



TIROLER
BAUERN
KALENDER
2015

Bloggen ist Demokratie im weltweiten Netz

Warum ein Blog für Landwirte interessant sein kann - und warum nicht jeder einen braucht.

Von Bernhard Christanell



Bloggen braucht Zeit und gute Inhalte – es kann aber helfen, neue Kundenschichten zu gewinnen und im Netz bleibende Spuren zu hinterlassen.

Bild: pepsprog/pixelio.de

Das Internet – und mit ihm die sozialen Netzwerke – ist längst ein Teil des gesellschaftlichen Alltags geworden. Ständig gibt es neue Möglichkeiten für die Nutzer, sich Informationen zu beschaffen, untereinander auszutauschen und zu vergleichen. Soziale Netzwerke und Nachrichtendienste, wie Facebook, Google+ und Twitter, sind in aller Munde, die meisten, die sich dieser Welt entziehen, tun dies, weil ihnen der Umgang mit den persönlichen Daten in diesen Netzwerken suspekt ist und weil sie glauben, zu

wenig Zeit für solche Dinge zu haben. Damit vergeben sie aber auch die vielen Chancen, die diese Form der digitalen Kommunikation bietet.

Tagebuch im Internet

Mindestens gleich alt wie die genannten sozialen Netzwerke, aber in unseren Breiten nach wie vor vergleichsweise selten genutzt, sind Blogs. Das – häufig auch der – Blog ist eine Kurzform von „Weblog“, was wieder-

um eine Wortkreuzung aus den englischen Begriffen Web und Log für Logbuch ist. „Ein Blog ist ein auf einer Website geführtes und damit meist öffentlich einsehbares Tagebuch oder Journal, in dem mindestens eine Person, der Web-Logger – kurz Blogger genannt – Aufzeichnungen führt, Sachverhalte protokolliert („postet“) oder Gedanken niederschreibt.“ Soweit die Definition, wie sie auch auf Wikipedia nachzulesen ist. In der Regel werden neue Beiträge in einem Blog ganz an die Spitze einer Liste gestellt, die älteren Beiträge folgen weiter unten. Der Herausgeber oder Blogger steht als Autor über dem Inhalt, häufig sind die Beiträge aus der Ich-Perspektive geschrieben. Die Themenbereiche, mit denen sich Blogs beschäftigen, sind so unterschiedlich wie das Internet selbst: Reiseberichte gibt es hier ebenso wie gesammelte Meinungen zu mehr oder weniger spezifischen Themen, politische Diskussionen genauso wie kulinarische Tipps.

Unter Weinproduzenten ist Bloggen besonders beliebt

Das Leben eines Bauern scheint auf den ersten Blick mit dem eines Bloggers nicht wirklich leicht vereinbar zu sein. Schließlich muss ein Blogger doch relativ viel Zeit vor dem PC verbringen, recherchieren und kommentieren. Und doch gibt es sie, die bauerlichen Blogger – wenn auch im gesamten deutschen Sprachraum nicht besonders häufig. Besonders verbreitet scheint das Bloggen unter den Weinproduzenten zu sein – und

so verwundert es auch nicht, wenn der fleißigste Blogger in Südtirols Landwirtschaft ein Weinbauer ist: Armin Kobler hat – nach einer Karriere als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Versuchszentrum Laimburg – im Jahr 2006 begonnen, einen Teil seiner Trauben selbst an seinem Weinhof in der Unterlandler Gemeinde Margreid zu verarbeiten. Zur Zeit macht die Familie Kobler zwei Hektar der hofeigenen Rebflächen im Betrieb zu Wein, was einer Produktion von durchschnittlich 14.000 Flaschen Südtiroler DOC-Weine im Jahr entspricht.

Sichtbar, ohne abhängig zu sein

Seit der Fachmesse Vinitaly im April 2008 führt Armin Kobler seinen eigenen Weinblog (Link siehe am Ende des Textes): „Wir hatten schon eine Webseite, aber die war mir viel zu statisch. Auf den Blog bin ich gekommen, weil ich andere Weinblogs im Netz beobachtet habe und mit ihren Betreibern in Kontakt getreten bin“, erzählt Kobler. Einer der Blogger habe ihn auf einen wesentlichen Vorteil eines Blogs hingewiesen: „Vor allem kleinen Produzenten wie mir bietet ein Blog die Möglichkeit, sichtbar zu werden und direkt mit der Weinwelt in Kontakt zu treten, ohne viel Geld zu investieren und auf das Wohlwollen von Journalisten und Weinführern angewiesen zu sein. So gesehen, haben Blogs einen Demokratieschub bewirkt“, betont Kobler. Ihm sei es anfangs nicht so sehr darum gegangen, mit dem Blog seine Produkte zu vermarkten: „Ich wollte in erster Linie meine Gedanken und



Südtiroler
LANDWIRT



News, Fotos & Videos
findet Ihr auf unserer Facebook-Seite

www.facebook.com/SuedtirolerLandwirt
Einfach reinschauen und euren Freunden weitersagen!





