

BIO WOCHEN **NRW**

ERLEBE BIO IN DEINER NÄHE!

TIPPS & ANREGUNGEN

FÜR GROSSKÜCHEN & GASTRONOMIE

INSPIRATIONEN (S. 2)

PRESSE & SOCIAL MEDIA (S. 3 – 12)

Landwirtschaftskammer
Nordrhein-Westfalen



Die BioWochen NRW werden gefördert vom:

Ministerium für Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



INSPIRATION

BIO IN RESTAURANTS UND GROSSKÜCHEN

Es ist ein Phänomen und zugleich leicht nachvollziehbar. Immer mehr Köchinnen und Köche, und Leiter/Innen von Restaurants, Betriebskantinen, Mensen oder anderen Großküchen entdecken die besonderen Qualitäten und Vorzüge von Bio-Erzeugnissen. Und auch ihre Gäste sind zumeist angetan von Bioprodukten aus regionalem Anbau.

„Tue Gutes und rede darüber“ ist ein alter Leitspruch aus der Öffentlichkeitsarbeit. Der gilt auch für die Fachleute aus der Küche! Und so haben sich schon in den vergangenen Jahren Restaurants und Großküchen mit werbewirksamen und informativen Veranstaltungen erfolgreich an den landesweiten BioWochen NRW beteiligt.

Wenn auch Sie Interesse haben, sich zu beteiligen, möchten wir Sie gerne beratend unterstützen. Hier ein paar Stichworte als Ideengeber:

BIOWOCHEN

Sie bieten über einen begrenzten Zeitraum Spezialitäten und Gerichte mit regionalen Bio-Produkten an. Bei Bedarf beraten und unterstützen wir Sie mit Infos und Info-Plakaten.

BAUER/BÄUERIN

VOR ORT

Sie klären Ihre Gäste auf, von welchen Biohöfen aus NRW Sie ihre Milchprodukte, Fleisch, Gemüse und Obst beziehen. Um das Info-Event noch authentischer zu machen, ist ein Landwirt/ eine Landwirtin vor Ort, die ebenfalls für Fragen Ihrer Gäste zur Verfügung steht.

BIOHOF-BESUCH

In Absprache mit der Geschäftsführung organisieren Sie für Ihre Gäste einen Besuch auf dem Biohof aus der Region. Hier lernen alle hautnah, was Ökolandbau bedeutet, und erleben, wo die täglich verzehrten leckeren Speisen ihren Ursprung haben. Ein exklusiver Bauernhofbesuch der besonderen Art.

**JETZT
MITMACHEN!**

Für welche Aktion rund um das Thema Bio Sie sich entscheiden – wir unterstützen Sie bei der Ideenfindung und Planung gerne. Schreiben Sie uns einfach eine Mail an info@biowochen-nrw.de, und wir melden uns zeitnah bei Ihnen.

BIO WOCHEN **NRW**

ERLEBE BIO IN DEINER NÄHE!

TIPPS & ANREGUNGEN

PRESSE & SOCIAL MEDIA
FÜR EURE VERANSTALTUNG

Landwirtschaftskammer
Nordrhein-Westfalen



Die BioWochen NRW werden gefördert vom:

Ministerium für Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Öffentlichkeitsarbeit geht nicht ohne Presse

Die lokalen Medien einbeziehen

Sie haben sich entschlossen, im Rahmen der BioWochen NRW auf dem eigenen Betrieb eine Veranstaltung mit Besuchern durchzuführen. Damit gehen Sie einen gut gewählten Schritt in der eigenen Öffentlichkeitsarbeit. Nutzen Sie dabei doch auch die Vorteile der Einbindung lokaler Medien. Egal in welcher Stadt, welcher Kommune, welchem Landkreis Sie wohnen – überall gibt es lokale Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Lokalradios und ein Lokalfenster des WDR.

Die Pressemitteilung zur Ankündigung

Streng genommen beginnt der Kontakt zur lokalen Presse mit einer Ankündigung (Pressemitteilung) Ihrer Veranstaltung und der Bitte, die Ankündigung in dem jeweiligen Medium aufzunehmen.

