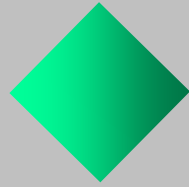


Gebhardt-Seele



Gebhardt-Seele

**Die Begleitung eines Messeauftritts
durch aktive Pressearbeit
hat vielen Unternehmen zu
höherer Aufmerksamkeit verholfen**

Eine Informationsbroschüre zum Thema:

„Messebegleitende Pressearbeit“

aus dem Pressebüro Gebhardt-Seele

Leonrodstr. 68
D-80636 München
www.gebhardt-seele.de
Telefon: (089) 50 03 15-0

Ansprechpartner für weitere Informationen:



Isabell Groß, PR-Beraterin
isabell.gross@gebhardt-seele.de



Shinta Hetterich, PR-Beraterin
shinta.hetterich@gebhardt-seele.de



Stephan Gebhardt-Seele,
Geschäftsführer
stephan@gebhardt-seele.de

Telefon: (089) 50 03 15 0

Informationen, Videos und Downloads unter:
www.gebhardt-seele.de

Inhalt:

1. **Der Unterschied:** Zwischen bezahlter Werbung und redaktioneller Berichterstattung
2. **Die Messe:** Journalisten *wollen* berichten
3. **Die Pressemitteilung:** Frequently Made mistakes oder: Wie man Redakteure ärgert
4. **Die Pressemitteilung:** Qualitätsmerkmale
5. **Der Messevorbericht:** Checkliste

1. Der Unterschied:

Zwischen bezahlter Werbung und redaktioneller Berichterstattung

Bezahlte Werbung

Zeitungen, Zeitschriften oder private Radio- und Fernsehsender beziehen ihre Einnahmen in erster Linie aus bezahlten Werbeaufträgen.

Die Seiten, Flächen oder Sendeminuten werden – gegen Geld – an Unternehmen verkauft, die darin präsentieren können, was sie wollen und wie sie wollen.

Natürlich würde sich kaum jemand für ein Medium interessieren, das nur aus Werbung besteht. Tatsächlich interessant sind in erster Linie die Berichte im redaktionellen Teil.

Redaktionelle Berichterstattung

Der redaktionelle Teil wird allerdings ausschließlich von den Redakteuren bestimmt. Man kann dort keine „PR-Schaltung“ oder Veröffentlichung kaufen (dafür müsste man – wie der dafür bekannte südeuropäische Regierungschef – schon den ganzen Zeitungsverlag oder den Fernsehsender kaufen)

Um trotzdem im redaktionellen Teil eines Mediums zu erscheinen, machen viele Unternehmen aktive Pressearbeit.

2. Die Messe:

Journalisten *wollen* berichten

Eine Messe ist ein Ereignis

Medien orientieren ihre Berichterstattung fast immer an Ereignissen. Dies erklärt, warum Mozarts Requiem am Jahrestag seines tragischen Todes (5. Dezember) aus Sicht der Medien besonders schön klingt.

Eine Messe ist ein Ereignis. Also *werden* die entsprechenden Medien darüber berichten.

Die Redaktionen sind überflutet

Eine Messe ist für die Medien zwar ein schönes, berichtenswertes Ereignis. Aber das Problem für die Redaktion ist: Viel passiert gleichzeitig – sehr viel sogar! Worüber soll man berichten?

Redakteure müssen anlässlich einer Messe und der damit verbundenen Flut an Informationen gnadenlos aussortieren.

Medien denken nur an sich selbst

Ein Medienredakteur sieht seine Aufgabe nicht darin, einem Unternehmen beim Bekanntwerden – oder gar beim Abverkauf – zu helfen.

Das wäre nämlich genau das, womit sein Kollege, der Anzeigenvertreter, das Gehalt des Redakteurs hereinbringt.

Der Redakteur muss vielmehr ein attraktives Heft, einen aufregenden Artikel machen.

Denn das bedeutet für den Verlag:
Quote, Auflage, Leser-Blatt-Bindung!
Und die bestimmen die Anzeigenpreise.

