

## Öffentlichkeitsarbeit für Speisepilze

### 62. Jahrestagung des BDC am 1. Oktober 2010 in Straelen

#### 1 Einleitung

Auf seiner 61. Jahrestagung in Leipzig vom 1. bis 3. Oktober 2009 beschloss der BDC den Absatz deutscher Speisepilze durch Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit zu fördern. Im Dezember 2009 wurde ein Briefing als gemeinsame Arbeitsgrundlage (Rahmenbedingungen, Ziele, Zielgruppen, Aufgabenstellung, Instrumente, Erfolgsmessmethoden) erstellt, auf dessen Basis die Dienstleister im Februar 2010 ausgewählt wurden. Anfang Juli 2010 ging die Website online und Mitte Juli 2010 startete die Pressearbeit.

Das Ende 2009 auf Initiative des Zentralverbands Gartenbau (ZVG) gegründete Grüne Medienhaus (GMH) betreut die Kampagne. Neben der Pressearbeit zur Ansprache der Publikumsmedien, steuert das GMH die beteiligten Agenturen und Dienstleister. Das Grüne Medienhaus koordiniert sämtliche Maßnahmen unter Beachtung der Faktoren Zeit, Kosten und der definierten Zielvorgaben. Moderne Methoden der Erfolgsmessung prüfen und dokumentieren dabei zeitnah die Wahrnehmung der Kampagne in der Öffentlichkeit.

Die zentralen Botschaften, die Medien und Verbrauchern vermittelt werden sollen, lauten: „Pilze sind gesund!“ und „Deutsche Speisepilze garantieren Frische, Qualität und Sicherheit!“. Dabei sollen folgende Kernthemen die Botschaften vermitteln und behandeln:

- **Thema Gesundheit** (Mehrwert durch Pilze)
  1. Immunkraft, Herz & Kreislauf, Anti-Aging
  2. Haut & Haar, Magen & Darm und Krebsvorbeugung
- **Thema Umwelt & Frische:** Nachhaltigkeit, kurze Wege, Verlässlichkeit & Sicherheit (hohe Kontrollstandards in Deutschland), Arbeitsplätze in Deutschland, gute Energiebilanz
- **Kulturverfahren**
- **Rezepte**
- **Warenkunde**

#### 2 Die Website

Die Internetseite [www.gesunde-pilze.de](http://www.gesunde-pilze.de) ist der neue Kommunikationskanal zur Verbraucheransprache.<sup>1</sup> Bei der Gestaltung der Seite stand die übersichtliche Darstellung der Inhalte im Vordergrund. In den Rubriken Rezepte, Gesundheit, Made in Germany, Spiel & Spaß und kleine Pilzkunde erfährt der Verbraucher alles Wissenswerte über Champignons und andere in Deutschland angebaute Speisepilze. Einen besonderen und außergewöhnlichen Mehrwert bieten dem Verbraucher kurze Videofilme auf der Website, die Anleitungen zur Zubereitung von Pilzen und ernährungswissenschaftliche Informationen auf medial sehr moderne Art und Weise präsentieren.

---

<sup>1</sup> Die Internetseite [www.der-champignon.de](http://www.der-champignon.de) dient konsequent und ausschließlich der Branchenkommunikation und stellt Mitgliedern und Interessierten den BDC als Verband vor.

### 3 Die Pressearbeit

Seit Juli 2010 erhalten ca. 1.400 Redaktionen monatlich einen Mediendienst zu Champignons, Austernpilze und Shiitake. Der E-maildienst enthält Texte und Fotos, ist personalisiert und richtet sich an konkrete Ansprechpartner in den Redaktionen. Also kein: *Sehr geehrte Damen und Herren* sondern *Sehr geehrte Frau Meyer oder sehr geehrter Herr Müller*.

Zusätzlich werden die Presstexte und -fotos den Medien auf [www.gruenes-medienhaus.de](http://www.gruenes-medienhaus.de) angeboten, wodurch der Umfang an Themen und Bildern kontinuierlich wächst. Journalisten bietet sich somit die Möglichkeit, für ihre redaktionelle Arbeit jederzeit nach vielfältigen gartenbaulichen Themen recherchieren zu können.

### 4 Information der Branche

Im Sinne von Transparenz erhalten interessierte Branchenvertreter ebenfalls in einem eigenen Newsletter Informationen über die versendeten Mediendienste.

Michael Legrand  
Projektleiter Grünes Medienhaus  
Abt. der Förderungsgesellschaft Gartenbau mbH  
Godesberger Allee 142-148  
53175 Bonn  
Telefon: 0228/81002-27  
Telefax: 0228/81002-47  
Email: [Legrand@gruenes-medienhaus.de](mailto:Legrand@gruenes-medienhaus.de)  
[www.gruenes-medienhaus.de](http://www.gruenes-medienhaus.de)