



Social Media für Landwirt:innen

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



Basierend auf den Ergebnissen des Forschungsprojekts „SOCIAL MEDIA IN DER BAYERISCHEN LANDWIRTSCHAFT: STALL 4.0 IM NETZ 2.0“

Autorinnen: Larissa Drescher, Heike Zeller, Magdalena Eisenmann, Sabine Daude
Fakultät Nachhaltige Agrar- und Energiesysteme der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf
Förderung: Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Liebe Landwirtin, lieber Landwirt,

dieses Dokument hilft Dir auf Deinem Weg als Landwirt:in auf Social Media. Es beinhaltet eine Auswahl der für dich richtigen Social-Media-Plattform und weitere Inhalte. Es besteht aus **6** Teilen.¹

- 1. Erste Schritte** als Landwirt:in auf Social Media plus **spannenden Input** auch für diejenigen, die schon länger dabei sind. Unsere Aussagen basieren auf unserer Studie mit Erfahrungen bayerischer Landwirt:innen auf Social Media und der Umfrage dazu.
- 2. Vor- und Nachteile von Plattformen.** Landwirt:innen, die bereits auf Social Media unterwegs sind, nutzen gerne Facebook und Instagram. Und die bayerische Landwirtschaft liefert die schönsten Bilder!
- 3. Entscheidungshilfe,** die Deinen den Weg zu einer Plattform aufzeigt. Folge der Anleitung und überprüfe Deine Wahl gerne nach einiger Zeit (z.B. nach 3 Monaten). Passt die Plattform zu Dir? Fühlst Du Dich wohl?

¹ Handlungsempfehlungen basieren auf: Drescher, L.S. (2021): Auswahlhilfe Social Media Plattform für die Wissenschaftskommunikation. Und Drescher, L.S. (2021): Stufenplan Wissenschaftskommunikation. 3. Netzwerktreffen des BayWISS-Verbunds „Life Sciences und Grüne Technologien“. Workshop 3: Soziale Medien: Wirkungsvolle Kanäle der Wissenschaftskommunikation. 12.11.2021.

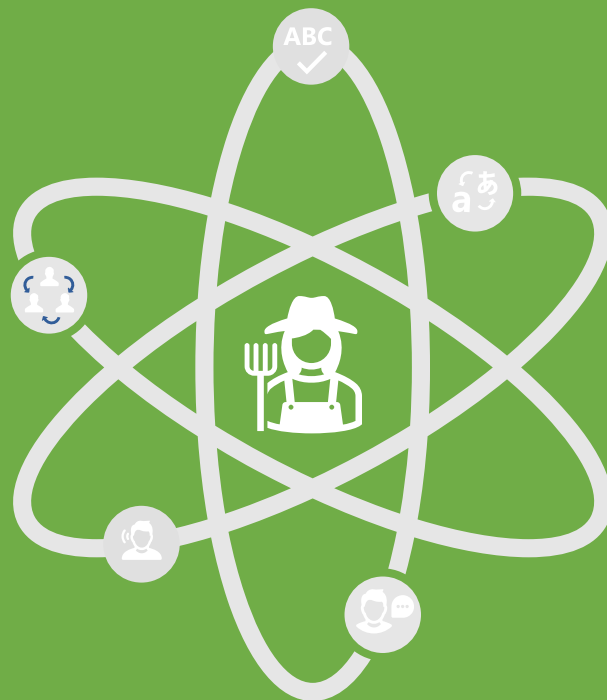


- 4. Inhalte („Content“) und Formate sowie allgemeine Tipps** speziell für die Kommunikation als Landwirt:in auf Social Media. Lasse Dich inspirieren und probiere aus.
- 5. Umgang mit Hürden und kritischen Themen** auf Social Media. Wie kann ich am besten mit möglichen Schwierigkeiten umgehen? Wie bereite ich mich vor?
- 6. Who is Who der landwirtschaftlichen Social-Media-Kommunikation.** Profile von Landwirt:innen, Organisationen, denen es sich zu folgen lohnt und die für Deinen Start auf Social Media hilfreich sein können.