Armin Kobler ist 2006 in die Weinproduktion eingestiegen und bloggt seit dem Frühjahr 2008.

Bild: Privat

Meinungen zur manchmal recht scheinheiligen Weinwelt loswerden. Dazu war ein Blog genau das richtige“, blickt Kobler zurück.

1.500 Besucher pro Monat

Auch heute noch sieht Kobler das Bloggen weniger als Verkaufsinstrument denn als Kundenbindung und Möglichkeit, neue Kundenschichten zu erreichen. Neben seinem Blog ist Kobler auch auf Facebook und Twitter aktiv. Darüber hinaus bietet er den Besuchern seiner Seite auch noch die Möglichkeit, seine Arbeiten in den Weinbergen im Jahreslauf mitzuverfolgen und seine Weine zu bewerten. Facebook und Twitter seien eher für rasche Momentaufnahmen geeignet, der Blog dafür, bleibende Spuren zu hinterlassen. Die Blogbeiträge bleiben immer sichtbar, auf Facebook und Twitter sind die Posts nach kurzer Zeit von der Bildfläche verschwunden. Im Schnitt schreibt Kobler einmal wöchentlich einen Blogbeitrag, 1.500 Weininteressierte pro Monat haben im Jahr 2013 den Blog gelesen – eine sehr beachtliche Zahl für einen so kleinen Betrieb.

Große Kunden haben wenig Interesse

Armin Kobler bloggt, weil es ihm Freude macht und weil das Schreiben ihm auch recht leicht von der Hand geht. „Das große Geld mache ich damit nicht. Das liegt aber vor allem auch daran, dass die größten meiner Abnehmer – die Gastronomie und die Wiederverkäufer – die geringste Affinität zu solchen Medien und Netzwerken haben. Ihnen fehlt vielfach entweder die Zeit oder der Wille, sich mit solchen Dingen abzugeben“, weiß Kobler. Eine italienische Weinjournalistin hat es in einem Kommentar auf einen von Koblers

Blogbeiträge auf den Punkt gebracht: „Diese Netzwerke heißen nicht umsonst Social Media, nicht Selling Media: Es geht ums Kennenlernen, nicht so sehr ums Verkaufen. Wichtig ist es, später im realen Leben die Vorteile und Kontakte, die man sich im virtuellen Leben aufgebaut hat, sinnvoll zu nutzen.“

Konstanz und Authentizität

Daher rät Kobler anderen Produzenten auch bewusst davon ab, auf Druck einen Blog einzurichten: „Ich kenne einige Kollegen, die einmal gestartet sind, denen dann aber die Konstanz gefehlt hat. Bloggen ist etwas für Menschen, die das gerne machen. Wer sich lieber auf den Feldern mit den Reben oder im Keller mit den Weinen beschäftigt – und damit erfolgreich ist – der braucht nicht unbedingt einen Blog.“ Wichtig sei auf alle Fälle, dass der Blogger keine Märchen erzählt, sondern authentisch auftritt. Meldungen wie „Trotz schlechter Witterung konnten wir wieder einen Spitzenjahrgang mit super Weinen produzieren“ werde man bei ihm nie lesen.

Dass das Bloggen eine Eigenheit der Weinbauern zu sein scheint, findet Kobler einerseits schade, andererseits hat er dafür aber auch Verständnis: „Der Wein war immer schon ein Produkt, das mit viel Emotionen verbunden war und über das man gut Geschichten erzählen kann. Vor allem im so bekannten Apfelland Südtirol wäre es schon schön, wenn auch aus dieser Ecke mehr käme. Kleine Produzenten – nehmen wir als Beispiel die Hofkäsereien – haben ohnehin schon jetzt das Problem, dass sie gar nicht so viel produzieren können, um die Nachfrage zu decken. Da brauchen sie nicht unbedingt noch einen Blog, um besser sichtbar zu werden.“

Nützliche Links

Blog von Armin Kobler: www.kobler-margreid.com/blog

Übersicht zu Blogs aus der Landwirtschaft: www.agrarblogs.net/verzeichnis

Tipps zum Einrichten eines Blogs: www.webseite-selbst-erstellen.de/blog/blogeinrichten

Blogs aus Südtirol: www.suedtirolerblogs.blogspot.it