



„Soziale Medien bieten eine Bühne für persönliche Geschichten.“

B. WESTENACHER



◀ ◀ **STEFAN SCHWAIGHOFER** nimmt sich circa drei Stunden die Woche Zeit, um Profile aktuell zu halten.

◀ ◀ **SOPHIE und MARTIN KAPPEL** geben Einblicke in ihr Leben am Hof.

Fotos: Kappel; BIO AUSTRIA/Königshofer

SOCIAL MEDIA

Geschichten vom Hof erzählen

Martin Kappel und Stefan Schwaighofer sind steirische Biobauern und nutzen Social Media regelmäßig, um ihre Überzeugungen, ihre Arbeit und ihre Produkte in der Welt des Internets besser sichtbar zu machen.

Social Media-Plattformen wie Instagram und Facebook vernetzen Menschen auf der ganzen Welt miteinander. Nachrichten, Kulturen und Trends verbreiten sich länderübergreifend schneller denn je. Die sozialen Medien können aber noch mehr, sie bieten eine Bühne für ganz persönliche Geschichten und Anliegen.

Kontakte stärken

Der Biohof von Familie Kappel vulgo Höllpauli liegt in Dobl-Zwaring (Bezirk Graz-Umgebung) in der Steiermark. Die Schwerpunkte sind die Milchviehhaltung mit 15 Milchkühen und der Getreideanbau (Dinkel und Roggen) mit Direktvermarktung von Brot, Gebäck und Milchprodukten. Der Betrieb ist seit 1887 im Besitz der Kappels und wird seit mehr als 50 Jahren biologisch bewirtschaftet.

Martins Eltern Monika und Andreas Kappel führen den Betrieb im Vollerwerb und nutzen herkömmliche Direktvermarktungskanäle und Hofführungen, um den persönlichen Kontakt zu Konsumenten zu stärken. Sohn Martin und seine Frau Sophie bespielen den Blog www.hofgeschichten.at und

die gleichnamige Facebook- und Instagramseite mit alltäglichen Arbeitsschritten am Hof seit 2017, um damit noch mehr Personen mit der Philosophie des Bio-Landbaus zu erreichen. Besucher im Hofladen erzählen gerne, was sie bei den Hofgeschichten gelernt und gesehen haben. Martin sieht das Erstellen von Beiträgen und den Austausch auch ein wenig als Ersatz für Arbeitskollegen. Nach und nach interessieren sich auch andere Bauern und Bäuerinnen für ihre Hofgeschichten. „Wir sind ein bisschen stolz, wenn wir Berufskollegen inspirieren können“, meint Martin. Kürzlich besetzten sie mit den Hofgeschichten den dritten Platz des steirischen Innovationspreises „Vifzack“ und gaben ihre Erfahrungen auch via Webinare an andere weiter.

Aktuell informieren

Der Bio-Betrieb von Familie Schwaighofer vulgo Ellersbacher liegt in Stanz im Mürztal und hat den Schwerpunkt auf Mutterkuh- und Mutterschafhaltung mit Direktvermarktung gelegt. Zusätzlich werden Kurse zur Permakultur und Waldpädagogik angeboten. Der Betrieb ist seit 1911 im

Familienbesitz und wird seit 1993 biologisch bewirtschaftet.

Zur Verwendung von Social Media entschlossen sie sich 2017. Seitdem betreut Sohn Stefan die Website ellersbacher.at mit Onlineshop, Blog, Facebook und Instagram. Stefan nimmt sich circa drei Stunden die Woche Zeit, um Profile aktuell zu halten, einen richtigen Social Media-Plan gibt es nicht. „Intuitiv und was eben gerade so ansteht, wird veröffentlicht. Social Media gibt einem die Chance, sich mit Partnern, Kunden und Freunden direkt auszutauschen. Am beliebtesten sind Beiträge über Tiere und das allgemeine Geschehen am Hof. Soziale Medien sind ein einfacher Weg, aktuelle Informationen wie Termine für den Ab-Hof-Verkauf schnell zu verbreiten und das ist in der Direktvermarktung sehr hilfreich“, erzählt Stefan. Seine Schwester Sonja arbeitet selbstständig im Online-Marketing und unterstützt ihn bei diesen Aufgaben. Stefan meint, dass es wichtig sei, sich ein paar grundsätzliche Fragen zu stellen und einfach mal zu starten: „Was und wen möchte ich erreichen? Was kann ich meiner Leserschaft anbieten? Wichtig ist, online gestellte Informationen möglichst aktuell zu halten. Niemand hat einen

Nutzen von Öffnungszeiten, die nicht stimmen oder Produkten, die es so vielleicht gar nicht mehr gibt.“

Was zu beachten ist

Auf die Frage, worauf darüber hinaus besonders zu achten ist, sind sich beide Biobauern einig: Bildrechte, Bildsprache, Rechtschreibung, Datenschutz und Wortwahl. Die Bilder müssen ansprechend sein und eine möglichst gute Qualität aufweisen. Geschichten sollten authentisch sein und kritische Fragen ehrlich beantwortet werden. Beide meinen, dass es keinen Sinn habe, sich zu verstellen. Erste Eindrücke zählen online wie offline. Auch Anfragen müssen möglichst schnell beantwortet werden. Martin und Stefan sind jung und vertraut mit anderen Formen der Kommunikation wie Social Media, für sie sei es jedenfalls eine große Chance, eine eigene Werbeplattform individuell zu betreiben. Der Aufwand dafür hält sich in Grenzen, die Vorteile überwiegen, so die Erfahrungen von Stefan Schwaighofer und Martin Kappel.

Bianca Westenacher BA
Bio Ernte Steiermark