Diesen Tipp für Neueinsteiger geben schon auf Social Media aktive Landwirt:innen am häufigsten:
EINFACH STARTEN!

1 Erste Schritte

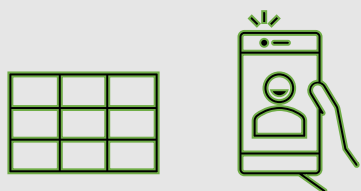
Erste Schritte



als Landwirt:in auf Social Media

1 **Erstelle einen Account**

... z. B. auf Instagram. Wenn Du Deinen landwirtschaftlichen Betrieb zeigen willst, erstelle ein neues betriebliches Konto für die Kommunikation und halte dieses getrennt von Deinen persönlichen Accounts (je Benutzer:in können bis zu 5 verschiedene Accounts verwaltet werden. Services wie Hootsuite erlauben das Delegieren von Arbeit an andere).



Sehe Dir die Vor- und Nachteile verschiedener Social-Media-Plattformen für die landwirtschaftliche Kommunikation an und wähle die Plattform, auf der Du Dich und Deinen Betrieb am besten präsentieren kannst.

Auch Social Media Plattformen unterliegen einem Lebenszyklus. Immer offen bleiben für Neues.

2 Suche Deine „Peer-Group“

Vernetze Dich mit Landwirt:innen, landwirtschaftlichen Organisationen und Persönlichkeiten.



Suche auch außerhalb Deiner Landwirtschaftscommunity nach Kontakten. Das erhöht die Reichweite Deiner Kommunikation. Folge Ministerien und NGOs. Suche passende Hashtags und folge diesen.

#landwirtschaft #agriculture #landwirtausleidenschaft #bio
#bayerischelandwirtschaft #erntehelfer #farmlife #farming ...

3 Lese zunächst mit

Lerne von erfahrenen landwirtschaftlichen Bloggern. So starten viele Landwirt:innen auf Social Media. Wie kommunizieren andere über die Landwirtschaft? Was gefällt Dir daran? Was gefällt Dir nicht? Was liegt Dir?

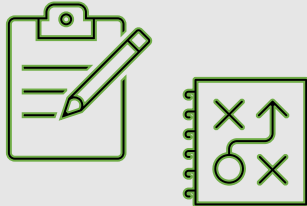


Lass Dir für diese Phase Zeit, bis Du das Gefühl hast, dass Du die Plattform gut kennst und verstehst.

Passe die Liste der Accounts, denen Du folgst regelmäßig an. Gefällt Dir der Content eines Accounts nicht: Aufräumen.

4 **Betreibe Themenmanagement**

Wann immer Dir ein Thema unterkommt, das Dich interessiert: Sammle den Content und Kommunikationsideen.



Versuche, die Themen zu kategorisieren oder in Contentformaten zu denken.

Du kannst auf Beiträge der eigenen Community oder auf Aktivitäten anderer Landwirt:innen verweisen.

Eignen sich bestimmte Deiner Themen für bestimmte Contentformate (z. B. Videos oder Kurzformate (Stories))?

Speichere Dir Deine Ideen immer an einem Ort. Schicke Dir z.B. selbst eine SMS, sprich aufs Diktiergerät, oder, oder, oder.

5 **Aktiviere Deine Social-Media-Routine**

Nehme Dir jeden Tag 10 Minuten Zeit für das Finetuning Deines Profils auf der Plattform. Setze Dir Ziele.



Definiere Deine Ziele konkret: ich möchte jede Woche mein Netzwerk um 5 Personen erweitern.

Wenn Du mehrere Plattformen bedienst, arbeite parallel bzw. verlinke Deine Beiträge zwischen den Plattformen.

6 **Fange an, zu kommentieren**

Werde sichtbarer durch Liken und Kommentieren. Bringe Dich ein in Diskussionen und antworte auf Fragen.