An dieser Stelle wollen wir auf das Thema Presse-Ankündigung nicht weiter eingehen, da wir in diesem Jahr ein besonderes Augenmerk auf Veranstaltungen mit niedriger / begrenzter Besucherzahl werfen. Hier gehen wir davon aus, dass der Teilnehmerkreis über Infoflyer und andere Ankündigungsformate vorab informiert wird. Sollten sie unsicher sein, ob Sie eine Presse-Ankündigung einsetzen wollen oder nicht, kontaktieren Sie hierzu einfach Matus Thöne: presse@biowochen-nrw.de oder 0171 5467415.

Die Presse-Einladung zur Veranstaltung

Grundsätzlich können Sie davon ausgehen, dass eine Veranstaltung von Ihnen und auf Ihrem Betrieb mit Besuchern auch bei Lokaljournalisten/innen auf damit auch bei deren Lesern, Hörern und Zuschauern auf Interesse stoßen wird. So möchten wir Sie ermuntern, zu Ihrer Veranstaltung auch Vertreter der lokalen Medien einzuladen.

Hierbei gibt es ein paar Dinge zu beachten, die wir im Folgenden kurz skizzieren:

Der Presse-Verteiler

Stellen Sie sich vor der Veranstaltung einen eigenen Presseverteiler zusammen. Sammeln Sie dazu die Namen, Adressen, Telefonnummern und vor allem auch die E-Mail-Adressen der lokalen Redaktion von Tageszeitungen, aller Anzeigenblätter, des im Kreis ansässigen Lokalradios und des zuständigen WDR-Fensters. Bei der Auswahl der Medien gilt: Lieber eine Adresse mehr als eine zu wenig.

Die Presse-Einladung

Etwa acht bis zehn Tage vor Ihrer Veranstaltung formulieren Sie (möglichst auf nur einer Seite) eine Presse-Einladung. Als Muster kann Ihnen die unten abgedruckte Presse-Einladung dienen. Am einfachsten versenden sie die Einladung per E-Mail. Natürlich ist dies auch per Briefpost oder Fax möglich.

Nachhaken

Drei Tage vor der Veranstaltung sollten Sie in der Redaktion anrufen und nachfragen, ob die Einladung angekommen ist, und ob der Termin von der Redaktion besetzt wird, also ob ein Medienvertreter vorbeikommt. Seien Sie darauf vorbereitet, eventuell am Telefon noch ein paar Informationen zur Veranstaltung geben zu müssen, damit die Redaktion, eine Einordnung vornehmen kann. Sollte die Einladung nicht angekommen sein, was insbesondere bei E-Mails schon mal passieren kann, dann verabreden Sie, dass diese sofort an die Redaktion erneut versendet wird.

Bitte nicht enttäuscht sein, wenn Sie hören, dass wahrscheinlich kein Medienvertreter kommen wird. Gerade Lokalredaktionen sind oftmals nur dünn besetzt oder arbeiten mit freien Journalisten, die möglicherweise auch gerade an Ihrem Termin zu einer



anderen Veranstaltung müssen.

Persönliche Ansprache bei der Veranstaltung

Wählen sie für den Veranstaltungstermin intern eine Person aus, die für die persönliche Ansprache und Betreuung der Journalisten zuständig ist. Diese Person sollte in der Lage sein, den Journalisten alle notwendigen Informationen über Ihren Betrieb und insbesondere über die Veranstaltung und alle Begleitumstände „in die Feder diktieren“ zu können. Idealerweise sind Sie das selbst als Betriebsleiter/in. Da der Zeitpunkt der Besucherbegrüßung und der Journalistenbegrüßung möglicherweise zeitgleich stattfindet, sollten Sie als Betriebsleiter/in sich mit Ihrer Familie oder Mitarbeitern vorab über diese Rollenverteilung einig sein.

Weiter auf der
nächsten Seite

Öffentlichkeitsarbeit geht nicht ohne Presse

Die lokalen Medien einbeziehen

Biohof Muster / Logo, Adresse und Telefonnummer

Presse-Einladung

Von der Wiese in den Stall

Kühe treiben mit Bauer Muster

Was passiert eigentlich hinter den Türen und Toren eines Bio-Milchviehbetriebes? Am Donnerstag, den 10. September erwarten die Glockenhausener Landwirte Heinz und Erika Muster etwa 20 Besucherinnen und Besucher, um diesen zu zeigen und sie darüber zu informieren, was auf ihrem Hof, den sie seit 15 Jahren biologisch bewirtschaften, so alles zu sehen und zu erleben ist. Die Veranstaltung findet im Rahmen der landesweiten BioWochen NRW 2020 statt.

