollte ein Fachmann sein, der sich gut mit der Materie auskennt, z. B. der entsprechende Produktmanager, Entwickler, Entwicklungsleiter oder Geschäftsführer. Da niemand vor Krankheit gefeit ist, empfiehlt es sich für den Fall der Fälle eine Vertretung eingeplant zu haben.

### 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>	
	Handouts mit den Vortragsfolien im „Handzettelmodus“
	Druckbarer Presstext zum Vortrag der Fachpressetage
	Empfehlenswert: Ein Fotoabzug, der das Produktverständnis unterstützt (Weitere Bilder können in digitaler Form im Online-Portal bereitgestellt werden.)
	Empfehlenswert: Bild des Referenten
	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>	



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.

### Vortrag im Online-Portal

Damit alle anwesenden und interessierten Journalisten Vortragstexte der Fachpressetage downloaden können, müssen Sie Ihre Vortragsinformationen im Online-Portal bereitstellen. Dazu gehören sollten auf jeden Fall der Vortragstext und alle zugehörigen Bilder. Binden Sie die Bilder nicht direkt in den Text ein! Verweisen Sie stattdessen im Text auf das zugehörige Bild. Bildunterschriften können am Textende angehängt werden, Bilder sollten so benannt werden, dass sie sich einfach zuordnen lassen. Laden Sie 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 Vortrag der Fachpressetage (vorzugsweise DOCX-Format, keinesfalls als PDF)
	Bilder zum Vortrag der Fachpressetage im JPG-Format (empfehlenswert: Bild des Referenten)
<i>Tipp: Powerpoint- und PDF-Dateien sind schwer weiterzuverarbeiten und sind daher höchstens als Hintergrundinformationen brauchbar.</i>	
<b>Text</b>	
	Text als Fließtext (Auflistungen sollten - wenn überhaupt - nur sparsam verwendet werden)
	Möglichst wenig Abkürzungen verwenden, um Missverständnisse zu vermeiden
<b>Bilder</b>	
	Bilder nicht im Textfile einbinden! Stattdessen: Bildhinweise im Text und Bildunterschriften, Zeichnungen und Fotos separat anhängen

### Journalistenkontakte pflegen

Ein Ziel der Fachpressetage ist, dass Sie neue Kontakte zu Journalisten herstellen und vorhandene pflegen können. Vortragspausen und der Kontaktabend bieten sich dafür an. Hier können Sie an einem Ort viele für Sie interessante Journalisten kennenlernen. Oft sind mehr Journalisten anwesend, als Sie in der vorhandenen Zeit sprechen können. Planen Sie Ihre Kontaktaufnahme und -pflege daher bereits vor der Veranstaltung. Nehmen mehrere Personen Ihres Unternehmens teil, empfiehlt es sich, jedem Teilnehmer bestimmte Journalisten „zuzuteilen“, um die dieser sich dann vorrangig kümmert. Dieses Patenschaftsprinzip hat sich bereits gut bewährt. Bei der relativ großen Anzahl der anwesenden Journalisten „schlupfen“ so keine wichtigen Kontakte. Im passwortgeschützten Fachpressetage-Portal sehen Sie, wer sich für welchen Veranstaltungsbereich angemeldet hat. Und natürlich sollten Sie nicht vergessen, nach der Veranstaltung Ihre neu geknüpften Kontakte in Ihren Presseverteiler mit aufzunehmen.

### 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 Vortragsthema. Die Werbegeschenke können beispielsweise mit den Pressemappen an den Sitzplätzen ausgeteilt werden. Vor den Vorträgen besteht außerdem die Möglichkeit, Schreibblöcke und Stifte mit Ihrem Werbeaufdruck auszugeben.