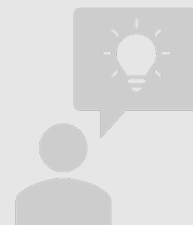
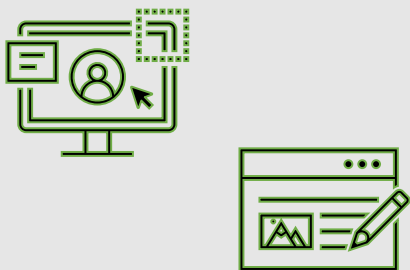


Was passiert mit Deinem Netzwerk, wenn Du kommentierst? Folgen Dir mehr Leute? Erreichst Du mehr? Bringt Dir der Austausch etwas (Erkenntnisse, Anregungen, Gefühle)?

Evaluiere Deine Social-Media-Tätigkeit nach einiger Zeit. Hier fällt die eigentliche Entscheidung über Deinen Austausch dort. Gefällt er Dir nicht? → Bleibe bei Schritt 1: Social Media als permanente Informationsquelle ist schon gewinnbringend. Gefällt er Dir? → Auf zu Schritt 7!

7 **Poste eigenen Content**

Sichtbare(r) Fürsprecher(in) der Landwirtschaft wirst Du über eigene Posts. Poste eigene Inhalte (Alltag auf dem Betrieb, Pflanzenbau, ...) oder ordne landwirtschaftliche Themen mit eigenen Worten ein.



Du kannst Dir eine Social-Media-Strategie mit Zeitplan erstellen (Contentserien, Contentinhalte), aber das ist kein Muss.

**Bleibe neugierig! Bleibe Du selbst!
Und plane, wenn es Dir hilft.**



2 Vor- und Nachteile von Plattformen²

Für und Wider von **Facebook**, **Instagram**, **YouTube**, **LinkedIn** und **Twitter** für Deine landwirtschaftliche Kommunikation findest Du weiter unten. Sind nicht alle für Dich infrage kommenden Plattformen vertreten?

Andere Plattformen kannst Du leicht nach dem Schema ergänzen.

² Basiert auf und erweitert nach ZBW, Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft (2021): Wissenschaftskommunikation mit Social Media – Die Wahl der richtigen Tools. Praxistipp 2. Open Science Magazin. Online verfügbar <https://open-science-future.zbw.eu/wissenschaftskommunikation-mit-social-media-die-wahl-der-richtigen-tools/> (29.03.2022)



Facebook

Erlaubt Posten von Kommentaren und Content (Fotos, Links, Videos)

Vorteile	Nachteile
Breit gefächertes Publikum, verschiedenste Altersgruppen (eher bei Älteren beliebt)	Eher kommerzieller Fokus
Eigene Gruppen und Seiten können erstellt werden, um Personen zusammenzubringen, die an bestimmten Themen interessiert sind	Für Werbung können Kosten anfallen
Seiten für den eigenen Betrieb können erstellt werden (und von jedem gefolgt werden)	Kommunikation mit anderen eher langsam
Hervorragend geeignet, um allgemeines Publikum anzusprechen	Algorithmus stark; um wichtig zu bleiben, muss Geld investiert werden
Erlaubt Hinweise auf Offline-Events	Netzwerk basiert auf akzeptierten Freundschaftsanfragen
Erlaubt Live Streams	Personen nicht unbedingt landwirtschaftlich orientiert oder interessiert
Keine Begrenzung der Wortanzahl	Analysemöglichkeiten aufwändig
Leichtes Teilen von Schlagzeilen, Links, Content	
Gute Analysemöglichkeiten	
Gut geeignet, um für Veranstaltungen zu werben	
Gut für kurze Kommunikation	
Zeitaufwand: gering (mehrmals die Woche Inhalte posten)	
Starke Nutzung durch Landwirt:innen, starke Landwirtschafts-Community auf Facebook	