Um 17 Uhr erhalten alle Besucher einen kurzen Vortrag über die Prinzipien des ökologischen Landbaus und der Besonderheiten der Biomilch-Erzeugung. Bei einem kleinen Hofrundgang kann man einen Blick in Stall und Melkstand werfen. Familie Muster steht für alle Fragen zur Verfügung. Anschließend spazieren die Besucher mit Bauer Muster und dem ebenfalls eingeladenen Bürgermeister Stefan Stall zur Weide, um die 40 Kühe zum Melken abzuholen.

Aus diesem Anlass möchten wir Sie ganz herzlich einladen zum Pressetermin mit Fotogelegenheit.

am Donnerstag, den 10. September 2020 um 17:00 Uhr auf dem Biohof Musterbauer in 40001 Glockenhausen, Ponderosaweg 17.

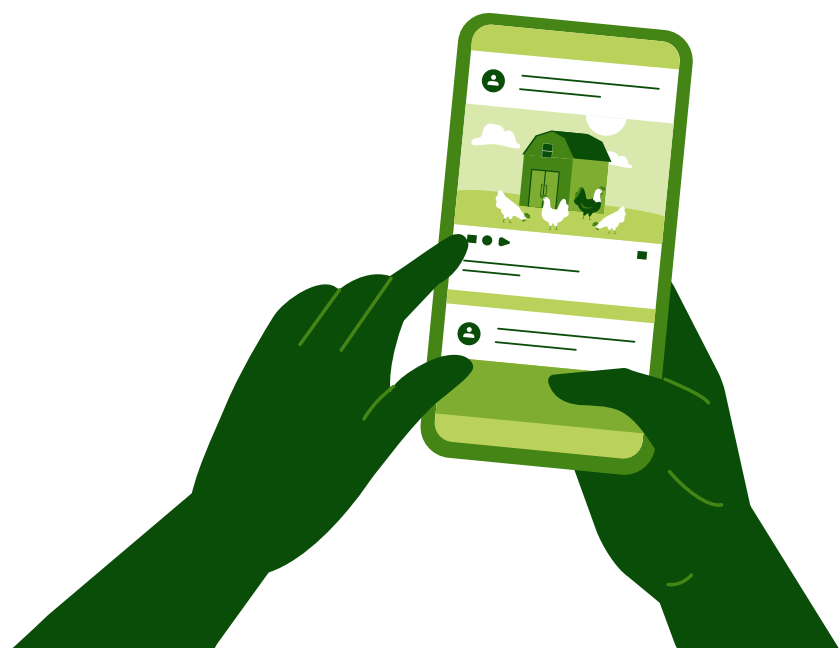
Als Gesprächs- und Interviewpartner stehen Ihnen zur Verfügung:

- Heinz und Erika Muster, Betriebsleiter Biohof Muster
- Stefan Stall, Bürgermeister der Gemeinde Glockenhausen
- ca. 20 Besucherinnen und Besucher
- 40 Bio-Kühe vom Hof Muster

SOCIAL MEDIA TIPPS VOM PROFI

Damit ihr maximale Sichtbarkeit auf den Social-Media-Plattformen erreicht, haben wir ein paar Tipps & Tricks für euch zusammengetragen. Viel Erfolg beim Bewerben eurer Veranstaltungen! Hier könnt ihr euch nach wie vor anmelden:

JETZT ANMELDEN



Die BioWochen NRW werden gefördert vom:

REICHWEITE ERHÖHEN

1. MARKIERT UNS IN EUREN BIOWOCHEN-POSTS

... mit @biowochen_nrw auf Instagram und BioWochen NRW auf Facebook. So stellt ihr sicher, dass wir euren Post auf unserem Profil mit über 1300 Followern teilen können.

ACHTUNG! #Hashtags sind keine Markierung.