Also wird der Redakteur seine redaktionellen Inhalte genau nach diesem Maßstab aussuchen:
Was ist *wirklich* relevant, was ergibt einen attraktiven Beitrag und bringt Leser?

3. Die Pressemitteilung: Frequently Made Mistakes oder: Wie man Redakteure ärgert

...am Beispiel eines typischen Amateurbeitrags, „gefunden im kostenlosen Presse-Portal www.open-pr.de



Die Headline ist unverständlich und enthält keine echte Nachricht.



Der Text beginnt mit einer nichtssagenden Plattitüde.



Ein Foto : fehlt.



Der Text enthält angeberische Selbstbeweihräucherung, ...



...typischen „Werbegespräch“ und...



...geschwollenes Geschwätz ohne konkrete Information.



Eine sachliche Nachricht, falls überhaupt vorhanden, verbirgt sich...



...eingenebelt in unverständliche Abkürzungen, Anglizismen und wolkige Worthülsen ohne spezifischen Inhalt.

Pressemitteilung

Fitroyal bietet seinen Kunden jetzt auch PEAK-Produkte

Service reift zu einem tragenden Erfolgsfaktor der Zukunft.

Das hat auch der Fitness Online Shop Fitroyal Sporternährung erkannt. Die dazu notwendige Neuausrichtung von Fitroyal Sporternährung wird sich vor allem in der Produkterweiterung wiederfinden und vollziehen.

Gerade jetzt hat Fitroyal Sporternährung zahlreiche Produkte des Herstellers Peak mit in sein großes Sortiment aufgenommen und verschafft seinen Kunden dadurch einen noch größeren Mehrwert.

Ein erfolgreiches Unternehmen wie Fitroyal Sporternährung konzentriert sich immer auf die Quelle aller Werte – nämlich den Kunden.

Gerade durch die Artikel von Peak – wie zum Beispiel Peak Amino Anabol mit reichhaltigen BCAAs oder Peak Createston Ergogenic All-In-One Formula mit zahlreichen essentiellen Aminosäuren kann bei Bodybuildern und Kraftsportlern ein signifikant schneller Muskelaufbau und ein effektiver Muskelzuwachs erreicht werden.

Weitere qualitativ hochwertige Produkte des Herstellers Peak sind für Sportlerinnen und Sportler jetzt im Fitness Online Shop von Fitroyal verfügbar.

4. Die Pressemitteilung: Qualitätsmerkmale

Orientierungs-Zeile:

sagt dem Redakteur,
was das ist:
ein Messe-Vorbericht

Messevorbericht zur IDS 2011, 22.–26. März in Köln

Headline:

informiert über den Nutzen
und bringt auf den Punkt,
um was es geht

Spart Kosten und Zeit: E-Learning-Programm ermöglicht Fortbildung ohne Arbeitszeitverlust

Für das Jahr 2011 wurden verschärfte behördliche Überwachungen zur Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften bei der Aufbereitung von Medizinprodukten angekündigt. Dabei wird Wert auf den Nachweis der Sachkunde gelegt: Neue gesetzliche Richtlinien empfehlen, dass die mit der Aufbereitung medizinischer Produkte beschäftigten Praxisangestellten eine fachliche Qualifikation nachweisen müssen, wozu die Fortbildung zur Sterilgut-Assistentin gehört. Nur bei Einhaltung dieser Bestimmungen haben Praxisinhaber die erforderliche rechtliche Sicherheit. Zum Erwerb des nötigen Zertifikats war bisher die Teilnahme an einem 40-stündigen, kostspieligen Präsenzkurs notwendig.

