

Checkliste für die Pressearbeit zur Intersolar / ees Europe 2016

Dies ist die Kurzform unserer PR-Checkliste. Sie enthält die Basics einer guten Öffentlichkeitsarbeit. Sie wünschen mehr praxiserprobte Tipps? Bestellen Sie **die detaillierte Profi-Liste mit 52 Punkten [hier](#)** – kostenlos!

1. Ein PR-Konzept erstellen, PR-Maßnahmen planen

- Wen wollen Sie erreichen und was soll Ihre Zielgruppe über Sie erfahren?
- Welche Journalisten wollen Sie ansprechen (regional, national, international)?
- Welche Produkte und Dienstleistungen sollen im Vordergrund stehen?
- Wie grenzen Sie sich vom Wettbewerb ab?
- Haben Sie die Deadlines für die Vor- und Nachberichterstattung zur Intersolar Europe der relevanten Fachmedien und Messezeitschriften recherchiert?
- Haben Sie die Deadlines für die (teilweise kostenlosen) Kommunikationsmöglichkeiten der Intersolar Europe im Blick? Hier finden Sie mehr Informationen dazu:
<http://www.intersolar.de/de/fuer-aussteller/messeplanung/presseservices.html>

2. Die eigene Website und Social Media Kanäle nutzen

- Findet man auf Ihrer Website einen Hinweis auf die Intersolar Europe und auf Ihren Messestand?
- Weisen Sie in Ihren Emailsignaturen und weiteren Kommunikationsmitteln (Broschüren, Anzeigen, etc.) auf Ihre Messeteilnahme hin?
- Nutzen Sie Ihre Social Media-Kanäle, um auf den Messeauftritt hinzuweisen?
- Stellen Sie Journalisten auf Ihrer Website digitale Pressemappen zum Download zur Verfügung?

3. Neuheiten kommunizieren

Prüfen Sie ihre Neuheiten-PR mit Hilfe der 16 zielgerichteten Fragen unserer **Profi-Checkliste!** Sie können sie [hier](#) bestellen.

4. Eine Presseveranstaltung am Messestand organisieren

- Haben Sie Ihre Veranstaltung im Presse-Eventkalender der Intersolar/ees vorgemerkt?
Achtung: Deadline ist der **31. Mai!**
- Was soll das Ziel / das Thema des Events sein? Wer der Referent?
- Wer organisiert die Veranstaltung?
- Kennen Sie die relevanten Journalisten? Wen laden Sie ein und wie viele Personen werden erwartet?
- Haben Sie bei der Terminplanung auf Konkurrenzveranstaltungen geachtet?
- Haben Sie Ihren Termin entsprechend bekannt gemacht?
- Wer kümmert sich um die Präsentation, das Einladungsmanagement und die Technik?
- Brauchen Sie einen Moderator und / oder einen Übersetzer?
- Haben Sie Pressematerial vorbereitet?

Hinweis: Eine Presseveranstaltung eignet sich nur bei ausreichendem Neuheitenwert. Weitere, detaillierte Informationen finden Sie in unserer Profi-Checkliste ([hier bestellen](#)) und [in unserem PR-Leitfaden für Neue Energien](#).

Copyright: Krampitz Communications 2016. Veröffentlichung nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.