Instagram

Auf Bilder fokussiertes Netzwerk

Vorteile	Nachteile
Sehr beliebt für die Ansprache der (jüngeren) Masse an Usern	Nur in Stories und in der Profilbeschreibung kann auf externe Inhalte verwiesen werden, schlecht für das Verbreiten von Information
Instagram-Stories erlauben das Posten von Geschichten und Bildern, die nach 24h wieder gelöscht werden (ähnlich wie Snapchat)	Bildlastigkeit bedeutet, es braucht eine Affinität zu guten Bildern
Starkes Marketingtool	Komplexe Themen der landwirtschaftlichen Produktion sind über Bilder oft nur schwer vermittelbar
Gut geeignet für Einbindung und Verbreitung von Content	Eher ungeeignet für (tiefgehende) Diskussionen
#Hashtags nutzbar zur Kategorisierung von Inhalten und Wiederauffinden bzw. Gruppenbildung	
Zeitaufwand: gering (mehrmals die Woche posten)	
Kann ein breites Publikum erreichen	
Starke Community besonders bei Landwirt:innen mit beruflichem Social Media Profil	
Die meisten User auf Instagram haben mehr Follower als auf anderen Netzwerken	



YouTube

Ermöglicht Hochladen und Verteilen von Videos, Ansehen und Bewerten der Videos

Vorteile	Nachteile
Beliebteste Video-Plattform	Weniger Austausch, mehr auf Verbreitung aus
Kann mit anderen Social Media Plattformen verlinkt werden und in Blogs und Websites eingebettet werden	Videoerstellung aufwändig
Ablage für Videos, z. B. Veranstaltungen; Streaming ist auch möglich	Equipment und Technikwissen notwendig
Erlaubt auch das Verteilen von Audio-Inhalten wie Podcasts	Zeitaufwand: hoch (qualitativ hochwertige Videos brauchen Zeit)
Möglichkeit, ein breites Publikum zu erreichen und Content noch nach Jahren sichtbar	
Es gibt einige gute Landwirt:innen auf YouTube (MykuhTube)	



Twitter

Nachrichtendienst, bei dem Nutzer Tweets posten

Vorteile	Nachteile
Hohe Erreichbarkeit verschiedener Nutzer:innen (ab n > 1000): Journalist:innen, Politiker:innen, NGOs, Fachinteressierte, Wissenschaftler:innen	Zeichenlimit (280 pro Tweet)
Stark in Text und Information, weniger bildlastig (Bilder und Videos können aber eingebunden werden)	Es braucht Richtung und Planung, um nützlich zu sein
Starke Journalisten-, Politik- und Wissenschaftscommunity	Es dauert, bis man die „Blase“ kennenlernt
Hashtags (#) zum Wiederauffinden von Themen	Sichtbarkeit auf Twitter kann Herausforderung sein
Zeichenlimit: zwingt zur Präzision	„Viele reden, keiner hört zu“
Sehr schnell, offen und öffentlich; leicht, die Stimmung zu einem Thema zu erfassen	Nicht viele mit echtem Namen unterwegs; Kommunikation kann ruppig werden
Twitter-Takeover (Übernahme von Twitter-Accounts) sind beliebte Möglichkeiten der Kommunikation	Schnelligkeit heißt, Tweets können sich schnell in der Menge verlieren
Schulen, Hochschulen, Universitäten nutzen Twitter häufig	Zeitbedarf: Mittel (man sollte ab Phase 3 jeden Tag tweeten, um Account aktuell zu halten)
Erfolgsanalyse einfach (über Likes und Retweets und Twitter-Analysen)	Wird eher wenig genutzt von Landwirt:innen
Netzwerkbildung einfach (Kontakt muss nicht akzeptiert werden, damit deren Inhalte gelesen werden können)	



LinkedIn

Beruflich orientiertes Netzwerk, auf dem Links, Kommentare und Content gepostet werden können

