

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

Fotos: Kremling

# Schweinehalter im Netz

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

**K**etzerische 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 Tierbeschützer, 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.

**E**rleben Sie Landwirtschaft von heute – Sie werden staunen! Mit dieser Einladung begrüßt Johannes Müller den Besucher seiner betriebseigenen Webseite [www.landwirtschaftsbetrieb-mueller.de](http://www.landwirtschaftsbetrieb-mueller.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.

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.

**Erst Texte und Fotos:** Bevor es mit der Programmierung der Homepage losging,



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

legte sich Johannes Müller ein Konzept zum Seitenaufbau und zu den Rubriken zurecht. Dabei ließ er sich von Webseiten diverser 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 betreut. Grundlage ist die Software der Firma I&I, für die er eine monatliche Miete von 9,95 € zahlt. Johannes Müller kann die Inhalte der Homepage eigenständig ändern. Aufgrund der vielen unbekanntenen 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](http://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

**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-

# Erst das Logo, dann die Homepage



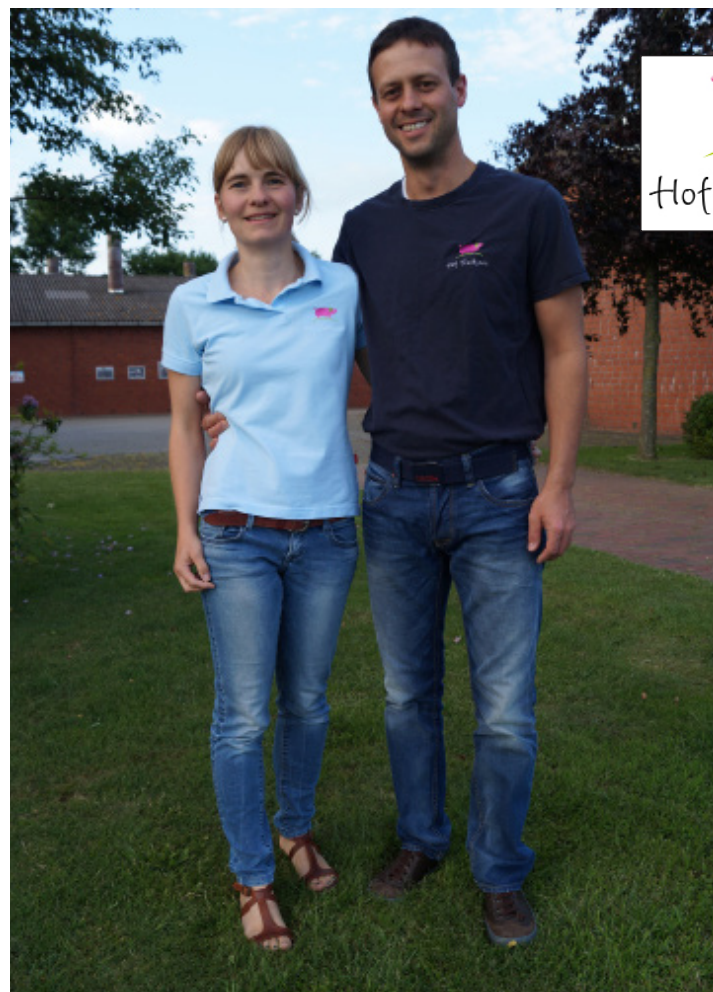
Sonja und Oliver Schewe wollen mit ihrem Internetauftritt über die

moderne Schweinehaltung informieren. Auch potenzielle Azubis können vorab einen Blick in den Betrieb werfen.

Neben dem Ackerbau und der Schweinehaltung betreiben Sonja und Oliver Schewe seit einiger Zeit einen weiteren Betriebszweig: Die Öffentlichkeitsarbeit. „Sie trägt zwar finanziell nicht zum Gewinn bei, gehört für uns aber zum Unternehmerdasein dazu“, begründet Sonja Schewe (35). Die Diplomagraringenieurin bewirtschaftet gemeinsam mit ihrem Mann Oliver (35), ihren Eltern, einem Auszubildenden und einer Aushilfskraft den Betrieb mit 400 Sauen inklusive Ferkelaufzucht in Oldendorf im Landkreis Stade in Niedersachsen. Rund die Hälfte der eigenen Ferkel werden dort auch gemästet.

Der Startschuss für den neuen Betriebszweig fiel Anfang November 2013, als die betriebseigene Homepage [www.hof-rathjens.de](http://www.hof-rathjens.de) online ging. Dem vorausgegangen war eine Planungsphase, an deren Anfang die Frage stand, ob ein „normaler“ Schweinehalter überhaupt einen Internetauftritt benötigt.