Mit #biowochen und #biowochennrw könnten wir trotzdem unseren eigenen Hashtag prägen!

2. INTERAKTION SCHAFFEN

Social Media Plattformen wie Instagram und Facebook nehmen jede Interaktion war. Interaktionen sind Likes, Kommentare, Speichern, das Teilen von Beiträgen oder eine direkte Nachricht. Sogar das Ansehen aller Bilder in einem Beitrag wird positiv bewertet. Je mehr wir interagieren, desto größer wird unsere Reichweite! Liked und Kommentiert deshalb unseren Beiträgen und teilt die Beiträge z.B. in eurer Story! Markiert uns mit @biowochen_nrw damit wir euch ebenfalls teilen können. Gemeinsam können wir mehr Reichweite aufbauen und eure Events bekannt machen.

**LIKEN, TEILEN,
KOMMENTIEREN,
SPEICHERN & MAR-
KIEREN**

@biowochen_nrw
BioWochen NRW

3. COMMUNITY STÄRKEN

Je größer wir die Öko-Community machen, desto sichtbarer werden wir für die Konsumenten und Interessierte. Folgt euch gegenseitig, teil, was ihr interessant findet und denkt immer daran: Verlinken ist das A und O!

Die BioWochen NRW werden gefördert vom:

DREI EINFACHE POST-IDEEN



1 POSTET EURE EVENTS & MACHT WERBUNG!


Nutzt unsere individualisierten Event-Posts, die in eurem Veranstalterprofil hinterlegt sind und macht Werbung! Dort findet ihr übrigens auch Plakate und Flyer.



2 EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

Postet eure Event-Vorbereitung als Story oder Reel. Das kann z. B. eine Video-Berichterstattung vom Aufbau sein oder auch ein Foto der Essensvorbereitung für eure Gäste. ;-) Ihr stapelt gerade Heuballen für ein Hoffest? Postet ein Bild und markiert uns. Zeigt euren Followern was ihr für sie bereit haltet!

3 GALERIE-BEITRAG MIT EVENTFOTOS

Das Event war/ist ein voller Erfolg? Zeige das deinen Followern, damit sie sehen, wie ihr euch engagiert. Ihr könnt z. B. einen sogenannten "Galerie-Beitrag" erstellen. Bis zu 10 Bilder können hier in einem Post untergebracht werden. Das geht ganz einfach, wenn ihr auf dieses Symbol  bei der Beitragserstellung klickt.

**MARKIERT
UNS, DAMIT WIR
EUCH SEHEN.**

@biowochen_nrw
BioWochen NRW

Die BioWochen NRW werden gefördert vom:

Kurzvideos für Instagram & Co: 60 Sekunden Aufmerksamkeit

Ganz einfach bewegte Bilder mit dem Smartphone erstellen

Kleine, kurze Videos sind ein sehr effektives, dabei aber wenig aufwendiges und auch unkompliziertes Mittel, Themen eines Biohofes einem größeren Publikum nahezubringen.

Effektiv vor allem dann, wenn der Hof bereits gut bei Instagram oder Facebook vernetzt ist und eine interessante Anzahl an „Followern“ hat. Wenig aufwendig, weil man solche Videos mit ein bisschen Übung und einem Blick für interessante Situationen in kürzester Zeit erstellen kann. Und unkompliziert, da man für die kleinen Clips eigentlich nicht mehr als ein aktuelles Smartphone braucht.

Themen gibt's genug!

Anfangs stellt sich oft die Frage: Was gibt es bei uns schon zu „filmen“? Ja man braucht Ideen, was man in etwa einer Minute als Video festhalten möchte. Aber Anlässe und Themen gibt es wirklich jederzeit auf jedem Bio-Hof zu Genüge, etwa:

- die Ankündigung einer Veranstaltung auf dem Hof;
- die ersten Erd-/Stachelbeeren sind da;
- im Stall gibt es Nachwuchs: Kälbchen, Ferkel;
- Neuigkeiten aus dem Storch- oder Schwalbennest;
- Standortwechsel des Hühnermobils;
- endlich Regen auf dem zu trockenen Acker;
- fleißige Helfer bei der Arbeit - Regenwürmer, die den Boden lockern; Bienen, die zum Stock zurückkehren;
- viel los am Marktstand oder im Hofladen;
- Blühstreifen: Warum wird hier nicht gemäht?
- Ein Blick hinter die Kulissen der Hofbäckerei, des Hofladens, des Melkstandes.

