

# Bauern im Netz

Landwirte nutzen das Internet, um ihren Hof zu präsentieren – und manchmal, um die Frau fürs Leben zu finden

Thomas Lange kann zufrieden sein. Tippt er die registrierte Marke seines Unternehmens in eine Internet-Suchmaschine ein, so landet seine Homepage bereits auf Platz zwei der gefundenen Webseiten. Thomas Lange ist Landwirt auf Rügen und vermarktet seinen Hof seit sieben Jahren im Internet.

Katharina Handy



Karsten Borchard

Einige hundert Kilometer weiter westlich wohnt „Farmer“, der seinen wirklichen Namen nicht nennen möchte. Er gehört zu der kleinen Gruppe von Landwirten in Mecklenburg-Vorpommern, die in einer Online-Kontaktbörse für Landwirte inseriert haben. Aber „Farmer“ weiß, dass dort die Chancen für eine langfristige Beziehung gering sind.

Mecklenburg-Vorpommerns Bauern sind im Netz, und das schon seit Jahren. Besonders die Haupterwerbsbetriebe stehen auf einem „sehr aktuellen Stand“, sagt Karsten Borchard, der an der Universität Kiel die Internetnutzung von Landwirten in Norddeutschland untersucht. „Der heutige Landwirt ist Unternehmer, also braucht er modernste Kommunikationsmittel“, so der Diplom-Agraringenieur. Ohne Mobiltelefon, Computer und natürlich das weltweite Netz komme kein Landwirt mehr aus.

Das haben auch die Mitarbeiter der Landesforschungsanstalt für Landwirtschaft und Fischerei (LFA) in Gülzow bei Güstrow festgestellt. Mitte der 90er-Jahre wurden ihnen die Faltschreiben und Rundschreiben



mit Fachinformationen an die Landwirte in MV zu teuer und aufwändig. So stellten sie schon 1996 nach eigenen Angaben das heute älteste deutschsprachige Agrarportal ins Netz.

## „Bis zu 500 Betriebe nutzen unser Agrarportal“

„In den ersten Jahren haben sich die Zugriffe vervierfacht, und heute nutzen bis zu 500 Betriebe regelmäßig unser Agrarportal“, sagt Hubert Heilmann, stellvertretender Leiter der LFA. Besonders der Newsletter, der wie ein Brief an E-Mail-Adressen versandt wird, komme dem Informationsverhalten der Landwirte entgegen.

Seit 2003 ist die „Agrarportal MV“ ein Genossenschaftsbetrieb, dem unter anderem ver-

schiedene landwirtschaftliche Verbände angehören. Inzwischen haben auch die Plattform-Betreiber dazugelernt: „Was wir anfangs überschätzt haben, sind Diskussionsforen und E-Commerce“, sagt Heilmann, Vorstandsvorsitzender der Genossenschaft. In den Foren wären eher persönliche Botschaften übermittelt worden, statt über aktuelle agrarpolitische Themen zu diskutieren.

Außerdem seien die Landwirte bei der Rubrik „Biete/Suche“ vorsichtig gewesen, so Heilmann: „Das Marktgeschehen ist eher das Erleben vor Ort, Käufe werden noch immer gern per Handschlag erledigt, das mindert ja auch das Risiko.“ Karsten Borchard von der Uni Kiel kann das bestätigen. „Aber zum Bei-

spiel in der Tierproduktion bilden sich die Bauern zunächst im Internet eine Meinung, und der Kauf geschieht dann in der Region.“ Laut Borchard ein Vorteil von E-Commerce: Preise können besser verglichen werden.

## Mangelhafte Infrastruktur

Dennoch bremst noch immer die mangelhafte Infrastruktur die Landbewohner bei ihrer Nutzung des Internets aus. Zwar belegen Zahlen der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft aus einer allerdings nicht repräsentativen Befragung, dass die Mehrheit der Landwirte online ist. Doch schätzt Karsten Borchard die Zahlen für Mecklenburg-Vorpommern deutlich geringer ein. Solch ein fehlender



So präsentiert sich der Bauernverband im Internet. Das WWW gehört für Landwirte längst zum Alltag. Sie tauschen Infos aus, zeigen ihre Höfe – und flirten in der Kontaktbörse.

aber meist mit Kupferleitungen. Bei der Telekom weiß man um das Problem, doch kann Sprecher Jürgen Will keine Hoffnungen auf baldige Verbesserung machen. „Wir versorgen unsere Kunden nach dem Prinzip der Wirtschaftlichkeit, aber Landwirte wohnen in der Regel in dünn besiedelten Gebieten“, sagt Will. Dort sei für einen Ausbau der Leitungen die Nachfrage nicht da.

