



## **STADT LAND GNUSS @ Culinarium 21.01.2020**

### **Blogs und Social Media als Brücke zwischen Stadt und Land?**

#### **☒ Wer sind wir?**

Michèle wohnt in Basel, Ilona in der Region Zürich. Zusammen bloggen wird seit Anfang 2016 auf [www.stadt-land-gnuss.ch](http://www.stadt-land-gnuss.ch) über unsere Liebe zum Essen und allem drum herum. Beruflich sind wir beide bei Bio Suisse tätig und haben täglich mit Produzentinnen und Produzenten sowie mit Verarbeitern zu tun. Stadt und Land näher zusammen zu bringen, liegt uns am Herzen. Bei unseren Rezepten achten wir auf Saisonalität und Umweltfreundlichkeit, ohne gewisse Produkte kategorisch auszuschliessen. Rezepte von unseren Reisen adaptieren wir so, dass regionale Produkte im Zentrum stehen.

#### **☒ Unsere Erfahrungen mit Blogs und Social Media**

Auf Blogs werden persönliche Meinungen und Erlebnisse publiziert. Das unterscheidet sie vom klassischen Journalismus. Blogs bieten viel Gestaltungsspielraum. Unabhängig von den Mechanismen von Social Media, eignet sich ein Blog auch für längere Artikel und die Beiträge lassen sich in Kategorien ordnen. Regelmässige Beiträge sind der Atem, der einen Blog am Leben hält. Es steckt also viel Arbeit dahinter.

Idealerweise bietet ein Blog nicht nur Geschichten, sondern auch einen Mehrwert, wie Rezepte, Tipps, Anleitungen, Verlosungen usw. Am Einfachsten erreichen Blogger Leute in einer ähnlichen Lebenslage, die sich für Erfahrungen und «Expertenwissen» aus einem bestimmten Themenbereich interessieren.

Soziale Medien bieten, verglichen mit einem Blog, viel mehr Gelegenheit für den Austausch mit den Nutzer\*innen. Indem wir erzählen, was wir kochen, was wir lesen und worum unsere Gedanken kreisen, bauen wir auf diesen Plattformen neue Kontakte zu Gleichgesinnten auf. Indem wir auch heikle Themen oder Probleme ansprechen, können wir Emotionen wecken und im Austausch darüber Verständnis schaffen. Weil immer weniger Konsumenten und Konsumentinnen einen Bezug zur Landwirtschaft und zur Lebensmittelproduktion haben, sind Authentizität, Transparenz und das Einnehmen verschiedener Perspektiven wichtig.

Wir bespielen Instagram, Facebook, Twitter und Pinterest und hinterlassen Bewertungen für Restaurants auf Google Maps. Unsere Erfahrung zeigt: Schöne Bilder (insbesondere Foodporn) erhalten viele Likes. Praktische Tipps für Küche und Garten werden gerne gelesen und abgespeichert. Kontroverse und emotionale Themen werden jedoch eher kommentiert.

Jede Plattform hat ihre Vor- und Nachteile: Instagram und Facebook sind vergleichsweise einfache Instrumente um mit Konsumenten in eine Beziehung zu treten. Auf Pinterest finden Leute zu uns, die nach Inspirationen für Rezepte suchen. Twitter eignet sich, um Themen in den Medien zu kommentieren.



Weitere spannende Kanäle können Youtube oder Podcasts sein, jedoch darf das Schneiden der Beiträge nicht unterschätzt werden, weshalb wir darauf verzichten.

Ein Blog und Accounts in den sozialen Medien sind kein Ersatz für eine eigene Website. Diese schafft Vertrauen und ergänzt die kurzlebigen Botschaften durch wichtige konstant und übersichtlich verfügbare Infos. Eine Website sollte zudem eine niederschwellige Möglichkeit bieten, persönlichen Kontakt aufzunehmen.

Wichtig ist, dass man sich gut überlegt, welche Ziele man mit den sozialen Medien erreichen möchte. Bestehende und potenzielle Kunden, beispielsweise eines Hofladens, spricht man über andere Kanäle und mit anderen Themen an, als wenn man ganz allgemein Konsumenten für landwirtschaftliche Themen sensibilisieren möchte.

