LEITFADEN

**PR-Arbeit Bäckman-Aktion**

**Nutzen Sie Ihre Backbus-Aktion für eine regionale Berichterstattung**

**Mit diesem Leitfaden möchten wir Sie in Ihrer lokalen PR-Arbeit unterstützen. Haben Sie sich für eine Bäckman-Aktion entschieden, empfiehlt es sich, darüber zu berichten, um die regionale Aufmerksamkeit zu steigern. Plattformen dafür sind die Information der lokalen Medien in Form von Pressemitteilung und Einladung vor Ort, die eigene Webseite und Ihre Social-Media-Präsenz, beispielsweise bei Facebook.**

**Kompaktinfo Pressemitteilung**

Die Pressemitteilung ist das absolute PR-Basisinstrument. Journalisten machen aufgrund enger Zeitpläne mehr und mehr Gebrauch davon. Für die Ankündigung Ihrer Bäckman-Aktion finden Sie eine **Musterpressemitteilung** zum Download unter <https://www.baeckman.de/backbus/#downloads>. Sie haben so die Möglichkeit, Ihre Aktion im Vorfeld bei regionalen Pressevertretern anzukündigen, um sie über die Aktion zu informieren und gleichzeitig zum Aktionstag in Ihre Bäckerei einzuladen.

Recherchieren Sie die Medien in Ihrer Region. Welche Tageszeitungen, Magazine, Radiosender oder lokale TV-Stationen gibt es? Anhand dieser Medienliste finden Sie nun die Ansprechpartner in den Redaktionen für Ihr Thema heraus. Wer schreibt über regionale Verbraucher- und Lokalthemen? Rufen Sie in den Redaktionen an und lassen Sie sich die E-Mail-Adresse und im besten Fall die Telefonnummer des verantwortlichen Redakteurs geben.

**Webseite und Social Media**

Falls Sie eine unternehmenseigene Webseite pflegen oder eine Social-Media-Präsenz nutzen, können Sie auch hier über die Aktion berichten – und das vor, während und nach der Veranstaltung. Bei Bedarf können Sie sich dafür einen internen Beauftragten mit ins Boot holen, der die Informationen auf den Kanälen verbreitet.

**Checkliste**

**Zwei Wochen vor der Aktion**

Ankündigung der Bäckman-Aktion in Form einer Pressemitteilung

⬜ Recherche der Medien in Ihrer Region

⬜ Vernetzen Sie sich mit den Ansprechpartnern der Presse (E-Mail, Telefon). Bitte beachten: Aktualisieren Sie Ihre Pressekontakte in regelmäßigen Abständen.

⬜ Erstellung und Versand der Pressemitteilung per E-Mail

⬜ Ggf. nachtelefonieren, um persönlich zur Veranstaltung einzuladen

⬜ Übersicht der angemeldeten Medienvertreter erstellen

⬜ Ggf. einen Mitarbeiter für die Pressebetreuung am Aktionstag abstellen

⬜ Für professionelles Bildmaterial ggf. Fotografen für den Aktionstag bestellen

**Bitte beachten:** Für die Anwesenheit und die Fotodokumentation der Veranstaltung durch Pressevertreter und Fotografen müssen Sie Einverständniserklärungen der Eltern für ihre Kinder sowie der erwachsenen Betreuungspersonen einholen. Vorlagen für die Einverständniserklärungen finden Sie im Servicebereich.

**Eine Woche vor der Aktion**

Ankündigung der Bäckman-Aktion auf Webseite und Social-Media-Präsenz

⬜ Erstellung Text

⬜ Bildauswahl (Illustrationen und Bildmaterial unter [www.baeckman.de/service/presse/](http://www.baeckman.de/service/presse/))

⬜ Online veröffentlichen

**Am Aktionstag oder am Tag danach**

Nachberichterstattung zur Bäckman-Aktion

⬜ Erstellung Pressetext

⬜ Auswahl Bildmaterial

⬜ Versand der Pressemeldung an regionale Medien, die nicht vor Ort waren

⬜ Erstellung Text für Webseite und Social Media auf Basis der Pressemeldung

⬜ Auswahl Bildmaterial

⬜ Online veröffentlichen

Wünschen Sie besondere Unterstützung in der regionalen PR-Arbeit, wenden Sie sich bitte an das Aktionsbüro der Werbegemeinschaft des Deutschen Bäckerhandwerks.

**Kontakt Aktionsbüro:**

Tel.: 030 / 20 64 55 – 55, Fax: 030 / 20 64 55 – 77,

E-Mail: [aktionsbuero@innungsbaecker.de](mailto:aktionsbuero@innungsbaecker.de)