

Webseite

Die Online-Visitenkarte

Wöchentlich ist sie an Märkten in der Region anzutreffen. Sie liebt den persönlichen Austausch mit den Kunden, ein gepflegter Auftritt im Internet liegt ihr aber genauso am Herzen. Stefanie Weber vom Hof Baregg weiss: Eine gute Webseite ist enorm wichtig.



Christine Nussbaumer



Melina Gerhard

Angefangen hatte alles mit dem Ebenrain-Tag. Stefanie Weber bot gemeinsam mit ihrem Ehemann Christian am Fest der landwirtschaftlichen Schule frisches Holzofenbrot an. Die grosse Nachfrage animierte das eingespielte Team dazu, an Messen und Märkten das Brot und ihre Hofprodukte anzubieten. Da sie interkantonal unterwegs waren und von ihren Kunden nach Kontaktdaten angefragt wurden, war bald klar: Eine Internetseite mit Informationen über den Hof und das Angebot musste her.

mich umgeschaut und verschiedene Optionen geprüft. Mit dem Webseitenanbieter Jimdoo konnte ich eine Webseite mit integriertem Webshop erstellen.» Weber wollte, dass die Seite professioneller daherkommt und hat deshalb eine Grafikerin für das Erstellen des Logos sowie einen Marketing-Spezialisten beauftragt. «Der Marketing-Spezialist hat mich in der Webseiten-Gestaltung begleitet und mir beim Aufbau des Webshops sowie beim Newsletter geholfen. Das war zwar nicht ganz günstig, hat sich aber gelohnt», ist Stefanie Weber überzeugt.

Benutzerfreundlichkeit steht an erster Stelle

Selbst auf dem Smartphone ist die Webseite vom Hof Baregg benutzerfreundlich gestaltet. Die Eigenschaft, dass eine Webseite auch auf dem Tablet oder Smartphone einen logischen Aufbau hat, heisst «Responsive Webdesign». Weil heute viele Leute mit ihrem Smartphone surfen, ist die optimale Darstellung der Inhalte auf dem Smartphone ein Muss. Auf der Seite des Hofes Baregg sind relevante Informationen wie Bezahlmethode, Labels der Hofprodukte und sogar GPS-Daten in wenigen Augenblicken



Stefanie's Tipps für einen erfolgreichen Webauftritt:

1. Verlinken und verweisen Sie von anderen Kanälen auf Ihre eigene Webseite, so wird Ihre Webseite besser gefunden.
2. Halten Sie die Webseite immer aktuell, am besten reservieren Sie sich wöchentlich genügend Zeit dafür.
3. Vergewissern Sie sich, dass Ihre Webseite und der Webshop responsive sind.
4. Halten Sie Webseite und Social-Media-Kanäle im gleichen Stil (Corporate Design), so ist die Wiedererkennung grösser.
5. Versuchen Sie den Dialog zu den Seitenbesuchern zu fördern mit Fragen und Interaktionen.

Wunsch nach Online-Shop

Im Jahr 2000 hat die gelernte Kauffrau, die sich gerne mit dem Online-Thema beschäftigt, eine Webseite erstellt. «Ganz eine simple, mit dem Frontpage Baukastensystem von Microsoft», wie Stefanie Weber erzählt. Diese hatte sie mit Informationen rund um den Hof à jour gehalten. Mit wachsender Produktpalette wurde auch der Wunsch nach einem Webshop grösser. Die Kunden sollten auf der Internetseite alle Hof Baregg-Produkte auf einen Blick sehen.

«Vor etwa eineinhalb Jahren habe ich mich entschieden, meine Produkte auch auf einem Webshop anzubieten. Zudem war die alte Webseite etwas in die Jahre gekommen. Ich habe