„Ohne Kupferkabel kann man DSL alternativ über Satellit nutzen“, sagt Diplom-Agraringenieur Borchard, aber das sei im Vergleich mehr als doppelt so teuer. Eine andere Möglichkeit sei die Übertragung der Signale per Funk von Dorf zu Dorf, jedoch nur, wenn sich dort Interessengemeinschaften zusammenfänden.

Wer sich als Landwirt trotz der widrigen Infrastruktur-Verhältnisse im ländlichen Raum eine eigene Internetseite aufbaut, richtet sich in den meisten Fällen an Besucher aus der Region und Touristen auf der Suche nach Ferien auf dem Bauernhof. „Das Internet ist lebenswichtig für mich“, sagt Bauer Thomas Lange aus Lieschow auf Rügen. Sämtliche Buchungen seiner Ferienwohnungen würden bereits online getätigt. „Im Internet kann ich immer aktuell werben“, sagt Lange, der seine Seite professionell betreuen lässt. „Je mehr unsere Gäste vorher wissen, desto weniger gibt es später Ärger wegen falscher Erwartungen.“

Mehr als 21000 Zugriffe konnte Bauer Lange in diesem Jahr bislang auf seiner Homepage verzeichnen. Und er hat auch schon neue Pläne für seinen Webauftritt – einen Blog zum Beispiel. In dieses Online-Tagebuch will er regelmäßig seine Meinung über landwirtschaftliche Politik schreiben. Oder den Internet-Verkauf von Produkten aus seinem Hofladen. „Außerdem wollen wir eine Kamera in unserem Schweinestall installieren, deren Bilder dann aktuell auf unsere Internetseite übertragen werden“, erzählt Lange. Aus Lieschow in die Welt, denn mittlerweile schreiben ehemalige Hofbesucher aus ganz Deutschland Einträge in Bauer Langes Gästebuch.

## „...danach geht wieder jeder seiner Wege“

Von seinem Computer aus kann auch „Farmer“ über die Online-Partnerbörse mit wenig Aufwand Kontakte in alle Regionen knüpfen. „Als landwirtschaftlicher Unternehmer habe ich in meiner Gegend nicht die richtige Partnerin getroffen, also musste ich die Kreise weiterziehen“, sagt „Farmer“. Für private Zwecke nutze er ein bis zwei Stunden in der Woche das Internet. So habe er seinen Urlaub online gebucht. Eine Frau fürs Leben hat er noch nicht gefunden, aber mit einigen Bekannten E-Mails geschrieben. „Das ist wie im wirklichen Leben“, sagt „Farmer“, „Eine kurze, nette Unterhaltung, und danach geht wieder jeder seiner Wege.“

\* Name geändert

# Aus für Frauenblicke

Das landesweit gelobte Reiseportal für weibliche Urlauberinnen wird wieder eingestampft

Anja Bölc

Als das Reiseportal „www.frauenblicke.de“ vor drei Jahren im Internet freigeschaltet wurde, bekamen viele große Augen. Immerhin war Mecklenburg-Vorpommern das erste Bundesland, das Urlauberinnen direkt ansprach – eine Zielgruppe, bei der es sich bundesweit um 3,3 Millionen Kundinnen handelt. Das Portal hatte eine rosige Zukunft vor sich. Doch zum Jahresende wird „Frauenblicke“ die Augen zu machen. Die Betreiberin findet keinen Nachfolger.

\*\*\*

Für Übernachtungen geben alleinreisende Frauen in MV über ein Drittel mehr aus als der durchschnittliche Urlauber. Außerdem sind zu 90 Prozent unabhängig von den Ferienzei-

ten. Vor diesem Hintergrund entwarf die Rostockerin Sabine Rasch ein Reiseportal für Frauen. Ihr Projekt überzeugte so sehr, dass sie es schließlich bei der Tourismusakademie des IHK Bildungszentrums in die Tat umsetzen konnte und es im November 2004 frei geschaltet wurde. Zwei Jahre lang floss Geld vom Land und aus dem europäischen Sozialfonds. Zwei Jahre kniete sich Sabine Rasch in die Arbeit. Alles lief gut an. So tummelten sich allein kurz nach dem Start im Internetportal unter www.frauenblicke.de etwa 80 Anbieter – ein guter Mix aus Hoteliers, Reiseveranstaltern und Künstlern. 18 600 Besucher surfen im Jahr 2005 über die Seiten. Und es wurden immer mehr. Für 2007 registriert Sabine Rasch sogar 23 000 Besucher. Interessante Angebote, die von

Literarischen Reisen, Radtouren für Genießer, Fastenwandern bis hin zum Kräutertee spielen reichten, gab es plötzlich mehr als genug – für die finanziell unabhängigen Frauen von heute, die allein reisen, mit der Freundin oder Kind.