Viele Abläufe auf einem Hof oder in einem Gartenbaubetrieb bekommen die meisten Leute nie zu sehen. Für viele Details auf dem Hof haben auch die Kunden, die in den Hofladen kommen, keinen Blick. Von daher ist es interessant, für die Zielgruppe nicht alltägliche Szenen und Eindrücke darzustellen. Mit ein bisschen Brainstorming findet man schnell zig Themen, die spannend sind.

Oft sind es auch spontane Situationen, die zu originellen Videos führen. Dann heißt es: Einfach mal draufhalten, denn oft ist das Ergebnis erstaunlich gut. Und wenn nicht, dann ist der Zeitaufwand ja sehr überschaubar, und man löscht das Video einfach wieder.

Nur ein Thema pro Video

Wenn man ein bestimmtes Thema kommunizieren möchte, ist es sinnvoll, sich vorher kurz ein paar Gedanken zu machen. Dabei geht es vor allem darum, sich nicht zu verzetteln. Denn 60 Sekunden sind kurz.

- Man sollte daher nur ein Thema anpacken und sich auf ein oder zwei Kernaussagen beschränken: Was ist wichtig? Was interessant?
- Für wen mache ich das Video? Wer wird es schauen?
- Meistens handelt es sich nicht um landwirtschaftliche Fachleute: Also bitte keine komplizierten Fachbegriffe verwenden.
- Viel erklären lässt sich in 60 Sekunden nicht.
- Welche Bild-Motive sind schön, lösen Emotionen aus und wecken Interesse?



Weiter auf der
nächsten Seite

Kurzvideos für Instagram & Co: 60 Sekunden Aufmerksamkeit

Ganz einfach bewegte Bilder mit dem Smartphone erstellen

Wenig Technik nötig

Es reicht für solche kleinen Formate ein aktuelles Smartphone, um Material von guter Qualität zu produzieren. Große technische Fähigkeiten sind nicht nötig, und man muss auch kein*e Regisseur*in sein, um ansprechendes Material zu erstellen. Wenn man einen Instagram-Account hat, kann man aus der App auf dem Smartphone direkt loslegen. Einfach im Menü auf Video drücken, den Auslösebutton festhalten und dann kann man bis zu 60 Sekunden lange Sequenzen aufnehmen. Man kann aber auch die ganz normale Videofunktion des Handys nutzen. Dann ergeben sich weitere Möglichkeiten: Die Videos können auch länger als eine Minute sein, lassen sich auch speichern und mit verschiedenen Apps noch schneiden und bearbeiten, zum Beispiel mit Text versehen.

Hier noch ein paar Tipps für die Aufnahme mit dem Handy:

- Man sollte nur fließende Bewegungen mit dem Smartphone machen. Abrupte Drehungen oder Schwenks erzeugen zu viel Unruhe.

- Das Handy nur langsam bewegen, sonst kommt der Autofokus nicht nach, das Bild verwischt oder wird unscharf.
- Im Instagram-Videomodus gibt es keine Zoomfunktion. Daher lieber langsam auf Motive zugehen, um sie den Zuschauern näher zu bringen.
- Das Handy vertikal, also hochkant halten, das ist für Instagram das bevorzugte Format. Bei Facebook ist hingegen das Querformat beliebter. Wenn Sie verschiedene Plattformen bedienen wollen, können Sie auch ein quadratisches Format wählen.
- Denken Sie immer daran, dass viele sich Ihr Video auf dem Smartphone, also auf einem kleinen Bildschirm anschauen werden. Feine Details oder Beschriftungen sind daher oft nur schwer zu erkennen. Also muss man nah ran an das Objekt, das man zeigen möchte.
- Wichtig bei jeder Videoaufnahme ist das Licht. Vor allem wenn man draußen aufnimmt, muss man den Stand der Sonne beachten. Filmt man beispielsweise Menschen, so sollte die Sonne diesen nicht direkt ins Gesicht scheinen, das führt sonst zu harten Schatten und verkniffenen Augenpartien.

