



PORTRÄT

Leimenhof – mit der GoPro im Stall

Youtube Videos, Facebook, Instagram und seit neustem auch einen eigenen Podcast – das Team vom Leimenhof Wenslingen setzt auf soziale Medien und neuste Techniken zur Vermarktung und auch, um der Bevölkerung den schönsten Beruf der Welt näher zu bringen.



INTERVIEW

swissherdbook: *Andreas und René, als sogenannte „Influencer“ in der Schweizer Landwirtschaft gehört ihr zu einer sehr kleinen Gruppe, die das regelmässig machen, wie kam es dazu?*

René Ritter: Die landwirtschaftlichen Video-Blogs, die sogenannten Farmvlogs kannte ich bereits, habe sie aber eher zur Kenntnis genommen, als mich damit befasst. Vor gut eineinhalb Jahren habe ich per Zufall ein Video von Millennial Farmer aus Minnesota (USA) gesehen. Das fand ich so gut, dass ich es meinem Partner Andreas gezeigt habe, mit dem Hinweis, dass ich dies auch machen möchte. Andreas war sofort damit einverstanden und die Idee war geboren.

Wie ging es dann weiter?

Ich habe mir eine geeignete Kamera gekauft und mit dem Filmen und dem Schneiden der Videos begonnen und sie dann auf Youtube hochgeladen. Gleichzeitig haben wir auch eine Facebook- und Instagram-Seite eingerichtet, damit wir unsere Videos bewerben konnten, und so mehr Klicks und Likes erhalten. Wir haben jetzt knapp 2'000 Personen, die uns auf Youtube abonniert haben, und das nach gut einem Jahr! Bis wir die ersten 1'000 hatten, war es eher mühsam, aber seither nimmt die Zahl der Follower fast täglich zu.

Welches waren die Beweggründe, diese Farmvlogs zu machen?

In erster Linie wollen wir auf unsere Produkte, die wir hier auf dem Leimenhof produzieren, aufmerksam machen, um diese zu verkaufen. Gerade die Linsen und das Wagyu-Fleisch erfreuen sich dank der Videos einer starken Nachfrage. **Andreas Gass:** Angenehmer Nebeneffekt der Videos ist auch, dass wir der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung unseren Beruf näherbringen können, also erklären, wieso wir etwas machen und mit welchem Nutzen.

Das heisst konkret?

Ich denke, wir Landwirte müssen lernen, uns und die Schweizer Landwirtschaft besser zu vermarkten. Dazu gehört auch, die nicht-landwirtschaftliche Bevölkerung über unseren Beruf aufzuklären. Wir stehen diesen Sommer vor zwei einschneidenden Abstimmungen, welche die Landwirtschaft betreffen. Es ist allerhöchste Zeit, dass wir die Leute darüber informieren.

Und das erreicht ihr mit den Videos?

Wir versuchen, den Respekt der Bevölkerung zu gewinnen, indem wir mit unseren Videos zeigen, wie der Alltag bei uns auf dem Betrieb aussieht und was wir genau machen und wieso wir etwas machen. Wir wollen mit den Videos erklären und zeigen, nicht etwas vorschreiben. Die Leute, vor allem die nicht-landwirtschaftliche Bevölkerung soll sich ihre Meinung zur Landwirtschaft selbst bilden. Wir sind überzeugt, dass die Gesellschaft mit einer guten Aufklärung auch mehr Verständnis hat für die Landwirtschaft. Anhand der Rückmeldungen, denken wir, dass uns dies auch gelingt. ▶

Die Rückmeldungen aus dem nicht-landwirtschaftlichen Sektor sind also positiv?

