

Pressemitteilung

Bio und Nachhaltigkeit im Fokus

AÖL stellt neue Weichen in der Verbandskommunikation

Bad Brückenau, 26.05.2023. 33 Unternehmen sind bereits dabei: wenn es darum geht, Bio und Nachhaltigkeit fachlich fundiert und mit Freude am unternehmerischen Tun zu kommunizieren, setzt die AÖL auf ihre koordinierte Kommunikation. Mithilfe der Mitglieder und aus eigenen personellen Ressourcen heraus verbreitet der Verband seine Botschaften künftig noch intensiver auf den sozialen Kanälen.

„Bio und Nachhaltigkeit sind in aller Munde! Die Themen, die nachhaltigere Unternehmen schon seit Jahren bewegen, finden einen gesellschaftlichen Konsens“, so Anne Baumann, stellvertretende Geschäftsführerin der AÖL. „Umso wichtiger ist es, dass wir die Kommunikation auch selbst in der Hand haben und unsere Botschaften zielgerichtet verbreiten.“

„Wir lassen die Menschen an den Vorgängen in unseren Unternehmen teilhaben und geben ihnen direkte Einblicke in Best Practice. Es ist an der Zeit, mehr über unsere nachhaltige Arbeit zu sprechen und anhand des täglichen Wirtschaftens die Begriffe „Bio und Nachhaltigkeit“ mit Leben zu füllen“, weiß auch Philipp Thiel, Sprecher des Arbeitskreises Markt und Verbrauchende und Marketing- und Vertriebsleiter bei der ÖMA Beer GmbH.

Konkret bedeutet das, dass die über 30 Unternehmen, die die koordinierte Kommunikation aktuell gestalten, anhand eines gemeinsam erstellten Jahresplanes Themen wie „Mein Bio-Beitrag“, „nachhaltiges Unternehmen“ und „gesunde Ernährung“ in den sozialen Medien zur selben Zeit und mit jeweils angepasstem Corporate Design kommunizieren. Zuletzt gab es beispielsweise Videoumfragen mit den Mitarbeitenden zu der Frage, „wie ist es, in einem familien- und/oder inhabergeführten Unternehmen zu arbeiten?“ Koordiniert wird die Arbeitsgruppe „Bio kommunizieren“, die eigens dafür in der AÖL eingerichtet wurde, von Lisa Mann aus dem Geschäftsstellenteam.

Neu geplant ist neben einer Kommunikationsoffensive im Herbst zu „Bio und Tier“ auch eine Reihe, die Bio, Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft u.v.m. in einfacher Sprache und positivem Tenor in kleinen Videos erklärt. Der Pilotfilm der Reihe „[Bio2Go: BIO einfach erklärt!](#)“ von Anne Baumann und Sascha Poldrack ist bereits online, weitere werden folgen.

Hintergrund

Diese Unternehmen/ Marken sind bei der koordinierten AöL-Kommunikation bereits dabei:

Barnhouse, Vitaquell, Morgenland, Naturata, Naturmaus, alberts, La Selva, Bohlsener Mühle, Bio Breadness, Sommer, ÖMA, Mestemacher, Bio Planète, Davert, Bio Thesis, Biozentrale, Govinda, Holle Baby Food, Teutoburger Ölmühle, Bionade, AOT, Spielberger Mühle, Neumarkter Lammsbräu, Rapunzel, Töpfer, Riedenburger Brauhaus, Erdmannhauser, Alb-Gold, Byodo, Heuschrecke, Sonnentor, Märkisches Landbrot.

Auf diesen Kanälen ist die AöL aktiv:

[LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#) | [YouTube](#)

AöL Presseinfo * Veröffentlichung honorarfrei * Um einen Beleg wird gebeten * 2166 Zeichen

Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V. (AöL) repräsentiert die Interessen der verarbeitenden Lebensmittelindustrie im deutschsprachigen europäischen Raum. Das Aufgabengebiet der AöL umfasst die politische Interessensvertretung sowie die Förderung von Austausch und Kooperation unter den Mitgliedern. Die knapp 130 AöL-Unternehmen, von klein- und mittelständischen bis hin zu international tätigen Betrieben, erwirtschaften einen Umsatz von über 5 Milliarden Euro mit biologischen Lebensmitteln. Die AöL ist in sämtlichen Belangen der ökologischen Lebensmittelverarbeitung Gesprächspartner für Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.

Pressekontakt:

Lisa Mann | Anne Baumann

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V.

Untere Badersgasse 8 | 97769 Bad Brückenau | Tel: +49 (0) 9741 938 733 4

lisa.mann@aoel.org | anne.baumann@aoel.org | www.aoel.org