

Regional bewegt: Kommunikation in der Regionalvermarktung

Beispiele und Inspirationen aus der Praxis:

Projekt: Gertrudenhof
Ziel: Menschen für die Angebote des Hofes inkl. Landwirtschaft begeistern
Zielgruppe: Familien
Marketing: konventionell, klassisch, bindet Hofbesitzer als Person in Vermarktung ein, Kooperationen in alle Lebenswelten von Familien hinein, bieten auf facebook Service und Mehrwert über die eigenen Produkte hinaus!

Projekt: Mundraub
Ziel: Menschen für das Pflücken und Ernten von Obst im öffentlichen Raum gewinnen
Zielgruppe: Jüngere, ernährungsbewusste Großstädter
Marketing: Community auf facebook, Call to action auf Webseite, Design-Thinking und responsive One-Page

Projekt: Lobetaler Bio
Ziel: Bio-Produkte aus eigener Molkerei im Großraum Berlin verkaufen
Zielgruppe: Bewusste, etwas besserverdienende Bio-Einkäufer
Marketing: klassisch, konservativ, Anzeigen in Bio-Führern, Informationen statt Werbung, Transparenz (z.B. im Newsletter), Presse einladen, Personen etablieren

Projekt: Food Assembly
Ziel: Menschen für die unmittelbare Unterstützung regionaler Bauern gewinnen
Zielgruppe: Jüngere, ernährungsbewusste Großstädter
Marketing: Responsive One-Page, Design-Thinking, Crossmedial, Mehrwert und Service auf facebook

Projekt: Food Sharing
Ziel: Menschen für die Nutzung einer App begeistern
Zielgruppe: Jüngere, ernährungsbewusste Großstädter
Marketing: Webseite, facebook, App-Entwicklung, Crowdfunding

Gute Ideen lassen sich am besten mit Leidenschaft verkaufen :-)

- Konkrete statt blumige Sprache!
- Positive statt Moral-behaftete Anrede!
- Nützliche statt verspielte Designs
- Authentische Darstellung
- Beteiligung der Menschen an dem Produkt, Projekt, Vorhaben
- Mut zu etwas "Rockn Roll"
- Transparenz von A-Z
- Personen als Sympathieträger
- unkonventionelle Ideen :-)
- Spaß an der Kommunikation mit den Fans-Freunden-Kunden!

Alle Links und weiterführende Inspirationen zu diesem Workshop findet Ihr auf:

www.tausendhoch3.de/regionalbewegt