

Facebook

## Mit bezahlter Werbung zu mehr Kunden

Das Verständnis fördern und neue Kundschaft gewinnen: Andreas Koloska, Social-Media-Coach und Marketingexperte, weiss, welche Chancen Facebook der Landwirtschaft bietet. Koloska zeigt anhand eines Beispiels, warum es Sinn macht, Facebook als effiziente Werbepattform zu nutzen.



Christine Nussbaumer



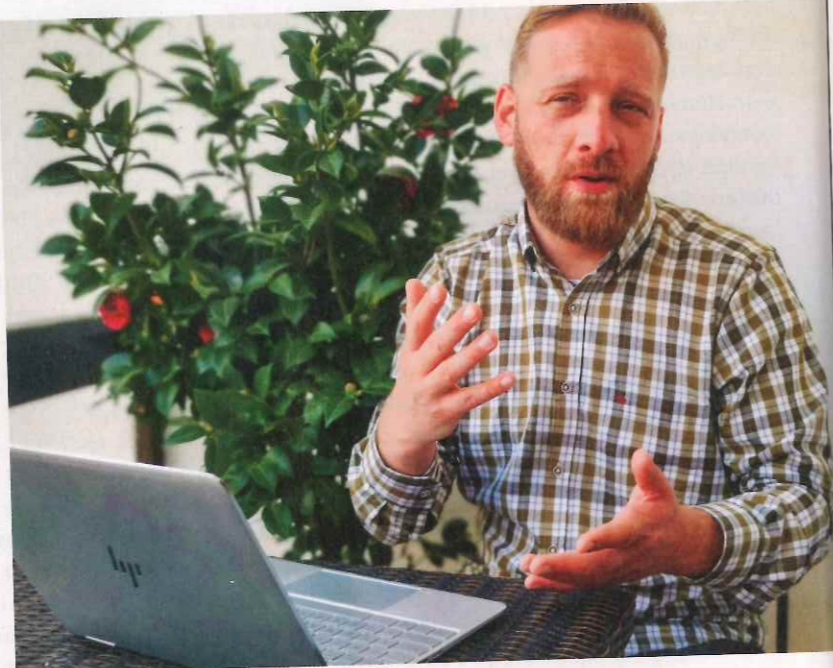
Melina Gerhard

Wir nehmen an, dass Familie Müller Rübli anbaut. In einem kleinen Selbstbedienungsladen verkauft sie einen Teil der Ernte ab Hof. Die Familie hat keine Webseite, aber einen Facebook-Account, der nach anfänglicher Euphorie etwas eingeschlafen ist. Gerne möchte Frau Müller nun die Eigenvermarktung der Produkte vorantreiben.

Tipp

### So werben Sie erfolgreich auf Facebook

- Definieren Sie für sich, was Sie von Ihrem Hof in den Vordergrund stellen möchten. Persönliches ist für Direktvermarkter fast immer besser.
- Generieren Sie authentisches und interessantes Bildmaterial.
- Definieren Sie Ihre Zielgruppe und überlegen Sie sich gut, wer sich für Ihre Produkte interessiert.
- Lernen Sie den Umgang mit dem Facebook Werbeanzeigenmanager kennen.
- Erstellen Sie eine technisch einwandfreie Webseite mit einem Baukastensystem wie zum Beispiel mit Jimdo, WordPress oder Wix.



Andreas Koloska ist Social-Media-Coach und seit 2007 fasziniert von den Möglichkeiten der sozialen Medien. Bild: LID

ist schlussendlich immer auf einer Webseite», sagt Koloska. Während auf der Webseite die statischen Inhalte wie Produkt- und Betriebsangaben platziert sind, eignen sich die sozialen Medien für das Erzählen von Geschichten rund um die Produkte.

### Miterleben schafft Verständnis

Im Beispiel der Familie Müller empfiehlt Koloska, Facebook dafür zu nutzen, den Kontakt zu den Kundinnen und Kunden zu pflegen. «Wenn der Kunde gesehen hat, wie die Rübli Anfang Frühling in den Boden gesetzt wurden und im Sommer ab Hof verkauft werden, reagiert er verständnisvoller, wenn ein krummes Rübli im Hofladen liegt.» Mittels

Social Media (vor allem Facebook und Instagram) könne der Landwirt seine Kunden in den ganzen Anbau- und Ernteprozess einbinden. Das schaffe Vertrauen, Verständnis und Toleranz für seine Produkte.