Ja, ganz klar. Wir wollen aber auch in dem Sinne polarisieren, dass die Nutzer Fragen stellen sollen. Wir haben den schönsten Beruf der Welt, darauf können wir stolz sein, und das können wir der Bevölkerung auch mitteilen. Wir müssen die Stadtbevölkerung auch in die Pflicht nehmen, dass sie aufs Land fahren, um sich das anzuschauen. Mit den Videos wollen wir dies bewirken. Wir Landwirte sollten ruhig auch etwas selbstbewusster sein, mit Stolz auf die Produkte, die wir produzieren.

Ihr betreibt also nicht nur Marketing für euren Betrieb und dessen Produkte, sondern auch für die Schweizer Landwirtschaft?

Ja, je länger wir dies jetzt machen, desto stärker hat es sich entwickelt. Wir Landwirte müssen uns noch mehr und besser vermarkten. Gerade deshalb ist vielleicht auch unser Image bei der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung nicht immer das Beste. Es wird uns aber auch stark vorgelebt von unseren landwirtschaftlichen Vertretern – auch hier wird nicht immer gutes Marketing betrieben. Unsere Videos zeigen, wie es wirklich ist auf einem Landwirtschaftsbetrieb. Also nicht mit den schönsten Bildern, die auf Hochglanz poliert sind und etwas darstellen, das nicht der Realität entspricht. ▶

- *Zu den Videos selbst, wie habt ihr euch da eingerichtet, wie entstehen sie?*

Normalerweise produzieren wir pro Woche ein Video, das wir meistens freitags auf Youtube hochladen. Je nach Arbeit, die anfällt, gestalten wir das Video dementsprechend und beschreiben so unsere Woche. Um ein Video zu schneiden benötigen wir rund 8 Stunden, bis es fertig gestaltet ist. Das Schöne an unserem Beruf ist ja, dass ständig etwas anderes anfällt. Deswegen können wir auch immer etwas Neues bringen, und die Themen gehen uns nicht aus. Während den Sommermonaten, wenn bei uns viel los ist, auch wegen der Lohnunternehmung Mähdreschen, können es auch zwei Videos pro Woche werden.

Das heisst, ihr lasst euch von eurer Arbeit inspirieren, wenn ihr entscheidet, über was ihr filmt?

Ja, ganz klar. Wir Betriebsleiter ergänzen uns da sehr gut. Andreas weist mich auch ab und zu darauf hin, dass wir dies und jenes unbedingt noch zeigen, respektive filmen müssen. Die gleiche Unterstützung erhalten wir auch von unseren Familien und unserem Team auf dem Betrieb.

Habt ihr Tipps, wenn jemand dies liest und etwas ähnliches machen möchte?

Grundsätzlich sind der Fantasie fast keine Grenzen gesetzt. Wir haben jedoch festgestellt, dass Bilder und Aufnahmen viel mehr hergeben als nur zu reden.

Wie sind die Videos unter den Landwirten im Dorf und der Region angekommen?

Sehr gut. Vielleicht war zu Beginn etwas Skepsis vorhanden, aber das hat sich sehr schnell gelegt. Die Landwirte haben gemerkt, dass es uns nicht um Selbstdarstellung geht, sondern darum, ein Statement für die Schweizer Landwirtschaft zu machen.

Seit Dezember 2020 gibt es zusätzlich noch das „Ofebänkli“, was hat es damit auf sich?

Diese Idee ist in den Wintermonaten entstanden. Zusammen mit einem Kollegen Simon Heiniger, haben wir dieses Projekt ins Leben gerufen. Simon hat keinen landwirtschaftlichen Hintergrund, das macht es auch interessanter. Wir wollen mit diesem Podcast und den Youtube-Videos Berufskollegen eine

Plattform bieten, ihr Schaffen und ihre Begeisterung für unseren Beruf aufzuzeigen. Wir gehen auf andere Betriebe, filmen vor Ort einige Szenen und machen anschliessend eine Art Interview mit den Beteiligten, wobei ich und Simon Heiniger die Moderation machen und die Fragen stellen.

Ein grosser Aufwand, wer hilft da mit?