Fakten-Hintergrund:

Warum das Thema
JETZT wichtig ist

Hervorgehoben: Die tatsächliche Nachricht, die eigentliche NEWS

Wer, was, wann, wie und warum;
kurz, klar, wahr
und ohne beweihräuchernde
Schnörkel

Die HS-Akademie (Kelkheim) bietet nun ein in Deutschland einzigartiges E-Learning-Programm an, das Prof. Dr. Gerhard Hücker, Geschäftsführer der HS-Akademie, entwickelt hat. Das Unternehmen ist ein Geschäftsbereich der HS System- und Prozesstechnik GmbH, einem akkreditierten Prüflabor für die Aufbereitung von Medizinprodukten. Die HS-Akademie bildet anhand seines Online-Programms zahnmedizinische Fachkräfte zu Sterilgut-Assistentinnen aus und präsentiert auf der IDS 2011 in Köln dieses Programm.

Informationen zum Problem:

Was ist das Problem, das die
Branche tatsächlich
beschäftigt und mit dem neuen
Produkt gelöst wird

Die Fachkräfte in zahnärztlichen, kiefer- und oralchirurgischen Praxen sind ein eingespieltes Team. Da fällt es schwer, auf jemanden verzichten zu müssen, um ihn in einem mehrtägigen Präsenzkurs fortbilden zu lassen. Das neue E-Learning-Programm deckt alle in den behördlichen Richtlinien geforderten Lerninhalte ab, heißt es in einer Presseinformation des Unternehmens. Gleichzeitig gestattet der Online-Kurs den Teilnehmern größtmögliche zeitliche Flexibilität.

Detail-Informationen zum Produkt

Die zehn aufeinander aufbauenden Einheiten des Kursprogramms vermitteln in den Anfangsmodulen die rechtlichen Grundlagen sowie fundierte Kenntnisse zur Praxishygiene, zur Instrumentenkunde und zur Verpackung, Kennzeichnung und Lagerung von Medizinprodukten. In den höheren Modulen werden die Prinzipien der Aufbereitung von Reinigung, Desinfektion und Sterilisation behandelt. Daran schließen sich Einheiten zur Validierung von Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsverfahren an. Die Kursmodule sind mit Bildern, Grafiken, Animationen und teilweise mit Ton ausgestattet.

Fakten zur Verfügbarkeit

Die Anmeldung zum Kurs erfolgt schriftlich. Jeder Teilnehmer erhält Zugangsdaten, mit denen das Online-Programm für sechs Monate freigeschaltet wird. Lediglich für die 90-minütige Prüfung ist die persönliche Anwesenheit erforderlich. Seit Dezember 2010 ist der Kurs für die ersten 40 Teilnehmer zugänglich, im März 2011 finden die ersten Prüfungen statt.

Für nähere Informationen steht auf der IDS 2011 Prof. Hücker in Halle 11.1 am Stand D 055 zur Verfügung. Dort können Besucher das E-Learning-Programm selbst testen. Zudem wird Hücker den Online-Kurs bei Vorträgen in der IDS Speakers' Corner in Halle 3.1 am 22. März um 14.30 Uhr sowie am 23. März um 14 Uhr und am 24. März um 16.30 Uhr vorstellen.

Weitere Infos unter www.hs-akademie.de oder auf der Site unseres Fachmagazins *Chance Praxis* unter www.chance-praxis.de/praxis/fortbildung.html.

**Ort, Zeit,
persönliche Ansprechpartner
und Web-Adressen
für weitere Informationen**

**Portraitfoto
des Ansprechpartners
und der Person für ein
mögliches Interview**

**Bildbeschreibung,
Bildunterschrift,
Quellenangabe**

**ein
repräsentatives Bild
vom Produkt,
mit Bildbeschreibung und
Bildunterschrift**



Bild-ID: Hücker.jpg

Bildunterschrift: Prof. Dr. Gerhard Hücker ist Geschäftsführer der HS-Akademie und hat das E-Learning-Programm zusammen mit Zahnärzten entwickelt.

