



Dank Internetanschluss kann Johannes Müller vom Büro des ausgesiedelten Stalls seine Homepage aufrufen.

Fotos: Kremling

Homepage für den Hof?

Brauchen „normale“ Schweinehalter einen eigenen Internetauftritt? Selbstverständlich, sagen die von uns besuchten Praxisbetriebe. Hier ihre Beweggründe und Erfahrungen.

Ketzerische Zungen behaupten: „Wer im Internet nicht zu finden ist, den gibt es nicht.“ Nun, aus dieser Aussage gleich die Notwendigkeit abzuleiten, dass jeder Landwirt mit einer eigenen Homepage im Netz präsent sein muss, wäre zwar etwas vermessen. Schließlich verkaufen „normale“ Schweinehalter keine Produkte an Endkunden und stehen daher auch nicht mit diesen im direkten Kontakt.

Dennoch: Jeder landwirtschaftliche Unternehmer sollte sich heutzutage mit der Frage nach einer Internetpräsenz auseinandersetzen. Dabei sollten zwei

Ziele im Fokus stehen: Imageverbesserung und Personalgewinnung.

Eine Homepage kann dazu beitragen, neue Auszubildende und Mitarbeiter auf den Betrieb aufmerksam zu machen und ihnen frühzeitig einen Eindruck von ihrem neuen Arbeitsumfeld zu geben. Das ist gerade dann wichtig, wenn man fachfremdes Personal gewinnen möchte und z.B. mit Bäckereien und Gärtnereien konkurriert.

Darüber hinaus kann eine Webseite dazu dienen, Aufklärung zu betreiben und eine Branche transparent zu machen, die sehr belastet von Vorurtei-

len und Unwahrheiten ist. Mithilfe eines Internetauftritts „kommunizieren“ Sie mit dem Verbraucher und geben ihm einen virtuellen Einblick in ihren Betrieb. Das ist besonders bedeutsam, wenn ein Stallbesuch aus hygienischen Gründen nicht möglich ist.

Mit ihren Bildern schaffen Sie ein Gegengewicht zu den Motiven der Tiereschützer, die zuhauf der Tierhaltung einen negativen Stempel verpassen. Letztlich transportieren sie Botschaften und Emotionen, um das Image der Schweinehalter langfristig zu verbessern.

Regina Kremling

„Mehr authentische Bilder zeigen“



Besonders für junge Menschen ist das Internet Informationsmedium Nr. 1. „Es wird Zeit, dass wir dort auch unsere Betriebe präsentieren“, findet Johannes Müller.

Erleben Sie Landwirtschaft von heute – Sie werden staunen! Mit dieser Einladung begrüßt Johannes Müller den Besucher auf seiner betriebseigenen Webseite www.landwirtschaftsbetriebmueller.de. Der 28-jährige Landwirt aus Egenhofen im oberbayerischen Landkreis Fürstentfeldbruck stieg 2008 in den elterlichen Nebenerwerbsbetrieb ein und baute ihn durch die Investition in einen neuen 250er-Sauenstall mit Ferkelaufzucht zum Vollerwerb aus.

Vor der Bauphase recherchierte er auch nach Schweineställen im Internet und stellte mit Erschrecken fest, dass man kaum Bilder von konventionellen Ställen oder Internetauftritte von konventionellen Betrieben im Netz findet. Nach und nach keimte daher in ihm die Idee, eine Homepage einzurichten, die mit Bildern und Texten veranschaulicht, wie moderne Landwirtschaft heute aussieht und abläuft.

Erst Texte und Fotos: Denn er weiß selbst nur zu gut, dass das Internet inzwischen das wichtigste Informationsmedium für viele junge Leute darstellt. „Nur wer dort präsent ist, kann auch gefunden werden“, betont der Sauenhalter, der die Homepage übrigens nicht zur Ferkelvermarktung nutzt.

Bevor es mit der Programmierung der



Mithilfe der gopro-Kamera filmt Johannes Müller die Arbeitsabläufe aus seiner Sicht.