Auch auf den Ton achten

Das Einfangen von Bildern ist also gar nicht so schwierig, etwas problematischer ist dagegen der Ton. Zum einen sind in vielen Handys inzwischen zwar sehr gute Kameras auch mit hoher Auflösung, aber nur relativ bescheidene Mikrofone verbaut. Das senkt die Tonqualität und macht es schwierig, beispielsweise jemanden aufzunehmen, der einige Meter entfernt spricht. Ein großes Problem bei Aufnahmen draußen auf dem Feld ist häufig auch der Wind, der je nach Richtung dann die Tonaufnahme überrascht und unbrauchbar macht.

Hier lohnt es sich, über ein externes Mikro mit Windschutz nachzudenken. Auf manche Smartphones kann man auch direkt einen Windschutz oder einen sogenannten Pop-Schutz aufstecken, das senkt auf jeden Fall schon einmal die Windanfälligkeit. Auch hier ist es nicht nötig, tief in Technikwelt zu greifen. Brauchbare Mikrofone mit Windschutz sind schon für unter 30 Euro zu haben. Allerdings muss man darauf achten, dass die Mikros die korrekten Stecker für das eigene Smartphone haben (vor allem bei neueren iPhones).

Wichtiger Hinweis:

Persönlichkeitsrechte beim Filmen und Fotografieren beachten

Beachten Sie bitte unbedingt bei Video-Aufnahmen, dass Menschen ein „Recht am eigenen Bild“ haben, das heißt, sie dürfen ohne ihr Einverständnis nicht so ohne Weiteres fotografiert werden. Es gibt nur wenige Ausnahmen - etwa bei öffentlichen Veranstaltungen. Besonders streng sind die Regeln, wenn die Aufnahmen veröffentlicht werden.

Weitere Infos findet man bei Wikipedia und auf verschiedenen Internetseiten zu dem Thema.



Die BioWochen NRW werden gefördert vom:

Virtuelle Hofveranstaltungen Im weltweiten Web regional kommunizieren

In Corona-Zeiten unterliegen viele Formen von Events und Veranstaltungen strengen Auflagen. Da sind neue Ideen gefragt und es ist eine gute Zeit für Experimente mit neuen Formaten. Dabei kann das Internet mit seinen vielen Möglichkeiten eine besondere Rolle spielen: Es erlaubt beispielsweise Führungen und Hof-Infoveranstaltungen virtuell durchführen – und das ohne großen technischen Aufwand.

Der Lammertzhof in Kaarst hat bereits mehrfach solche Führungen zu verschiedenen Themen realisiert. Bioland-Landwirt Heiner Hannen, seine Söhne Moritz und Timo und seine zukünftige Schwiegertochter Mitarbeiterin Anna-Lena Handschuh haben Führungen „produziert“, die man sich unter anderem auch bei Youtube anschauen kann, um Eindrücke vom Hof zu erhalten und allerhand über den Ökolandbau zu lernen.

Live und/oder aufgezeichnet

Es gibt grundsätzlich zwei Möglichkeiten, mit virtuellen Führungen ins Web zu gehen:

- Man kann einen Rundgang über den Hof per Smartphone oder mit einer Digitalkamera zunächst aufzeichnen, dann noch eventuell bearbeiten, kürzen, mit Untertiteln, Vor- und Nachspann versehen und schließlich auf verschiedenen Plattformen wie Youtube, Instagram, Facebook und auch auf der eigenen Website veröffentlichen.
- Oder man macht einen Live-Rundgang. Das heißt, die Veranstaltung wird über eine geeignete technische Plattform, wie beispielsweise facebook live übertragen. Eine weitere Bearbeitung erfolgt nicht, man verlässt sich auf die Spontaneität derjenigen, die die Führung durchführen, und sorgt so mit relativ wenig Aufwand für authentische lebhaftige Bilder und Eindrücke. Versprecher oder Ruckeln im Bild



Ausschnitt aus einer virtuellen Hofführung auf dem Lammertzhof

nimmt man in Kauf, das gehört zur Live-Situation einfach dazu und wird vom Publikum übrigens auch problemlos akzeptiert.

