

# Der Vielfalt sind keine Grenzen gesetzt

**Internetauftritt / Die Top 3 der zum Wettbewerb der «BauernZeitung» angemeldeten Websites sind erkoren.**

**BERN** ■ Der Wettbewerb der «BauernZeitung» hat drei Gewinner zu Tage gebracht: Die Website des Garohofs, des Brunnmattthofs und die Website der Familien Gerber in Schangnau überzeugten die Jury.

**Aus 40 angemeldeten Websites die besten erkoren**

Welche Homepage eines Landwirtschaftsbetriebs hat den originellsten Auftritt? Welche bietet den interessantesten Inhalt? Den übersichtlichsten Aufbau? Und wie steht es mit der Aktualität? Diese Fragen wurden im Rahmen des Wettbewerbs von einer vierköpfigen Jury beurteilt. Im Zentrum der Beurteilung

standen Design, Inhalt, Originalität, Struktur und Aktualität.

Rund 40 Websites wurden für unseren Wettbewerb angemeldet. Und ungefähr so vielfältig kamen sie auch daher. Manche sehr bunt, andere eher schlicht. Solche mit einer übersichtlichen Struktur und andere, bei denen der Jury die Logik verborgen blieb. Die Jury setzte sich zusammen aus:

- Jeanne Woodtli, Redaktorin der «BauernZeitung»,
- David Joller, Projektleiter Internet beim Landwirtschaftlichen Informationsdienst (LID),
- Mathias Singer, Internetprojektleiter beim Schweizerischen Bauernverband (SBV) und

● Julia Schwery, Redaktorin der «BauernZeitung».

Alle vier Jurymitglieder haben individuell die Seiten unter die Lupe genommen. Anschliessend wurde die Favoritenauswahl vorgestellt. Aus diesen Favoriten wurden drei Websites ausgewählt, die besonders positiv aufgefallen sind. Die Websites, die laut Jury die Anforderungen am besten erfüllen, werden nun auf dieser Seite vorgestellt.

**Lieber eine schlichte und einfache Website**

Alle Websites müssen drei Knacknüsse bewältigen: Technik, Design und Inhalt. Lieber eine schlichte und einfache

Technik als viele Tricks, die unterschiedlich gut funktionieren. Eine hofeigene Website ist ein gutes Kommunikationsmittel, vor allem für Bauernhöfe mit Direktvermarktung, Agrotourismus, einer Besenbeiz oder sonstigen Dienstleistungen. Das bestätigten auch die zum Wettbewerb angemeldeten Websites. Eine grosse Mehrheit hat eine Rubrik «Angebote», wo sich Interessenten über das Angebot informieren können. Genau so, wie die meisten eine Rubrik «Über uns» führen. Gerade bei Websites eines Bauernhofs ist es zentral, dass Informationen über die Familie und den Betrieb zu finden sind.

Viele gute Websites wurden für den Wettbewerb angemeldet. Es gab aber auch eine Handvoll, bei denen es sicherlich nötig wäre, einige Punkte erneut zu überprüfen: Ist meine Seite aktuell? Sieht das Design ansprechend aus? Findet man alles auf Anhieb, oder sind die Informationen zu versteckt? Die schnellsten, einfachsten und umfangreichsten Informationen finden Bauernfamilien, die eine hofeigene Internetseite planen, auf dem Suchportal «Google» unter dem Begriff «Homepage erstellen». Wer die Produktion der Website lieber Profis überlassen möchte, findet in den gelben Seiten unter <http://yellow.local.ch>

unter dem Begriff «Webdesign» Firmen in der Nähe. Eine einfache und kostenlose Ergänzung oder Alternative zur Präsentation des Hofes und der eigenen Angebote ist «Vom Hof» auf [www.landwirtschaft.ch](http://www.landwirtschaft.ch).

**Die «BauernZeitung» gratuliert den Gewinnern**

Mehrere Seiten schafften es in die engere Auswahl. Gratulation den drei Gewinnern! Sie alle erhalten einen Gutschein in der Landi im Wert von 100 Franken! Die «BauernZeitung» bedankt sich bei allen, die ihre Website für den Wettbewerb angemeldet haben.

