



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum Einsatz von Bio-Produkten

Warum lohnt sich Pressearbeit über den Einsatz von Bio-Produkten in den eigenen Küchen?

Wahrnehmung von hohem sozialem und gesellschaftlichem Engagement

Motivation der Mitarbeitenden

Inspiration anderer zur Nachahmung

Welche Vorbereitungen sind erforderlich?

Bestandsaufnahme aller regional relevanten Medien zur Anfertigung eines Presseverteilers mit Ansprechpersonen

Tageszeitungen



Radio-sender



Fernseh-sender



Internet-seiten



kommunale Publikationen



Intranet



Blogs



Soziale Medien



Welche wirkungsvollen Möglichkeiten der Presseansprache gibt es?

A **Pressemitteilung zur Erstinformation**

- Aussagekräftiger und spannender Titel
- Die wichtigsten Infos in den ersten Sätzen (Wer?, Was?, Wo?, Wie?, Warum?)
- Ansprechperson für Rückfragen nennen
- Gute Pressefotos zur Verfügung stellen

B **Pressegespräch vor Ort**

- Besichtigung eines Bio-Lieferantenbetriebes oder einer Kantine organisieren
- Hintergrundgespräche mit relevanten Ansprechpersonen ermöglichen
- Imbiss aus Bio-Zutaten vorbereiten

Was macht eine Nachricht interessant?

1



Aktualität

Ist das Geschehen neu oder besonders aktuell?

Beispiel: Einstieg in den Einsatz mit Bio-Produkten

2



Prominenz

Sind prominente Personen beteiligt?

Beispiel: Bürgermeisterin oder Bürgermeister eröffnet Bio-Aktionswoche in der Kantine

3



Erfolg

Gibt es berichtenswerte Erfolge oder Fortschritte?

Beispiel: Erreichung einer Bio-Quote von 50 % in allen städtischen Kitas und Schulen

BioBitte.

Mehr Bio in öffentlichen Küchen

www.bio-bitte.info