Zusätzlich kann man eine solche Live-Führung auch aufzeichnen, anschließend noch dauerhaft ins Netz stellen und so einem Publikum zugänglich machen, das beim Live-Termin nicht zuschauen konnte.

„Live-Führungen haben den Vorteil, dass Zuschauer in einem parallel laufenden Chat direkt Fragen stellen können. Das kommt dann einem Dialog mit den Leuten schon recht nahe“, so Timo Hannen und Anna-Lena Handschuh. „Bei Aufzeichnungen muss man sich etwas anderes einfallen lassen, wenn man mit den Zuschauern kommunizieren möchte. Aber man kann ja hinterher Chatmöglichkeiten oder separat Diskussionsrunden anbieten, um Nachfragen zu beantworten.“

Die Technik

Die technischen Voraussetzungen für virtuelle Rundgänge und Führungen sind nicht besonders groß. „Im einfachsten Fall reicht schon ein Smartphone mit einer guten Kamerafunktion, um bewegte Bilder von ausreichender Qualität aufzuzeichnen“, erklärt Moritz Hannen. „Wir haben unsere Führungen mit einer Spiegelreflexkamera aufgenommen, da diese noch etwas bessere Bildqualität liefert und sich etwas leichter handhaben lässt, aber mit dem Handy geht das prinzipiell auch gut.“

Egal ob mit der Kamera oder mit einem Smartphone gearbeitet wird, die Aufnahme des Tons ist oft die größte Herausforderung. Wenn die Führung akustisch schlecht zu verstehen ist, weil der Ton verrauscht oder einfach zu leise ist, dann helfen auch schöne Bilder nichts. Dann verabschiedet sich das Publikum schnell.

Weiter auf der
nächsten Seite

Vor allem bei Außenaufnahmen sind Windgeräusche oft ein Problem. Die hört man übrigens vor Ort mit den bloßen Ohren nicht, darum ist es sinnvoll, per Kopfhörer die Aufnahme ständig zu kontrollieren. Zum anderen empfehlen Timo und Moritz Hannen aus ihrer Erfahrung, eine kleines externes Mikro für das Smartphone oder die Kamera anzuschaffen, welches mit einem Windschutz, einem sogenannten Fell oder Puschel ausgestattet ist. „Mehr als 30 Euro muss man für ein solches Mikro nicht ausgeben.“

WiFi oder Personal Hotspot

Voraussetzung für alle Online-Veranstaltungen ist natürlich eine leistungsfähige Internetverbindung. Wenn man sich weiter vom Haus entfernt, in dem der WiFi-Router steht, kann man auch die Möglichkeiten des Smartphones nutzen, als „Personal Hotspot“ zu fungieren und Daten über das Mobilfunknetz zu übertragen. Das setzt allerdings voraus, dass man ein gutes Handynetzt hat. Sind diese Voraussetzungen nicht erfüllt, ist es besser, auf das Live-Format zu verzichten und mit einer Aufzeichnung zu arbeiten.

Die Vorbereitung

Nicht nur um die Reichweite des Handynetzes oder des WiFi zu prüfen, empfiehlt es sich, zur Vorbereitung einen Probelauf durchführen. Zuerst sollte man die ungefähre Dauer der Veranstaltung planen. Bei den ersten Malen ist es vernünftig, sich mit kürzeren Führungen - ca. 10 bis 20 Minuten - auszuprobieren. Wenn man dann ein Gefühl dafür entwickelt hat, wie sich Themen spannend darstellen lassen, kann man die Dauer ausdehnen. Übrigens: Je nach Aufnahmequalität braucht mein für eine knappe Stunde 5 Gigabyte Datenvolumen auf der Speicherkarte der Kamera oder des Handys.

Wichtige Fragestellungen für den Probelauf sind dann: Funktioniert die Technik? Gibt es Probleme mit dem Licht, zum Beispiel in Innenräumen? Und falls man zur Erklärung Info-Tafeln abbildet: Ist die Schriftgröße ausreichend. Ist das Timing realistisch? Schafft man beispielsweise den Rundgang auch in der geplanten Zeit?