BauZ

## www.garohof.ch – Was haben Sie zu bieten?

Unter die Top drei geschafft hat es die Website des Garohofs von Beat und Heidi Garo aus Tschugg BE. Neben der Mutterkuhhaltung wird Natura-Porc produziert. Ebenfalls zum Betrieb gehört eine Aprikosenplantage und eine Naturheilpraxis, die von Heidi Garo betrieben wird.

**Eine zweisprachige Website ist selten**

Bei der Garohof-Website fällt zuerst die eindrückliche Nahaufnahme des Limousin-Stiers auf, der dem Besucher direkt in die Augen blickt. Die schönen und wechselnden Bilder im Hintergrund sind sehr eindrücklich. Einziger Wermutstropfen: Die grossen Bilder wirken sich negativ auf die La-

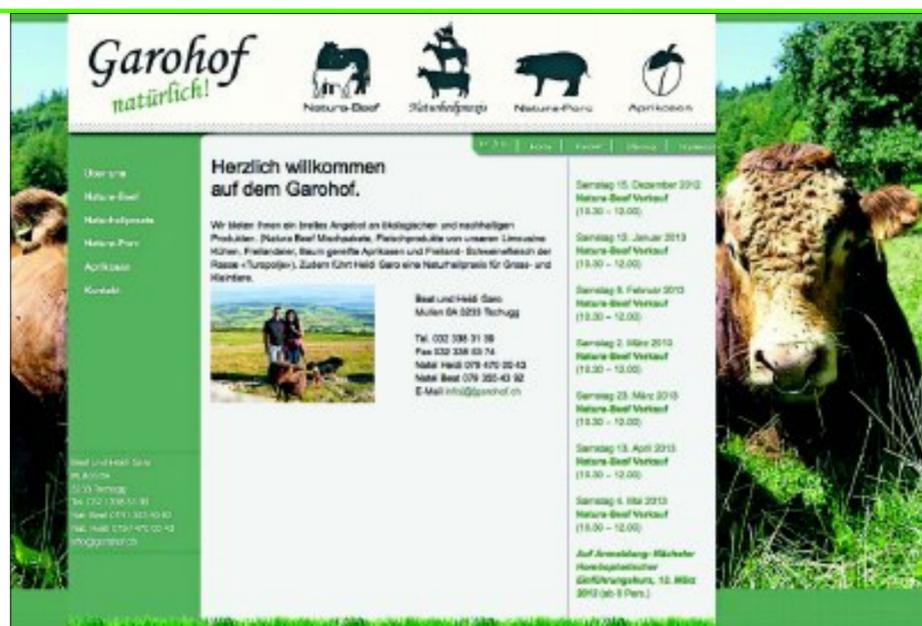
degeschwindigkeit der einzelnen Seite aus. «Bei der Erstellung der Website hat uns ein Bekannter geholfen, aber den Unterhalt macht mein Mann selbst», gibt Heidi Garo Auskunft. Das Wichtige sei, immer wieder etwas aufzuschalten, damit man auch aktuell bleibe.

Die Website vom Garohof ist zweisprachig. Eine Seltenheit. Zudem enthält sie zahlreiche Bildergalerie, Diashows und sogar Videos. Dazu Heidi Garo: «Eines der Videos hat eine Bekannte von mir erstellt.» Die aktuelle Website sei ungefähr achtjährig. Vorher habe man eine eher «steife» Website gehabt, so Heidi Garo. Für den jetzigen Webauftritt erhalte man viele positive

Rückmeldungen: «Die Leute haben Freude.»

**Aktualitäten müssen auch wirklich aktuell sein**

Auch der Jury ist die Website positiv aufgefallen. Gefallen hat unter anderem der Kalender in der rechten Spalte. Ein so prominent platzierter Kalender muss natürlich auch laufend aktualisiert werden. Vorsicht vor veralteten Aktualitäten! Vermisst wurden auf der Garohof-Website mehr Informationen über die Familie. Der Webauftritt ist sehr gut auf den Konsumenten ausgerichtet, spricht, die Struktur ist auf das Angebot angepasst. Gerne hätte die Jury etwas bestellt, jedoch kein Online-Formular gefunden... BauZ



## www.brunnmatte.ch – Bilder sprechen lassen!

Ebenfalls unter die Top drei hat es die Brunnmatte von René und Theresia Marbach von Mauensee LU mit seinen Geissen geschafft. Das originelle Design sowie die schönen Bilder überzeugten ebenso wie die übersichtliche Struktur und guten Inhalte.