Quelle: HS-Akademie

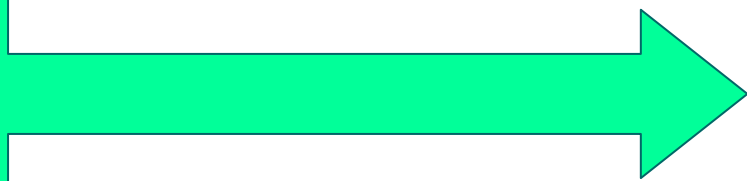


Bild-ID: Screenshot2.jpg

Bildunterschrift: Die Module sind mit zahlreichen Bildern und Animationen versehen. Unten links ist der Lernfortschritt des Kursteilnehmers dokumentiert.

Quelle: HS-Akademie

**Und schließlich,
das eigentlich
entscheidende
Qualitätsmerkmal...**



Redaktionelle Veröffentlichung
im Messe-Informationsteil
der wichtigsten Branchenzeitschrift



www.dzw.de
**Die Zahnarzt
Woche** **DZW**

Unabhängige Wochenzeitung für Zahnarzt und Dentalmarkt



IDS NEUHEITEN IDS NEUHEITEN

Spart Kosten und Zeit

E-Learning-Programm ermöglicht Fortbildung ohne Arbeitszeitverlust

Für das Jahr 2011 wurden verschärfte behördliche Überwachungen zur Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften bei der Aufbereitung von Medizinprodukten angekündigt. Dabei wird Wert auf den Nachweis der Sachkunde gelegt: Neue gesetzliche Richtlinien empfehlen, dass die mit der Aufbereitung medizinischer Produkte beschäftigten Praxisangestellten eine fachliche Qualifikation nachweisen müssen, wozu die Fortbildung zur Sterilgut-Assistentin gehört. Nur bei Einhaltung dieser Bestimmungen haben Praxisinhaber die erforderliche rechtliche Sicherheit.

Zum Erwerb des nötigen Zertifikats war bisher die Teilnahme an einem 40-stündigen, kostspieligen Präsenzkurs notwendig. Die HS-Akademie (Kelkheim) bietet nun nach eigenen Angaben ein in Deutschland einzigartiges E-Learning-Programm an, das Prof. Dr. Gerhard Hücker, Geschäftsführer der HS-Akademie, entwickelt



Prof. Gerhard Hücker, Geschäftsführer der HS-Akademie, Kelkheim, hat das E-Learning-Programm gemeinsam mit Zahnärzten entwickelt.

Das Unternehmen ist ein Geschäftsbereich der HS System- und Prozesstechnik GmbH, einem akkreditierten Prüflabor für die Aufbereitung von Medizinprodukten. Die HS-Akademie bildet

anhand seines Online-Programms zahnmedizinische Fachkräfte zu Sterilgut-Assistentinnen aus und präsentiert auf der IDS 2011 in Köln dieses Programm.

Die Fachkräfte in zahnärztlichen, kiefer- und oralchirurgischen Praxen sind ein eingespieltes Team. Da fällt es schwer, auf jemanden verzichten zu müssen, um ihn in einem mehrtägigen Präsenzkurs fortbilden zu lassen. Das neue E-Learning-Programm deckt alle in den behördlichen Richtlinien geforderten Lerninhalte ab, heißt es in einer Presseinformation des Unternehmens. Gleichzeitig gestattet der Online-Kurs den Teilnehmern größtmögliche zeitliche Flexibilität.

Die zehn aufeinander aufbauenden Einheiten des Kursprogramms vermitteln in den Anfangsmodulen die rechtlichen Grundlagen sowie fundierte Kenntnisse zur Praxishygiene, zur Instrumentenkunde und zur Verpackung, Kennzeichnung und Lagerung von Medizinprodukten. In den höheren Modulen werden die Prinzipien der Aufbereitung von Reinigung, Desinfektion und Sterilisation behandelt. Daran schließen sich Einheiten zur Validierung von Reinigungs-



Abb. 2: Die Module sind mit zahlreichen Bildern und Animationen versehen. Unten links ist der Lernfortschritt des Teilnehmers dokumentiert.

verfahren an. Die Kursmodule sind mit Bildern, Grafiken, Animationen und teilweise mit Ton ausgestattet.