#### ✖ **Unsere Tipps**

- Wichtig sind authentische Bilder und Geschichten und auch persönliche Inhalte – dazu gehört es auch, sich selber zu zeigen.
- Um von Suchmaschinen gefunden zu werden, sollten Bilder mit Schlagworten benannt werden und die Titel und Zwischentitel sollen das Beitragsthema möglichst genau benennen.
- Für eine Webseite sollte man unbedingt professionelle Fotos verwenden, in den sozialen Medien reichen gute Handy-Bilder.
- Es lohnt sich, Bilder mit prägnanten Texten und persönlichen Botschaften zu kombinieren anstatt nur auf einen Blogbeitrag zu verlinken.
- Bewegte Bilder gewinnen an Bedeutung. Auf Instagram sind deshalb die nur für 24 Stunden verfügbaren «Stories» inzwischen fast wichtiger geworden als die Bilder im Verlauf («Feed»).
- Wer wenig Zeit hat, sollte sich besser nur auf ein soziales Netzwerk konzentrieren und dieses dafür mit Herzblut mit Inhalten befüllen und mit seinen «Followern» interagieren.
- Um die Reichweite und Interaktion zu erhöhen, lohnt es sich andere Leute und Firmen zu «taggen» (@regio.garantie) und mittels Hashtags (#faireinkaufen) einen Bezug zu anderen Themen zu schaffen sowie bei «Blog-Events» mitzumachen wo mehrere Blogger zum selben Thema oder im selben Zeitraum einen Beitrag schreiben und sich gegenseitig verlinken.
- Selber andere Beiträge zu kommentieren und auf Facebook in themenverwandten Gruppen mizudiskutieren, bezahlt sich aus, sofern man die Regeln respektiert. Es kann sich auch lohnen eine eigene Gruppe zu betreiben (z.B. zum sozialen Austausch mit und unter seinen Gemüseabokunden).
- Ein E-Mail-Newsletter ist ein gutes Instrument um mit gewonnen Kund\*innen zu kommunizieren und kann auch eine Alternative zu einem Blog darstellen.
- Es empfiehlt sich, die sozialen Medien zu nutzen, um die Zielgruppe nach ihren Bedürfnissen, Erfahrungen und Wünschen zu befragen.
- Die «Netiquette» besagt, dass man Nachrichten, Anfragen oder Kommentare schnell und auf einer persönlichen Ebene beantwortet. Auch bei Angriffen sollte man unbedingt höflich und wertschätzend antworten.



- Um erfolgreich zu kommunizieren sollten technische Begriffe erklärt und Abkürzungen weggelassen werden (nicht jede\*r weiss, was ein Balkenmäher oder ein Tränker ist und SBV steht genauso für den Blinden- und den Baumeisterverband wie für den Bauernverband).
- Für einen kleinen, persönlichen Kundenkreis können auch Whats-App-Gruppen ein geeignetes Kommunikationsinstrument sein. Auch hier gewinnen die «Stories» an Wichtigkeit.
- Die sozialen Plattformen bevorzugen regelmässige Beiträge: Kleine, regelmässige Häppchen werden somit meist prominenter angezeigt, als lange Texte.
- Auch Online gibt es Gesetze. Impressum und Datenschutzerklärung sind Pflicht. Werbung muss gekennzeichnet werden und wer Texte oder Bilder von anderen verwendet, muss die Urheberrechte beachten.
- Egal was man macht, es sollte auch Spass machen. Bleibt authentisch und bringt nur Inhalte die euch begeistern auf Kanälen die euch Freude bereiten.

---

## ✕ Mehr über uns

🌐 [www.stadt-land-gnuss.ch](http://www.stadt-land-gnuss.ch)

✉ [mail@stadt-land-gnuss.ch](mailto:mail@stadt-land-gnuss.ch)

📷 [www.instagram.com/stadt\\_land\\_gnuss](https://www.instagram.com/stadt_land_gnuss)

f [www.facebook.com/stadtlandgnuss](https://www.facebook.com/stadtlandgnuss)

📌 [www.pinterest.ch/stadtlandgnuss](https://www.pinterest.ch/stadtlandgnuss)

🐦 <https://twitter.com/StadtLandGnuss>