**Das Austüfteln von neuen Elementen bereitet Freude**

Die Website des Brunnmattthofs fällt in erster Linie durch ihr sehr schönes Design auf. Die verwendeten Bilder sind sehr aussagekräftig. Hervorzuheben ist auch die Schrift. Eine willkommene Abwechslung gegen das oft anzutreffende Times – New – Roman und Arial. Die wechselnden Bilder sind ansprechend, und die Geschwin-

digkeit angenehm. Theresia Marbach betreibt die Seite im Alleingang: «Ich mache das gerne.» Nach den Kosten zu Beginn von rund 60 Franken und einem Update von nochmals 200 Franken hat sie keine Auslagen mehr gehabt. Das Austüfteln von neuen Elementen bereitet ihr Freude. Die Seite hat sie alleine auf die Beine gestellt: «Das Grundprogramm ist ein einfaches Raster, aber mit ganz vielen Möglichkeiten», erläutert sie.

**Viele und umfassende Informationen**

Die ganze Seite enthält viele Informationen, die sehr umfassend sind. Das so genannte «Tagcloud» rechts unten hilft bei der Suche auf der Website. Das Layout wirkt

erfrischend und originell. Nur der Navigationsbalken, der sich oberst auf der Seite befindet, ist gewöhnungsbedürftig. Dass die Website in Druck- und Textversion ebenfalls erhältlich ist, ist der Jury positiv aufgefallen. Ebenfalls Nice to Have: Ein Gästebuch.

Der Aufwand hänge von der Saison ab, so Theresia Marbach: «Im Frühling, wenn Gitzisaison ist, aktualisiere ich die Seite fast täglich.» Sie erhalte positive Feedbacks für die Seite. Vor allem Geissenzüchter besuchten die Seite im Frühling regelmässig. Daher könne es auch vorkommen, dass gewisse Gitzis bereits einen Tag nach der Geburt reserviert würden, so Theresia Marbach.

BauZ



## www.gerber-schangnau.ch – Klein, aber fein!

Dass ein Internetauftritt nicht immer Unmengen von Geld verschlingen muss, zeigt die Website der Familien Gerber aus Schangnau BE. Die Seite des Milchvieh-Betriebes überzeugte die Jury aufgrund mehrerer Punkte.

**«Ich versuche, immer ein bisschen dranzusein»**

Immer einen Pluspunkt erhielten die Seiten mit Informationen über die Familie und den Betrieb. So auch der Internetauftritt der Familien Gerber. Klein, aber fein ist oftmals besser, als übertrieben teuer. Der Website wird von Dorothea Gerber im Alleingang betrieben: «Ich versuche immer ein bisschen dranzusein.» In der Rubrik «Aktuelles» werden Fotos hinter-

legt. Damit erhält der Besucher der Internetseite einen guten Einblick, was auf dem Hof momentan läuft.

**Facebook-Verlinkung trägt Social-Media Rechnung**

Die Bilder können durch Anklicken vergrössert werden. Die einzelnen Seiten sind nicht mit Text überladen, und auch die gewählte Schriftart und -grösse sind angenehm für den Besucher. Auch die Struktur der Seite ist klar und nachvollziehbar. Die Chance, dass der Besucher auch tatsächlich findet was er sucht, ist gross. «Wir haben uns in der Familie Gedanken darüber gemacht, was wir gerne auf der Seite hätten», erläutert Dorothea Gerber. Bei einem Fami-

lienbetrieb müsse man die Wünsche und Vorstellung der anderen mit einfließen lassen.

Positiv aufgefallen sind der Jury weiter die Verlinkungen im Fliesstext, die auf eine andere Stelle auf der Seite weiterverbinden. Überrascht war die Jury auch von der mobilen Verfügbarkeit, spricht, die Seite wird für das Handy in einer vernünftigen Form dargestellt. Da der Betrieb eher abgelegen ist, scheint der Käseverkauf per Internet eine praktikable Alternative. Mit dem Käseformular kann direkt bestellt werden. Auch der Entwicklung mit Social Media wird Rechnung getragen, die Website ist eine der wenigen, die eine Facebook-Verlinkung aufweist. BauZ