Die Anmeldung zum Kurs erfolgt schriftlich. Jeder Teilnehmer erhält Zugangsdaten, mit denen das Online-Programm für sechs Monate freigeschaltet wird. Lediglich für die 90-minütige Prüfung ist die persönliche Anwesenheit erforderlich. Seit Dezember 2010 ist der Kurs für die ersten 40 Teilnehmer zugänglich, im März 2011 finden die ersten Prüfungen statt.

Für nähere Informationen steht auf der IDS 2011 Prof. Hücker in Halle 11.1 am Stand D 055 zur Verfügung.

Dort können Besucher das E-Learning-Programm selbst testen. Zudem wird Hücker den Online-Kurs bei Vorträgen in der IDS Speakers' Corner in Halle 3.1 am 22. März um 14.30 Uhr sowie am 23. März um 14 Uhr und am 24. März um 16.30 Uhr vorstellen. Weitere Infos unter www.hs-akademie.de oder auf der Site unseres Fachmagazins *Chance Praxis* unter www.chance-praxis.de/praxis/fortbildung.html.

„Geht doch.“

5. Messevorbericht: Checkliste



Erster und wichtigster Punkt: RECHTZEITIG

Ein Messevorbericht soll *vor* der Messe veröffentlicht werden. Medienvertreiter lieben es nicht, erst auf den letzten Drücker angegangen zu werden. Das bedeutet, die ganze Sache muss viele Wochen, unter Umständen sogar Monate vor Beginn der Messe eingestellt werden.



Was geschieht? Nur die Fakten!

Das Schema lautet: *Messe X: Firma Y zeigt Z und was ist das Neue daran.* Keine Werbung, keine Selbstbeweihräucherung, keine Allgemeinplätze, keine Beteuerungen, keine Rechtfertigung, keine Firmenphilosophie. Nur die News, nur die Fakten! Firmen- und Produktnamen nicht übertrieben oft nennen. Keine von deutscher Rechtschreibung abweichende Corporate-Design-Schreibweisen verwenden, keine Großbuchstaben, keine Wort-Bild-Marken und keine ®-s (die Redakteure haben nur zusätzliche Arbeit, das alles wieder rauszunehmen oder rückgängig zu machen).



Gute Bilder

Ein oder zwei Bilder (nicht mehr), die sich direkt auf die Nachricht beziehen. Idealerweise eine Person (Ansprech- bzw. Interviewpartner) und ein repräsentatives Produkt- oder Einsatzbild. Die Bilder müssen zeigen, was die Pressemitteilung im Kern aussagt, in guter Qualität und reproduktionsfähig sein. Bildbeschreibung und Bildunterschrift und Quelle dürfen nicht fehlen.



Eindeutigen Ansprechpartner nennen

Redakteure möchten sich bei Rückfragen nicht mühsam durchtelefonieren. Eine Person mit E-Mail und Telefonnummer, die für die Fragen der Medienvertreter zuständig ist, erleichtert ihnen die Arbeit.



Medienvertreter aktiv kontaktieren

Pressematerial einfach nur in die Pressefächer des Messeveranstalters legen zu lassen, ist eine Flaschenpost. Journalisten sind hoffnungslos überflutet. Sie haben keine Zeit, sich Informationen zusammensuchen, deren Nutzen sie jetzt noch nicht abschätzen können. Hunderte von Ausstellern bombardieren die Redaktionen mit Material und buhlen um Aufmerksamkeit. Medienvertreter müssen explizit auf eine Sache aufmerksam gemacht werden, die berichtenswert ist.

Gebhardt-Seele Gebhardt-Seele



Pressebüro Gebhardt-Seele
Leonrodstr. 68
D-80636 München
www.gebhardt-seele.de
Telefon: (089) 50 03 15-0

Ansprechpartner für weitere Informationen:



Isabell Groß, PR-Beraterin
isabell.gross@gebhardt-seele.de



Shinta Hetterich, PR-Beraterin
shinta.hetterich@gebhardt-seele.de



Stephan Gebhardt-Seele,
Geschäftsführer
stephan@gebhardt-seele.de