Für Familie Schewe spielten zwei Gründe eine wichtige Rolle: Erstens möchten sie mit der Homepage über ihren Betrieb und die Schweinehaltung informieren und dadurch auch klarstellen, welche Unwahrheiten die allgemeine Presse häufig verbreitet. Zweitens möchten sie dadurch auch mehr Azubis auf sich aufmerksam machen und sie



Für Sonja und Oliver Schewe gehört eine Homepage zum Unternehmerdasein dazu.

Foto: Privat

für ihren Betrieb gewinnen. Denn schließlich können sich künftige Azubis dank der Homepage schon vorab ein Bild von der Familie, dem Hof und sogar der Azubi-Wohnung machen.

**Auftrag an Webdesigner:** Mit der Erstellung der Webseite wollten Sonja und Oliver Schewe einen Dienstleister beauftragen. Sie selbst zu „basteln“, stand für die beiden nicht zur Diskussion. „Sie

sollte schon ordentlich werden“, sagt Oliver Schewe schmunzelnd. Er und seine Frau holten zwei Angebote ein und entschieden sich im Juni 2013 letztlich für ein Webdesign-Büro aus dem nahe gelegenen Ort Wohlerst, das bereits gelungene Seiten für andere landwirtschaftliche Betriebe erstellt hatte.

Der Webdesigner schlug dem Ehepaar vor, zunächst ein Logo zu entwerfen. „Jedes Unternehmen hat heutzutage ein



Das Logo des Betriebes zielt inzwischen Tassen, T-Shirts, Sweatshirts und vieles mehr. Selbstverständlich darf es auch auf der Homepage nicht fehlen.

Logo“, erklärt Oliver Schewe, „und unser Betrieb ist doch auch ein Unternehmen.“ Anfänglich wollten seine Frau und er drei Motive in das Logo packen. Sie merkten aber schnell, dass sie es damit überfrachten und reduzierten es auf das für ihren Betrieb wichtigste Motiv: Die Schweine. Fest stand für beide auch, dass der Hofname „Hof Rathjens“ – Rathjens ist der Mädchenname von Sonja Schewe – im Logo auftauchen sollte.

Nachdem das Logo fertig war, programmierte der Webdesigner den Internetauftritt. Schewes entschied sich für eine schlichte, schnörkellose Homepage, die neben der Startseite die Rubriken „Hof, Schweine, Futter/Ackerbau, Ausbildung, Kontakt und News“ bekam.

Die Bilder und Texte fertigte Sonja Schewe selbst an. „Ich habe einfach drauflosgeschrieben“, erinnert sie sich, „möglichst anschaulich und nicht mit Fakten und Zahlen überladen.“ Für die Fotos holte sie sich dann den Arbeits-

alltag im Stall und auf dem Hof vor die Linse ihrer Spiegelreflex-Kamera. Den Aufwand für das Erstellen der Texte und Bilder beziffert die Landwirtin auf etwa zwei Arbeitstage. „Mir hat das Spaß gemacht“, erzählt sie begeistert.

**2200 € für Logo und Homepage:** Für das Logo und die Homepage mit eigenen Email-Adressen zahlte Familie Schewe netto 2200 €. Die Domain, d. h. der Name der Webseite, kostet zudem monatlich 8 €. Änderungen am Seitenaufbau sowie den Texten oder das Einstellen neuer Bilder übernimmt der Webdesigner, der je anfallender Arbeitsstunde 70 € berechnet. „Das ist uns die Onlinepräsenz auf jeden Fall wert“, finden Sonja und Oliver Schewe und freuen sich über bislang erzielte 4000 Seitenaufrufe (Stand: Juni 2014).

Etliche Klicks sind Mitte Juni hinzugekommen, als der Hof Rathjens seine Tore für den bundesweiten „Tag des

offenen Hofes“ öffnete. Dank des neuen Sichtfensters konnten die Besucher auch einen Blick in den Abferkelstall werfen. Es wird klar: Familie Schewe nimmt den neuen Betriebszweig Öffentlichkeitsarbeit sehr ernst. -rk-

## Schnell gelesen

- Ein Internetauftritt kann „normalen“ Schweinehaltern zur Personalgewinnung und Imageverbesserung dienen.
- Mit der Erstellung der Homepage beauftragt man am besten einen Dienstleister. Zunächst sollte man ein Logo entwerfen lassen.
- Verständliche Texte, Bilder und Videos machen die Webseite lebendig. Sie sollte regelmäßig gepflegt werden.

**Anzeige:**  
**Kunde: Bergophor**  
**Format: 1/3**  
**Farbe:**