



Checkliste Pressearbeit zur Messe

12 Wochen vor der Messe	Planung <ul style="list-style-type: none">• Presseaktionen: Pressekonferenz, Pressegespräch oder Journalistengespräche am Stand?• Medienwirksame Aktion am Stand?• Themenfindung für Pressemeldung• Welche Texte fehlen, um die Pressemappe auf einen aktuellen Stand zu bringen?• Pressemappe in Papierform, als CD oder in beiden Varianten?• Bildmaterial zu den geplanten Presstexten organisieren• Web 2.0-Angebote zur Messe (Weblog, Twitter)? Ggf. die technischen Voraussetzungen prüfen• Presseansprechpartner festlegen• Absprachen mit der Pressestelle der Messegesellschaft• Anmietung Pressefach• Ggf. Anzeigen in den Messeausgaben der relevanten Fachpresse buchen	<input type="checkbox"/>
10 Wochen vor der Messe	Detailplanung und Durchführung <ul style="list-style-type: none">• Termin- und Ablaufplan erstellen• Erstellung der Vorab-Information• Aktualisierung des Verteilers• Erstellung der weiteren notwendigen Presstexte	<input type="checkbox"/>
8 Wochen vor der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Aussendung der Vorschau-Pressemeldung und ggf. der Einladung an die Fachpresse	<input type="checkbox"/>
4 Wochen vor der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Erstellen der Pressemappen/CDs• Abstimmung/Freigabe der Texte• Texte und Bildmaterial ggf. für die Bereitstellung im Internet aufbereiten	<input type="checkbox"/>
2 Wochen vor der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Information und Einladung an regionale Medien (Nur bei Endverbraucher-Messen)	<input type="checkbox"/>
1 Woche vor der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Fertigstellung aller Pressematerialien• Konfektionieren der Pressemappen• Telefonisch bei wichtigen Journalisten nachhaken, von denen bisher keine Rückmeldung auf die Einladung vorliegt• Twitter/Weblog: Letzte Absprachen mit den Autoren über Themen/Schwerpunkte/Botschaften	<input type="checkbox"/>
1 Tag vor der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Pressefach befüllen	<input type="checkbox"/>
Während der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Regelmäßige Kontrolle des Pressefachs• Presse-Ansprechpartner am Stand• Pressemappen am Stand zur Verfügung halten• Beobachtung der tagesaktuellen Berichterstattung	<input type="checkbox"/>



Pressemitteilung zur Messe

Wir bringen Ihre Zielgruppen an den Messestand!

Nach der Messe	<ul style="list-style-type: none">• Journalisten mit den gewünschten Informationen versorgen• Versand der Pressemappe Journalisten, die nicht am Messestand waren• Aktualisierung des Presse-Verteilers anhand der Gesprächsprotokolle• Erfolgskontrolle (Clipping, Medienresonanzanalyse etc.)	<input type="checkbox"/>
-----------------------	--	--------------------------