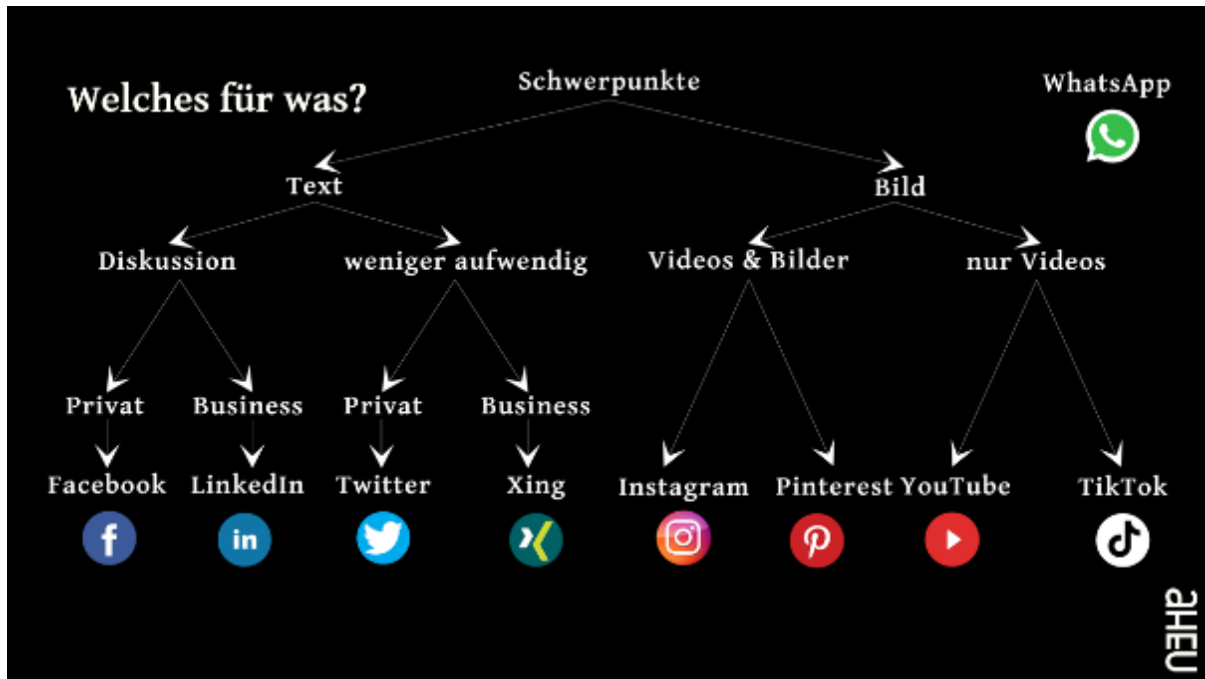
Vorteile	Nachteile
Erlaubt die Einbindung von Links, Videos, Bilder und eigenen Posts	Es gibt kommerziellen Content
Stark in der Wirtschaftswelt	Für die vollumfängliche Nutzung fallen Gebühren an
Landwirtschaftsnahe Organisationen und deren Mitarbeiter:innen sind hier gut vertreten	Landwirtschaftliche Netzwerke sind hier eher kleiner
Erlaubt Suche nach potenziellen Arbeitnehmern und Arbeitgebern	
Gut in der Verbreitung von Inhalten und Themen	
Die Mehrheit ist mit vollem Namen unterwegs, daher ist Kommunikation eher höflich	
Karriereorientiert, bietet Karrieremöglichkeiten und Sichtbarkeit innerhalb der Community	
Gutes Standing als seriöses Netzwerk	
Hat öffentliche als auch private Diskussionsräume (Gruppen)	
Organisationen können eigenes Profil erstellen	



3 Entscheidungshilfe

Um Dir die tatsächliche Entscheidung zu erleichtern, gehe Deine Vorlieben entlang der folgenden Darstellung durch. Je nach Deinen Schwerpunkten sind verschiedene Plattformen für Deinen landwirtschaftlichen Content gut geeignet.

