

Checkliste Messe-PR

ZEIT	MAßNAHMEN	ZUSTÄNDIGKEIT	BEMERKUNG
VOR DER MESSE			
12 Wochen	<p>Vorbereitung der Pressearbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Formulierung der PR-Ziele in Abstimmung mit Ihren Messe-Zielen ✚ Abstimmung der Presseaktionen, z.B. Pressekonferenz, Pressegespräche ✚ Auswahl relevanter Themen für Presseinformationen ✚ Erstellung der ersten Basisdaten zur Information für die Fachpresse ✚ Überprüfung der Verfügbarkeit von Presseunterlagen (Pressemappen, Bildmaterial, Fotos etc.) ✚ Presseansprechpartner (Falls Sie die Aufgabe einer Agentur übertragen wollen, ist es jetzt höchste Zeit!) ✚ Erstellung eines Maßnahmenkatalog für Ihre Pressearbeit (Termin- und Ablaufplan) <p>Abspraken mit der Presseabteilung der Messegesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Anmietung Pressefach ✚ Eintrag Presseführer ✚ Abfrage/Nennung von PR-relevanten Themen 		
10 Wochen	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Basisdaten für Vorab-Presseinformationen vorbereiten (Text, Antwortfax zur Terminvereinbarung, Bildmaterial, Presseverteiler) ✚ Pressemappen vorbereiten (Presetexte, Bildmaterial, sonstige Informationen, Übersetzungen) ✚ Pressekonferenztermin (Anlass überprüfen!) mit Messegesellschaft 		
8 Wochen	Aussendung der Vorab-Presseinformationen		
4 Wochen	Versand der Einladung der Fachpresse an Ihren Stand bzw. zur Ihrer Pressekonferenz		
2 Wochen	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Überprüfung aller PR-Materialien (Ist alles bereit?) ✚ Rücksprache mit dem Pressereferat der Messe bezüglich Fotorundgang am Messevortag 		
ZEIT	MAßNAHMEN	ZUSTÄNDIGKEIT	BEMERKUNG

VOR DER MESSE			
1 Woche	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Konfektionierung der Pressemappen ✚ Vorbereitung der Pressekontaktbögen ✚ Überprüfung der Rückläufer aus der Presse-Einladung ✚ Erstellung Terminübersicht für Pressegespräche 		
1 Tag	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Pressefach befüllen 		
AUF DER MESSE			
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Presse-Ansprechpartner vor Ort ✚ Regelmäßige Kontrolle des Pressefaches ✚ Pressemappen am Stand zur Verfügung halten ✚ Pressegespräche dokumentieren und Pressekontakte erfassen 		
NACH DER MESSE			
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Beobachtung der Berichterstattung ✚ Auswertung der Pressekontakte und Aktualisierung des Presse-Verteilers ✚ Einhaltung gegebener Versprechen an Journalisten (Infomaterial, Pressemappen, Interviews, Fallstudien) ✚ Nachversand von Pressemappen an Journalisten, die nicht zu Ihnen an den Stand gekommen sind ✚ Erstellen einer Messe-Pressedokumentation ✚ Überprüfung der PR-Ziele ✚ Auswertung und Budgetüberprüfung (fließt in die Gesamt-Messeauswertung ein!) 		