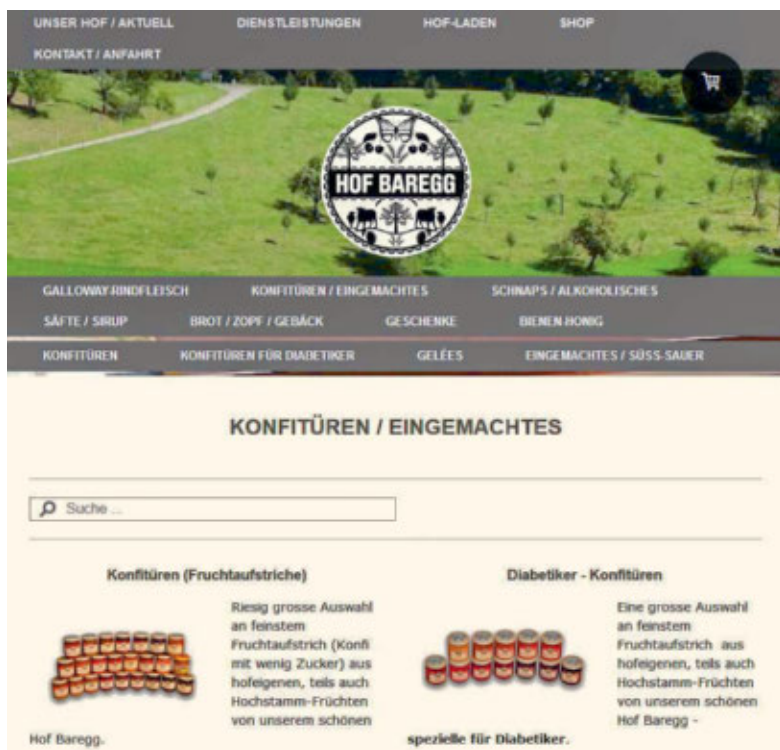
Christian und Stefanie Weber: Das Hof Baregg-Logo ist auf den T-Shirts, auf der Broschüre und im Internet sichtbar und verleiht einen einheitlichen Auftritt. Man redet dabei von «Corporate Design». Bild: LID





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 sowie das Erstellen und den Unterhalt einer Webseite findet sich im Praxishandbuch «Kommunikation für den Hof» auf www.lid.ch.



Hofprodukte kann man bequem via Webshop bestellen. Bild: LID

ersichtlich. Mit einem Klick auf die Rubrik «Shop» präsentiert sich eine übersichtliche Anordnung der Produktkategorien. Details und ein Foto in hoher Auflösung geben Informationen über jedes einzelne Produkt.

Webseiten im Netz finden

«Beim Aufbau meiner Webseite war mir vor allem wichtig, dass sich der Kunde zurechtfindet», so Stefanie Weber. Sie betont, dass es wichtig sei, von Anfang an eine Vorstellung zu haben, wie die Webseite aussehen soll. «Desto einfacher ist dann die Umsetzung», ergänzt die vielseitig

Interessierte. Damit die Webseite überhaupt von potenziellen Kunden gefunden werden kann, soll die Seite bei der Suche mit einer Suchmaschine möglichst weit oben erscheinen. Eine Verlinkung auf Portalen wie beispielsweise www.vomhof.ch, Verweise von Social Media auf die Webseite oder eine hohe Verweildauer der Besucher auf der Seite helfen dabei. «Dazu ist es wichtig, dass die Webseite à jour gehalten und beispielsweise die Startseite stets mit neuen Berichten oder Fotos bespielt wird», weiss Stefanie Weber. Sie findet es zusätzlich eine

gute Idee, mit den Seitenbesuchern einen Dialog zu führen: «Ich frage beispielsweise, wie das neugeborene Kalb heissen soll oder welches Gebäck im Sortiment gewünscht ist.»

Ergänzung zum Hofladen

Der finanzielle Aufwand der neuen Webseite beläuft sich für Weber auf rund 7000 Franken. Pro Woche wendet sie zudem zwei bis drei Stunden für ihren Internetauftritt auf. Dazu gehören auch Posts auf Facebook. «Am Freitag schauen bereits viele Leute auf meiner Facebook-Seite, welche Spezialität ich am Samstag am Wochenmarkt anbiete», so Weber. Es sei wichtig, dass man mit Herzblut daran arbeite, denn Kosten und zeitlicher Aufwand seien gross. Zudem brauche man eine grosse Portion Geduld, da der Shop eine Anlaufzeit von mindestens zwei Jahren brauche. Auf die Frage, ob die Kunden vom Hof Baregg in Zukunft nur noch online einkaufen können, winkt sie lachend ab. Die Marktfahrerei aufzugeben, kommt für sie nicht in Frage. «Zwei Drittel der Kunden stellen online einen Warenkorb zusammen und holen ihn dann am Markt oder auf dem Hof ab», erklärt sie. «Und ich geniesse es, ab und zu unter die Leute zu kommen.» ■

Autoren

Christine Nussbaumer und Melina Gerhard, (Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID)

Weiterführende Informationen

Der Hof Baregg bietet Produkte aus eigenem Anbau im Webshop, im Hofladen und an verschiedenen Märkten an:

- Brote, Zopf, Gebäck aus Weizen und Urdinkel
- Wurst, Geräuchertes, Fleisch-Mischpakete aus Galloway-Rindern
- Konfitüren und Brände aus dem Hochstamm-Obst
- Süss-Saures aus dem Gemüsegarten
- Honig aus der Imkerei

Mehr Informationen direkt auf der Webseite www.hof-baregg.ch oder auf Facebook.