Weiterhin ist auch wichtig, dass neben dem Menschen, der die Führung macht, noch mindestens zwei weitere Personen dabei sind. Eine Person ist dann technisch für die Aufnahme verantwortlich, und eine kümmert sich um die Organisation „drum herum“, zum Beispiel um die zeitlichen Abläufe oder achtet auf die Lichtverhältnisse oder „Störfaktoren“, wie z.B. einen laufenden Motor oder neugierige Passanten. Und wenn parallel ein Chat für Zwischenfragen läuft, kann diese auch die Zuschauerfragen mitlesen und einbringen.

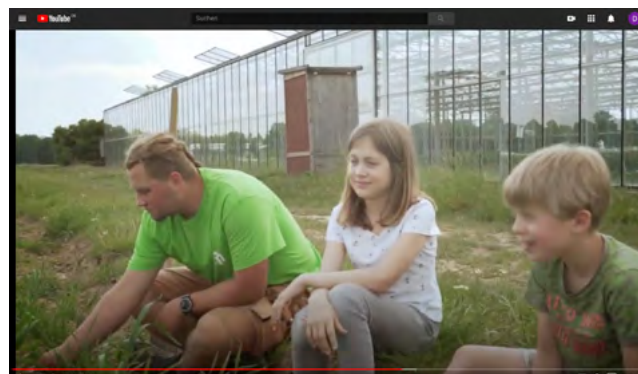
Wie bekommt man Zuschauer?

Anna-Lena Handschuh: „Wir haben unsere Website und unsere Social-Media Kanäle genutzt, um auf die Online-Führung aufmerksam zu machen. Wir haben unter anderem bei Facebook eine Veranstaltung angelegt und so den Termin bekannt gemacht.“ Im Vorfeld kann man auf diesem Weg auch mal nachfragen, wann die Leute am besten können. Ansonsten sollte man für Live-Führungen die Termine wählen, an denen man auch sonst die Veranstaltungen anbietet.

Was interessiert das Publikum?

Grundsätzlich unterscheiden sich die Themen und Fragestellungen nicht - ob man nun „analog“, also direkt im persönlichen Kontakt eine Besuchergruppe über den Hof führt oder sie virtuell über das Internet anspricht. Allerdings kann man per Online-Führung auch Ecken beleuchten, die ansonsten - beispielsweise aus Hygienegründen - für größere Gruppen so ohne weiteres nicht zugänglich sind.

Anna-Lena Handschuh verweist darauf, dass viele Höfe zwar aus früheren Führungen und Hofevents ganz gut wissen, was die Menschen, die auf den Hof kommen, so erfahren wollen: „Aber, man kann die Leu-



Kinder stellen die besten Fragen bei der virtuellen Kinder-Hofführung

te ja auch einfach mal konkret fragen, welche Themen sie gerade besonders interessieren.“ Und auch das geht per Internet: „Wir haben zum Beispiel über unsere Netzwerke unsere Follower abstimmen lassen, welche Themenvorschläge sie besonders interessant finden.“

Und wenn das Thema nun feststeht, welche Fragen sind dann besonders interessant? Auch hier hatte das Video-Team vom Lammerzthof eine gute Idee. „Wir haben kürzlich eine virtuelle Kinderhofführung gemacht. Und da haben wir einfach zwei Kinder mitmachen lassen,“ erzählt Anna-Lena Handschuh. „Die wissen einfach am besten selbst, welche Fragen sie haben. Und wir waren manchmal überrascht, welche Aspekte sie besonders interessant finden. Und so konnten wir während der Führung direkt darauf eingehen.“

Wichtiger Hinweis: Persönlichkeitsrechte beim Filmen und Fotografieren beachten

Beachten Sie bitte unbedingt bei Video-Aufnahmen, dass Menschen ein „Recht am eigenen Bild“ haben, das heißt, sie dürfen ohne ihr Einverständnis nicht so ohne Weiteres fotografiert werden. Es gibt nur wenige Ausnahmen - etwa bei öffentlichen Veranstaltungen. Besonders streng sind die Regeln, wenn die Aufnahmen veröffentlicht werden. Weitere Infos findet man bei Wikipedia und auf verschiedenen Internetseiten zu dem Thema.