Es können auch mehrere Plattformen infrage kommen. Gehe nach Deinem Gefühl: Welche Plattform sagt Dir am meisten zu?



Quelle: Heike Zeller, aHEU – Regionale Vermarktungsstrategien (2021)



4 Inhalte, Formate und allgemeine Tipps

Hier findest Du eine Liste mit beispielhaften Kategorien für Deinen **Content** auf den Social-Media-Plattformen. Weiters findest Du ein paar Startideen für **Serienformate**. Je länger Du auf Social Media mitliest und mitmachst, umso mehr Ideen bekommst Du.

Contentkategorien

Es gibt ein großes Themenspektrum an Inhalten: Passe die Auswahl so, dass sie für Dich und Deine Betrieb passt.

- Tutorials und Ratgeber
- Landwirtschaft erklären
- Infografiken
- Fragerunden
- Spiele
- Umfragen
- Rezepte
- Podcasts
- Live gehen mit anderen
- Ankündigungen

Mögliche Serienformate

- Vorstellung von Familienmitgliedern, Mitarbeiter*innen und Kolleg*innen, oder auch von Tieren auf dem Hof, ...
- Erklärvideos zu den am Hof anfallenden Arbeiten
- „Wort zum Sonntag“ oder ähnliche feste Tage
- Erntestände
- Besondere Plätze auf dem Hof
- Erfolge/ Misserfolge



Allgemeine Tipps

- Das empfehlen Landwirt:innen auf Social Media am meisten: Einfach starten!
- Authentisch bleiben, immer auch den echten Menschen zeigen.
- Nutze Hashtags (#), schaue nach Hashtag-Trends.
- Schreibe kurze Postings, in einfacher Sprache, direkt adressiert an Deine Zielgruppe
- Wichtig für den Austausch mit Verbraucher:innen: Erkläre landwirtschaftliche Fachbegriffe, achte auch hier auf einfache Sprache
- Habe einen Blick darauf, dass Du abwechslungsreiche Inhalte bietest.
- Es braucht einen Mehrwert: was haben Deine Follower von Deinen Inhalten?
- Regelmäßige Posts sind wichtig für den Erfolg.
- Qualitativ hochwertige Bilder sind hilfreich – aber es muss nicht/ sollte nicht zu perfekt sein.
- Habe keine Scheu, selbst vor die Kamera zu treten. Mit dem Gesicht kommt mehr Erfolg.
- Mit dem, was Du durch die Posts darstellst, musst Du Dich wohlfühlen.
- Was Du zeigen willst, bleibt Dir selbst überlassen.
- Frage Deine Follower, was sie interessiert.
- Beende Deine Posts mit einem „Wie macht Ihr das“ → Call-to-Action: fordere Deine User auf, aktiv etwas zu tun (zu kommentieren, zu liken etc.).
- Besuche Social-Media-Workshops und Kurse für noch mehr Ideen!
- Gründe Social-Media-Gruppen, z.B. mit Berufskolleg:innen, oder in der Nachbarschaft, um zum Beispiel Mäharbeiten anzukündigen oder zum Verkauf von Produkten.



