

Facebook

Mit Facebook in die Gemüsesaison starten

Gemüsegärtner Pascal Gutknecht nutzt die sozialen Medien, um seine Kundschaft im Hofladen für frische, regionale Produkte zu begeistern. Beiträge auf Facebook postet er deshalb vor allem während der Anbausaison.



David Eppenberger

Es ist die Zeit, wenn es im Bauch des Gemüsegärtners zu kribbeln beginnt. Dann im Februar, wenn nach der Winterruhe die ersten halbwegs warmen Sonnenstrahlen das Seeland erreichen. Die Sämaschine für die Karotten wird aus dem Hangar geholt und für den Einsatz im Freiland vorbereitet. Das Gemüsejahr kann starten. Es sind solche besonderen Momente, die Gemüsegärtner Pascal Gutknecht zu Beiträgen für die sozialen Medien verarbeitet. Dabei hat er vor allem eine Zielgruppe im Auge: Die Kundschaft des Hofladens. «Diese kann es genauso wie wir kaum erwarten, bis nach dem Winter das erste frische Gemüse aus der Region in den Gestellen aufliegt», sagt Pascal Gutknecht. Der Hofladen ist Teil der Betriebsgemeinschaft, die er gemeinsam mit Bruno Gutknecht und Thomas Etter in Ried bei Kerzers betreibt.



Pascal Gutknecht hält die Kundschaft auf dem Laufenden. Bild: LID

senden Korrekturschritt bei einer befreundeten Kommunikationsspezialistin. Diese Perspektive von aussen sei sehr hilfreich, da letztlich ja die Leserinnen und Leser die Botschaft verstehen müssten.

Erfolg ist messbar

Pascal Gutknecht achtet strikt auf Authentizität und will echte Geschichten aus dem «Gemüslers»-Alltag erzählen. Dazu passt, dass er in der Winterzeit kaum Posts veröffentlicht. «Auf den Feldern läuft dann wenig, deshalb bringt es nichts, künstlich etwas zu pushen, das die Leute gar nicht interessiert.» Dafür sei aber der Start im Frühling umso wichtiger. Die Kundschaft warte nur auf ein Zeichen, dass es im Hofladen mit «neuen» Produkten losgehe. Beispielsweise mit frischem Rhabarber, der in Töpfen im Gewächshaus wächst und deshalb jeweils sehr früh – in diesem Jahr voraussichtlich Mitte März – ein erstes

Highlight im Sortiment bildet und die Kundschaft nach dem Winter wieder in den Hofladen bringen soll. Jetzt im Frühling publiziert Pascal Gutknecht deshalb fast wöchentlich neue Beiträge auf Facebook. «Die Leute sollen sehen und spüren, dass es in unserem Hofladen während der Saison immer ein besonders attraktives, vielfältiges Angebot mit frischem Gemüse aus der Region hat.»

Besonders gut kommen dabei die 27 Tomatensorten an, die in erster Linie für die Direktvermarktung angebaut werden. Bis zu 250 Leute strömen täglich in den Laden, der über eine Fensterfront direkten Einblick ins Gewächshaus bietet. Dabei sei messbar, dass die Frequenz nach den Facebook-Posts ansteige.

Facebook besser als Zeitungs-Inserate

Facebook habe sich als Kanal für die Altersklasse, die im Hofladen ein-



Erfolg mit sozialen Medien

Der Landwirtschaftliche Informationsdienst (LID) zeigt 2019 mit der Serie «Erfolg mit sozialen Medien» Monat für Monat, wie Bäuerinnen und Bauern die sozialen Medien für die Öffentlichkeitsarbeit und Direktvermarktung erfolgreich einsetzen können.

Hilfreiche Tipps für den Umgang mit sozialen Medien finden sich zudem im Praxishandbuch «Kommunikation für den Hof» auf www.lid.ch.

kaufe, besonders gut bewährt, erklärt Pascal Gutknecht. Das könne er auch im Analysetool von Facebook ablesen, das viele Informationen über die mehr als 1200 Follower sowie die anderen Besucher auflistet, wie beispielsweise Alter, Geschlecht und Herkunft. Instagram funktioniert anders und richte sich an ein jüngeres Publikum. «Bilder sind hier wichtiger als Worte.» Er ent-

scheide je nach Situation, welcher Kanal sich für ein Bild oder einen Kurz-Film besser eigne. Facebook ist für den Hofladen aber wichtiger. Die Wirkung der Facebook-Posts erstaunt Pascal Gutknecht immer wieder. Beispielsweise wenn der erste Spargel aus der Region aufgelegt wird: «Dann dauert es nach der Veröffentlichung auf Facebook keine halbe Stunde und die ersten Spargelfans stehen im Laden.» Im Vergleich zu teuren Inseraten in der Regionalzeitung sei der Effekt von solchen Posts deutlich grösser, findet er.

Trotzdem verzichtet er bewusst auf Bezahldienste auf Facebook, auch wenn diese ihm vielleicht ein paar Fans mehr bringen würden. Er glaube, dass die Leute sich an solchen, mit Geld beworbenen Beiträgen eher stören würden. Für ihn ist der Fall klar: «Die Geschichten müssen einfach so gut sein, dass sie auch sonst gelesen werden.» ■



Das aktuelle Geschehen wird direkt kommuniziert. Bild: LID

Agrokaufmann/frau HF Agrotechniker/in HF

besser ...

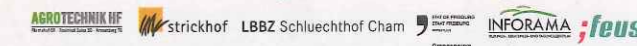


...entscheiden

Diese Ausbildung bringt dich im Leben echt weiter ...

So wie Nicole Stucki. Sie arbeitet heute als Kontrollverantwortliche bei der Bio Test Agro in Münsigen.

www.agrotechniker.ch • www.agrokaufmann.ch



TRANSPORTER IN TOP-FORM

Transporter – im laufenden Betrieb unverzichtbar. Im Reparaturfall schnell wieder fit: Mit Ersatzteilen von winkler.

Großes Sortiment für alle gängigen Baureihen. Jetzt gratis Katalog anfordern unter winkler-parts.ch/transporter

GRATIS

winkler
Das passt.