Nach dem ersten, etwas kläglichen, Versuch hat sich Simon Möri von Simis Farmproduction bei uns gemeldet. Seither ist er für die Produktion verantwortlich. In der Zwischenzeit haben wir bereits 5 Betriebe besucht und haben mit den Videos auf Youtube bis zu 25'000 Personen erreicht.

Neben den Youtube-Videos ist das «Ofebänkli» auch als Podcast verfügbar, wieso das?

Wir glauben, dass wir mit den Podcasts vermehrt die städtische und nicht-landwirtschaftliche Bevölkerung erreichen. Zusätzlich bietet diese Variante auch für die Betriebe, welche wir interviewen, noch mehr Vermarktungsmöglichkeiten.

Das „Ofebänkli“ ist also in dem Sinne eher für die anderen Betriebe als für euch?

Ja, ganz klar. Wir wollen die moderne Technik auch den Berufskollegen zeigen und zugänglich machen. Klar ist das für uns mit sehr grossem Aufwand verbunden, wir wollen es aber noch ausbauen und sind sicherlich auch auf die Unter-

Eckdaten Betrieb

- Leimenhof, Wenslingen
- Betriebsleiter: Andreas Gass und René Ritter
- LN: 64 ha, davon: 17 ha Kunstwiese, 2 ha Sorghum, 1 ha Mais, 50 a Linsen, 50 a Kichererbsen, 7 ha Gerste, 15 ha Weizen, 6.5 ha Raps, 6 ha Dinkel, Rest Naturwiese und ökologische Ausgleichsfläche
- Betriebszweige: Wagyu-Mutterkuhherde mit Kälbern (20 Kühe), Rinderaufzucht für andere Betriebe (100 Rinder mit einem Erstkalbealter von 24 Monaten), Lohnunternehmen Mähdreschen mit einem dritten Partner, hofeigenes Restaurant „Leimenstübli“, Verkauf von Hofprodukten (Wagyu-Fleisch, Linsen, Erbsen, Rapsöl).

www.leimenhof.ch

Youtube: [leimenhof farming](#)

Facebook und Instagram:

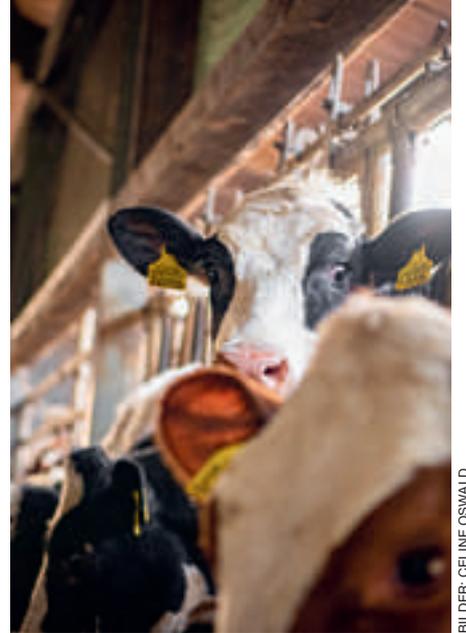
[Leimenhof Wenslingen](#) 

stützung von aussen angewiesen. Der Hintergrund ist aber immer der gleiche, wir wollen der Bevölkerung die Landwirtschaft näherbringen.

Welches sind weitere Projekte für die Zukunft?

Da gibt es einige richtige gute Ideen, die aber noch nicht ausgereift sind. Ein Ziel ist sicherlich auch die Vermarktung unserer Produkte noch mehr zu forcieren und vielleicht in einigen Jahren den Verkauf nur noch via Internet abzuwickeln. Aber das steht noch in den Sternen. Wir nehmen es wie es kommt. Die Ideen sind uns noch nicht ausgegangen (beide lachen). 

Marcel Egli



BILDER: CELINE OSWALD



- 1. Andreas Gass
- 2. René Ritter

