

Leitfaden Pressearbeit zum „Tag des Obstbrandes“ - 2. Oktober

1. Grundsatz: Journalismus statt Werbung, denn Redaktionen berichten über Themen, Menschen, Entwicklungen und Geschichten – nicht über Werbung.

Deshalb sollte eine Pressemitteilung immer einen **Nachrichtenwert** bieten:

- 🍒 Was ist neu? 🍏 Warum ist das für die Region interessant?
- 🍇 Welche Menschen stehen dahinter? 🍋 Welchen Nutzen hat das für die Leserinnen und Leser? 🍒 Warum gibt es den Tag des Obstbrandes? 🍏 Welche Bedeutung haben Streuobstwiesen? 🍇 Was leisten Brennereien? 🍋 Menschen und Familienbetrieb zeigen
- 🍒 ...

Erst dann der **Veranstaltungshinweis**:

Was findet statt: Name der Veranstaltung (bsp. Tag der offenen Brennerei)

Wo: (Ort) | Wann: (Tag und Uhrzeit)

Anmeldung: (Kontakt Email und/oder Telefon)

👉 Je lokaler, desto höher die Veröffentlichungswahrscheinlichkeit – lokale Zeitungen (ggf. regionale Wochenendzeitungen, Stadtanzeiger, Gemeindeblatt, ...)

👉 **Bilder** erhöhen die Chancen erheblich – wie Brenner:in bei der Arbeit, Obsternte, Streuobstwiese, Brenngeräte, Familie- und Mitarbeiterfoto, (Bildformat: .jpg in hoher Auflösung inkl. Bildautor/-recht)

xxx Nicht xxx: „Wir verkaufen Produkt XY.“

2. Der richtige Zeitpunkt

4–6 Wochen vorher: Ankündigung der Veranstaltung, mit Plakatwerbung, Flyern, einem ersten SocialMedia Post – als Vorabinformation für Veranstaltungskalender | Veranstaltungstipps | Interviews oder Hintergrundberichte

7–14 Tage vorher: Idealer Zeitraum für die eigentliche Pressemitteilung - Die Veranstaltung ist nah genug, um aktuell zu sein, aber weit genug entfernt, damit die Redaktion planen kann.

🔗 **Pressebeispiele** dürfen im Wortlaut oder in eigener Abwandlung genutzt werden - unter:

<https://bdko.de/tag-des-obstbrandes/>

1–3 Tage vorher: Social Media nochmals verstärkt nutzen! Nur als kurze Erinnerung oder bei besonderen Anlässen. Nicht mehr mit einer langen Pressemitteilung beginnen. 🔗 **SocialMedia-Texte** dürfen im Wortlaut oder in eigener Abwandlung genutzt werden - unter: <https://bdko.de/tag-des-obstbrandes/>

Bilder nicht vergessen 😊

Merksatz: Geschichte zuerst, Veranstaltung danach.

Menschen, Handwerk, Region und Nutzen stehen im Mittelpunkt – der Veranstaltungshinweis kommt als konkrete Einladung am Ende. xxx NICHT „Wir verkaufen Produkt xyz.“