Homepage losging, legte sich Müller ein Konzept zum Seitenaufbau und zu den Rubriken zurecht. Dabei ließ er sich von Webseiten mittelständischer Firmen wie z. B. Metzgereien inspirieren.

Er notierte Stichpunkte zu den verschiedenen Unterrubriken – beispiels-

weise Hofgeschichte, Vision, Werte – die seine Freundin, von Beruf Mediengestalterin und Wirtschaftsingenieurin, ausarbeitete. „Sie hat mich und die Manuskripte geerdet“, erinnert sich Johannes Müller, „sonst wären sie viel zu fachlich geworden.“ Die ausformulierten Texte lasen schließlich sein Tierarzt und Vertreter vom Bauernverband und vom ZDS Korrektur.

Kniffliger gestaltete sich die Anfertigung geeigneter Bilder. Johannes Müller fotografierte zunächst verschiedenste Motive im Stall mit seiner Digitalkamera, stellte aber schnell fest, dass die Bilder häufig zu dunkel und unscharf waren. Besser klappte es mit der Spiegelreflex-Kamera seines Bruders.

Die Homepage ließ der Junglandwirt schließlich von einem Bekannten erstellen, der rund 50 weitere Webseiten programmiert hat. Grundlage ist die Software der Firma 1&1, für die er eine monatliche Miete von 9,95 € zahlt. Johannes Müller kann die Inhalte der Homepage eigenständig ändern. Aufgrund der vielen unbekannteren Kürzel und der Computer-Fachsprache überlässt er die Technik aber doch lieber seinem Bruder, einem Mediengestalter. ►

CHECKLISTE Homepage

- Name der Homepage festlegen: er sollte mit Familien-/Hofname, Ort und/oder dem Betrieb bzw. den Betriebszweigen zusammenhängen
- auf www.denic.de prüfen, ob der Name mit der Endung .de schon vergeben ist. Falls nicht, Namen sichern
- Angebote von Webdesignern einholen
- Logo entwerfen: Hofname und Betriebsschwerpunkt(e) darstellen
- Seitenaufbau und Rubriken festlegen
- Texte anfertigen: kurz und anschaulich, keine Fachsprache; Korrektur lesen lassen
- Bilder machen: auf gute Qualität achten, am besten Spiegelreflex-Kamera (mit Aufsteckblitz) verwenden
- Impressum mit den Angaben zum Urheber und den Verantwortlichen nicht vergessen
- mit Berufskollegen, Verbänden etc. verlinken

Management

Dank Videos hautnah dabei: Ergänzend zu den Bildern und Texten will Johannes Müller den Besuchern demnächst weitere Schmankerl anbieten: Mehrere Videos, die den Betrachter hautnah den Stallalltag (mit)erleben lassen, z. B. eine Abferkelung.

Dafür hat sich der junge Landwirt für ca. 300 € eine sogenannte gopro-Kamera gekauft. Die Kamera setzt man sich auf den Kopf, sodass die Szenen aus der Perspektive des Filmers aufgezeichnet

werden. „Die Kamera liefert verwacklungsfreie Bilder in einer tollen Qualität“, teilt Johannes Müller begeistert mit.

Nach und nach will er kleine Kurzfilme drehen und einstellen. „Auf der Homepage muss sich immer wieder mal etwas tun, sonst schläft das Interesse schnell ein“, begründet er. Ein Kalender soll ihm helfen, an die Aktualisierungen zu denken.

Wichtiger Bestandteil der Homepage

ist selbstverständlich auch das Logo. Neben dem Namen „Müllerhof“ zeigt es ganz deutlich die Schwerpunkte des Betriebes: Die Ferkelerzeugung und den Ackerbau. Es ziert bereits die Visitenkarten und Rechnungsbögen von Johannes Müller. Auch der Viehanhänger und die Betriebskleidung werden demnächst damit bestückt. „Ein Logo gehört heute zu jedem Unternehmen dazu, auch zu meinem“, begründet der engagierte Senkrechtstarter. *-rk-*

