

24.04.2013: ISH: Pressearbeit auf dem Prüfstand

Kritische Analyse zeigt: oft erhebliche Mängel bei Qualität und Ausführung / Thielenhaus & Partner: „unfreiwilliger Verzicht auf gute Kommunikations-Chancen“ / Die gängigsten Schwachstellen auf einen Blick / MarCom: Ansätze zur Verbesserung der Kosten-Nutzen-Relation



Auf der ISH 2013 hat sich die deutsche SHK-Industrie erneut mit erheblichem Aufwand dem internationalen Fachpublikum präsentiert. Die Annahme, dass die Aussteller auch bei der Fachpressearbeit alle Register gezogen haben, erwies sich jedoch in erstaunlich vielen Fällen als trügerisch.

Darauf weist die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner hin, die seit über 25 Jahren namhafte Hersteller und Kooperationen auch bei der PR-Arbeit berät und betreut. Der Dienstleister hat zur ISH ausgelegte Presseunterlagen im Wege einer kursorischen Prüfung, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, analysiert. Dabei habe man z. T. erstaunliche Defizite festgestellt. Zu den auffälligsten Phänomenen und Mängeln zählten:

- keine schriftlichen Journalisten-Einladungen zum Standbesuch
- kein redaktionell verwertbares Text- und Foto-Material
- mit dem Aufkleber „Presse“ veredelte Klarsichthüllen, die lediglich Prospekte feilboten
- offensichtlich von Werbetextern verfasste „Presseinformationen“
- keine englischsprachigen Pressemappen für ausländische Fachzeitschriften
- keine Auslage von Unterlagen im Pressezentrum
- Pressekonferenzen ohne relevante Inhalte und kompetente Durchführung
- Verzicht auf den Aufbau und Ausbau persönlicher Kontakte zu den Fachredaktionen
- Unterlassung einer konsequenten Nachbearbeitung

Dietrich W. Thielenhaus zeigt sich angesichts dieser erheblichen Schwachstellen überrascht: „Wer als Aussteller die Instrumente und Möglichkeiten professioneller Pressearbeit ungenutzt lässt, verzichtet auf erhebliche Multiplikatoren-Effekte bei der flächendeckenden Information über Produktneuheiten. Und er schwächt die ROI-Bilanz seines in der Regel sehr kostenintensiven Messeauftritts“.

Thielenhaus & Partner entwickelt und realisiert als Full-Service-Agentur

– auch international – komplette Strategien und Aktionsprogramme in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Produktinnovation. Weitere Informationen via www.thielenhaus.de oder bei

Telefon: 0202 - 97010-0

THIELENHAUS & PARTNER

Agentur für Marketing GMBH
Dönberger Straße 92
42111 Wuppertal
Deutschland
info@thielenhaus.de
www.thielenhaus.de

[Zurück zur Übersicht](#)

[Impressum](#)