

Einführung: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – warum eigentlich?	5
1. Werkzeuge und Methoden für die Praxis	7
1.1 Namen & Adressen: Visitenkarte, Briefbogen, Mail-Signaturen	7
1.2 Stumme Erzähler an 365 Tagen: Informations- und Werbeschilder	20
1.3 Den Hof präsentieren: Hofbesuch, Hofspiegel, Informationsposter, Powerpoint-Präsentation, Informationsmappe	22
1.4 Gedruckte Massenwerbung: Handzettel, Prospekt	28
1.5 Inserieren: Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften und Broschüren	31
1.6 Pressearbeit: PRESSEDTEXT, Pressebesuch, Pressegespräch	34
1.7 Stellung nehmen: mündlich, gedruckt oder virtuell (Diskussion, Leserbrief, Weblog/Blog)	36
1.8 Informationen rund um die Uhr: Internet-Präsenz	38
2. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Praxis	44
3. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Ackerbaubetriebe	46
3.1 Ackerbaubetriebe und ihre Produkte: Getreide, Kartoffeln, Zuckerrüben	46
3.2 Biobetriebe in der Öffentlichkeitsarbeit	51
3.3 Energie-Rohstoffe produzieren	53
4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Tierhalter	57
4.1 Milchviehbetriebe: Der Qualität eine Persönlichkeit geben	58
4.2 Mastbetriebe: Stallbau und Fleischerzeugung in der öffentlichen Diskussion	61
4.3 Was tun im Krisenfall? – Seuchen	65
4.4 Zuchtbetriebe: Image hilft verkaufen	67

5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Energieanlagen	72
5.1 Windkraftanlagen bauen und betreiben	72
5.2 Biogasanlagen bauen und betreiben	76
6. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Direktvermarktung	79
6.1 Der Hofladen	80
6.2 Saisongeschäfte am Feldrand	89
6.3 Lebensmittel frei Haus: Direktvermarktung im Internet	91
7. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Touristik, Gastronomie, Freizeit	94
7.1 Ferien auf dem Bauernhof	94
7.2 Hofcafé und Restaurant auf dem Bauernhof	99
7.3 Pferdehof, Reithalle, Ponyreiten	102
Anhang: Literaturverzeichnis, Stichwortverzeichnis	107