

VERMARKTUNG: Familie Grossmann preist ihre hornlosen Simmentaler Tiere auf der eigenen Internetseite an

Die Tiere im Internet vorstellen

Das Internet bietet die Möglichkeit, Produkte anzupreisen. Auch Verkäufer von Zuchttieren können dies nutzen.

CHRISTOPH PETER

Karin Grossmann sitzt im Büro und aktualisiert ihre Internetseite. Sie stellt neue Fotos der Simmentaler Zuchtrinder sowie deren Zuchtdaten auf die Seite. Den Text hält sie kurz, formuliert prägnant. «Die Inhalte richten sich an die potenziellen Zuchttierkäufer, also an ein Fachpublikum», erklärt die Bauersfrau. In der Tat finden sich auf der Internetseite ausschliesslich nüchterne Beiträge zu Zuchtzielen, Mastleistungen, Abstammungen und ein Foto eines jeden Tiers. Frau Grossmann fasst die Verkaufsstrategie zusammen: «Wir sind an Ausstellungen präsent und machen auf unsere Tiere aufmerksam. Zudem geben wir unsere Internetadresse auch via Zeitungsinserate bekannt.» Die für den Kauf wichtigen Anga-

ben finden die interessierten Landwirte dann in aller Ruhe zu Hause im Internet.

Besucher sind analysiert

Ein Computerprogramm analysiert das Verhalten der Besucher der Internetseite. Karin Grossmann sieht anhand dieser Informationen, welche Bilder und Texte wie oft angeklickt werden. So ist bekannt, dass die durchschnittlich zehn Besucher pro Tag normalerweise jedes Thema anwählen, alle Fotos anklicken. Das passiert nur auf einfach aufgebauten, klar strukturierten Seiten ohne Schnickschnack.

Der Betrieb

Familie Grossmann bewirtschaftet einen 30 Hektaren grossen Betrieb in Brienz BE. Während des Sommers sind die 30 Mutterkühe mit ihren Kälbern sowie die Nachzuchttiere auf der Alp. Die Natura-Beef-Tiere werden an einen Grossverteiler verkauft, einen Hofladen gibt es keinen. Ueli Grossmann züchtet in erster Linie

Kühe, die für die Produktion taugen. Erfolge an Ausstellungen sind zweitrangig.

Die Zucht

Grossmann züchtet hornlose Simmentaler durch Einkreuzen mit deutschem Fleckvieh. Die Ziel-Widerristhöhe liegt zwischen 1,35 und 1,4 Metern – aus Sicht von Grossmann ideal für die Fleischproduktion im Berggebiet. Die erfolgreiche Zucht ermöglichte ihm, nebst Schlachtrindern auch Zuchttiere zu verkaufen. Der Erlös für die Zuchtrinder liegt zwischen 3800 und 4400 Franken. Grossmann setzt vorwiegend Stiere der Embargo-Blutlinie ein und erzielt so einheitliche Tiere. Der Zuchtverband wägt jedes Tier zwei Mal pro Jahr. 205-Tage-Zunahmen von durchschnittlich 1448 Gramm geben seiner Strategie recht und sind ein Zeichen des guten Managements.

Arbeitsteilung

Die Hälfte des Einkommens erwirtschaftet Familie Grossmann in der Landwirtschaft. «Den Vorteil, die Landwirtschaftsarbeit in den Alltag integrieren zu können, schätzen wir sehr», sind sich die beiden einig. Während Karin Grossmann ihrer externen 40-Prozent-Arbeit nachgeht, kümmert sich ihr Mann um die Kinder und behält gleichzeitig die Tiere im Überblick. «Es macht keinen Sinn, wenn nur ich extern arbeite und meine Frau als Nichtlandwirtin zu Hause bleibt», erläutert Ueli die gewählte Arbeitsteilung. Im Winter arbeitet auch der Betriebsleiter vier Tage pro Woche extern.

Die Flexibilität der beiden wird auch durch das Internet unterstützt. Ein potenzieller Käufer weiss beim Betriebsbesuch oft schon sehr genau, für



Rund eine halbe Stunde pro Woche benötigt Karin Grossmann, um ihre Internetseite aktuell zu halten. (Bild: chp)

welche Tiere er sich interessiert. «Die Bauern wollen einfach noch ihren Eindruck bestätigen. Es ist nicht mehr nötig, dass ich ihnen die Zuchtdaten erläutere, die kennen sie schon vom Internet», weiss Grossmann. Es bleibt Zeit für Diskussionen über andere Themen.

Im Moment ist Familie Grossmann mit dem gewählten Arbeitsmodell zufrieden. «Wir sind aber flexibel. Wenn es nötig ist, dann organisieren wir uns anders», gibt Ueli Grossmann der Offenheit für Neues Ausdruck.

Zweites Grossprojekt

Die Arbeit auf dem Hof, Nebenerwerb, Kinder und Sömmerung auf der Alp nehmen viel Zeit und Energie in Anspruch. Gemeinsame Projekte helfen dem Ehepaar, nicht im Alltags-trott zu versinken. «Der Internetauftritt war nach der Fami-

liengründung unser zweites Projekt», scherzt Ueli Grossmann. Die Planung der Seite, die Diskussionen über das Layout und die Inhalte sind spannend und lösen interessante Diskussionen zwischen dem Bauer und seiner Frau aus. Dies ist ein nicht unwichtiger positiver Nebeneffekt des Internetauftritts.

www.gs-grossmann.ch

SO WIRDS GEMACHT

Internetseite

Lohnt sich für Landwirte ein eigener Internetauftritt? Wie wird eine Internetseite gemacht? Was kostet sie? Zu diesen und anderen Fragen gibt es auf www.schweizerbauer.ch/Internetauftritt Antworten. *chp*



«Ein Käufer weiss dank dem Internet schon vor dem Besuch, welche Tiere er antrifft», bemerkt Grossmann. (Bild: chp)