### Mit wenig Aufwand neue Kundschaft anwerben

Zusätzlich kann Frau Müller auf Facebook eine bezahlte Anzeige schalten. Konkret könnte die Facebook-Anzeige ein Bild eines frischen Bundes Rübli und eine kurze Erklärung beinhalten. Anschliessend kann Frau Müller die Zielgruppen «Lebensmittel» und «Landwirtschaft» auswählen und die geographische Reichweite bestimmen. Mit einer Investition von

### 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](http://www.lid.ch).

20 Franken können rund 4000 Leute erreicht werden, die man ansonsten nicht erreichte.» Gemäss Koloska lohnt sich der geringe finanzielle Aufwand. «Aufgrund der enormen Flut an Meldungen filtert Facebook die Beiträge für seine Nutzer automatisch. Dem Nutzer werden nur noch die Beiträge angezeigt, die Facebook für den Nutzer relevant hält. Nur die treuesten Kunden, die regelmässig auf die Hofseite klicken, würden das Foto der Rübli sehen und eventuell beim Hofladen vorbeikommen. Mit diesen Kunden ist man aber oft auch privat gut vernetzt.» Laut Koloska ist man fast gezwungen, bezahlte Werbung zu schalten, wenn man neue Kunden gewinnen will. Zudem sei es die genaueste und kostengünstigste Form der Werbung, die es momentan gebe.

### Nerv treffen ohne nervig zu sein

Frau Müller gefällt die Idee von Koloska. Trotzdem befürchtet

Management

sie, dass die bezahlte Werbung die Leute allenfalls nerven könnte. Koloska beruhigt: «Die Werbung eines Landwirts im Facebook-Newsfeed wird von den Nutzern positiv wahrgenommen. Die Alternative wäre nämlich, dass die Nutzer Werbung erhalten, die weniger relevant, nicht regional und keineswegs authentisch ist. Dies wird gewöhnlich als nerviger empfunden.» Ausserdem sei Werbung eines Landwirts mit seiner Person und seinen Produkten eine willkommene Abwechslung zu Zalando- oder Digitec-Werbung, wie Koloska anfügt. «Ein bekannter Detailhändler wird nie so glaubwürdig kommunizieren können wie der Landwirt selbst.» Kunden kennen gerne die Geschichte hinter dem Produkt.

### Persönliches verkauft sich

Storytelling oder zu gut deutsch «Geschichten erzählen» hat im Marketing einen grossen Mehrwert, erklärt Koloska. Frau Müller sollte sich überlegen, welche Geschichten sie über sich, den Hof und das Produkte erzählen möchte. Je mehr sie bereit ist, von sich und ihrer Familie Preis zu geben, desto idealer für die Werbung. Es schafft Nähe, wenn die Leute die Person hinter dem Produkt kennen. Frau Müller ist dann sozusagen die Garantin für die Qualität ihrer Produkte und Hauptgrund, warum Konsumentinnen und Konsumenten ihre Produkte beim Direktvermarkter beziehen. «Die Werbung muss nicht professionell produziert sein», meint Koloska, «es wirkt ohnehin authentischer, wenn der Facebook-Auftritt nicht ganz perfekt ist.»

Leserangebot

22.50  
statt Fr. 29.90



## Meine Hausapotheke aus Wildpflanzen

Ob heilenden Sirup, Saft, Bonbons oder Cremes selber machen, wohltuenden Tee aus selbst gesammelten Kräutern aufbrühen, Öle, Tinkturen, Essenzen selbst herstellen, heilsame Wickel auflegen – hier wird jeder fündig. Kamillentee, Löwenzahnsaft, Johanniskrautöl, Hustenbonbons? Ganz einfach und schnell selbst gemacht. Stellen Sie sich Ihre natürliche Medizin aus 32 bekannten und heimischen «Allerweltsheilpflanzen» einfach selbst her – und zwar dann, wenn die Pflanzen draussen frisch verfügbar sind. Plus: Sammeln nach den Jahreszeiten, Schritt für Schritt von der Pflanze zum fertigen Produkt, Rezepte mit Gelinggarantie.

UFA-Revue-Leserinnen und -Leser erhalten das Buch zum Sonderpreis von 22.50 statt 29.90 Franken, inkl. Porto und Verpackung.

## Bestellcoupon

Ich bestelle:  
«Meine Hausapotheke aus Wildpflanzen»

Anzahl Ex. je Fr. 22.50 statt Fr. 29.90

Versandkostenfreie Lieferung und Verrechnung über den Ulmer-Verlag

Name/Vorname \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

PLZ, Wohnort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

Ausschneiden und einsenden an: UFA-Revue, Wildapotheke, Theaterstrasse 15 a, 8401 Winterthur oder bestellen unter [www.ufarevue.ch](http://www.ufarevue.ch).