5 Umgang mit Hürden und kritischen Themen

- Überlege Dir vorher, wie Du mit negativen Reaktionen umgehen willst
- Was an Deinem Betrieb/ an Deinen Postings könnte negative Reaktionen hervorrufen?
- Gibt es Möglichkeiten, kritische Themen sachlich zu klären?
- Netiquette: definiere, wie Du in Social Media reden willst und wie mit Dir geredet werden soll
- Bei größerem Umfang negativer Reaktionen und auch grundsätzlich eine gute Einstellung auf Deinem Profil: nutze Wortfilter (Du kannst z. B. auf Facebook einstellen, dass Kommentare anderer, die bestimmte Wörter enthalten, erst gar nicht veröffentlicht werden)
- Bitte Kolleg:innen um Unterstützung
- Social Media ist zeitintensiv. Sei nicht frustriert, wenn z.B. ein Post länger dauert, als gedacht. Überlege Dir auch, welche Reaktionen Du wie beantworten möchtest.
- Keine Angst vor der Technik: nutze Weiterbildungen, da gibt es auch gleich neue Ideen und andere Gleichgesinnte
- Hemmungen, Dein Gesicht zu zeigen vergehen mit der Erfahrung – das berichten Landwirt:innen einhellig
- Schutz der Privatsphäre: kläre für Dich und evtl. beteiligte Familienmitglieder, was Du zeigen willst und welche Themen/ Bereiche Du außenvor lassen willst
- Erstelle einen Ablaufplan für den Worst-Case, einen Shitstorm: vom Abschalten Deiner Kommentarfunktion bis hin zur Abschaltung Deines Accounts



6 Who is Who der Landwirtschaft auf Social Media

Wie immer ist dies nur der Anfang. Mit diesen Accounts könnt Ihr schnell Euer Netzwerk erweitern. Bei den großen Accounts zuschauen und lernen, bis Du weißt, wie es geht!

Die aufgezählten Institutionen haben ihre Social-Media-Profile meist mit den Logos der Plattformen gut sichtbar auf ihren Websites verlinkt (das solltest Du auch tun, wenn Dein Hof eine Website hat). Gängigste Plattformen: Instagram und Facebook. Auch diese Liste wieder als ein Anfang, sich dann selbst weiter zu hangeln.

Nicht vergessen: Es kann sein, dass die Personen und Organisationen mit unterschiedlichen Namen auf verschiedenen Plattformen unterwegs sind!

Landwirtinnen und Landwirte

land.schafft.bayern

landwirtin_van_aukoenig

frau_freudig

baeuerin_bettina

maren.opunkt

marie.vom.tiggeshof

isa.hielscher

landwirtschaft_mit_anna

bocholter_landschwein

broksersauen

hof_barslund

jjaegger

skadysfarmlife

jonathan_agrar

michael.reber

frauleindeere

wolfrums_bauernhof

muuuhlicious

leoslandwirtschaft

seekuhhof

farmingmagdalena

teddys.coworld

sandl_theresa

kuhfluesterinnen

mayerhofer_agrar

viehweidhof

biohof.eisgruber

fiskat163

kuhweidhof



max_herbst
thalhauserhof
hof_bennigsen
kartoffelboutique
laura_duerr
stadtkind.imschweinestall
marie_hfmn97
gesaramme
biobrueder_heimann
monjas.farmlife
... und so viele mehr! Einfach anschauen!

Organisationen

- Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
<https://www.stmelf.bayern.de/>
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
<https://www.bmel.de/>
- Bundesinformationszentrum für die Landwirtschaft
https://www.ble.de/DE/BZL/bzl_node.html
- AgChat, Zusammenschluss von Agrarbloggern
<https://agchat.de/>
- Hofheld, Plattform für Agrarblogger
<https://www.agrarheute.com/land-leben/hofheld>
- Unsere Bayerischen Bauern e.V.
<https://unsere-bauern.de/>
- Bayerische Jungbauernschaft e.V.
<https://www.landjugend.bayern/>
- Bayerischer Bauernverband e.V.
<https://www.bayerischerbauernverband.de/>
- Deutscher Bauernverband e.V.
<https://www.bauernverband.de/>
- Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft
<https://www.boelw.de/>
- Verband der Agrarjournalisten e.V. (VDAJ)
<https://www.vdaj.de/>



- Deutscher Landwirtschaftsverlag
<https://www.wochenblatt-dlv.de/>
<https://www.agrarheute.com/>
- Landwirtschaftsverlag GmbH
<https://www.topagrar.com/>
- Allgäuer Bauernblatt
<https://www.allgaeuer-bauernblatt.de/>