## Angebote verfeinern, Zielgruppen ansprechen

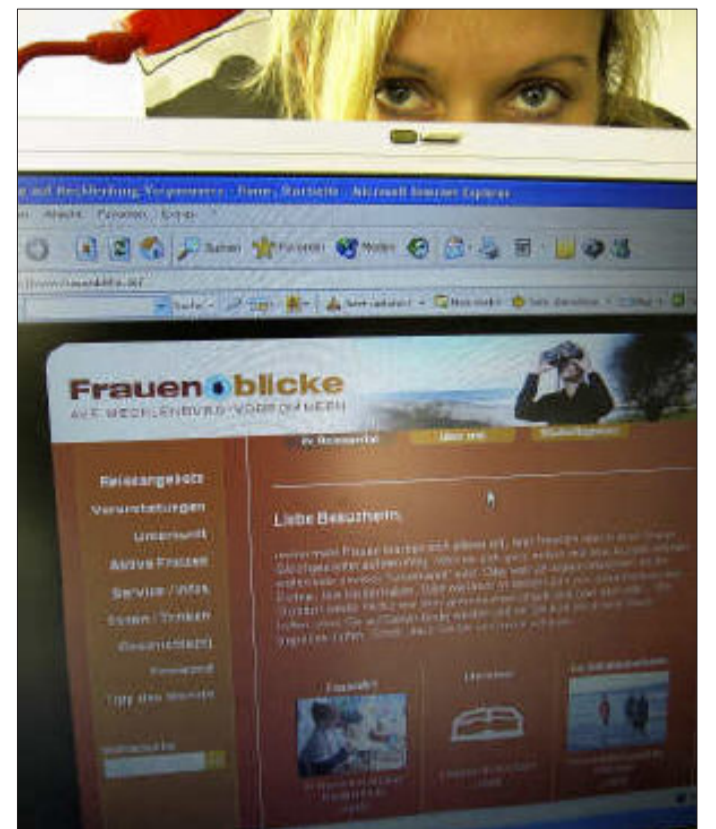
Sabine Rasch selbst war durch das gesamte Urlaubsland MV gereist und hatte viele davon überzeugt, im Portal speziell etwas für Frauen anzubieten. „Anfangs bin ich dabei angeknackst worden, als ob ich vom anderen Stern komme.“ Dabei versuchte sie den Leuten nur klarzumachen, dass die großen Zuwächse in der Tourismusbranche vorbei sind und es nun gelte, die Angebote zu verfeinern und Zielgruppen anzusprechen.

Eigentlich wollte Sabine Rasch nach zwei Jahren Arbeit bei der Tourismusakademie das Projekt in eigener Regie weiterführen. Zusammen mit einer Agentur brütete sie Anfang des Jahres über interessanten Ideen und erarbeitete neue Konzepte, wie man/frau das Portal aktualisieren und es auf eine wirtschaftliche Basis stellen könnte. „Doch hierfür hätte ich weitere, sehr qualifizierte Mitarbeiter einstellen und eine lange Durststrecke durchstehen müssen.“ Dies kam für sie aus persönlichen Gründen nicht in Frage. Deshalb wird Sabine Rasch Ende des Jahres das Reiseportal mit Bedauern aufgeben.

Ihrer Meinung nach wäre die beste Lösung die Übernahme des Portals durch den Landes-tourismusverband gewesen. Allerdings seien dahingehende

Gespräche erfolglos verlaufen. „Wir freuen uns über solche Initiativen“, sagt Verbandssprecher Tobias Woitendorf. „Aber es gibt eine ganze Reihe von Projekten und wir fangen eine ganze Menge davon auf. Dass sich das Projekt „Frauenblicke“ nach zwei Jahren nicht trägt, kann auch ein Hinweis darauf sein, dass es nicht wirklich Zukunft hat.“

Beim Tourismusverband wolle man sich indes weiterhin auf Hauptzielgruppen wie Familie, Oma, Opa, Enkel und Jugend konzentrieren und nicht zu weit ausdifferenzieren. Sabine Rasch sieht das anders. „Ich denke in dem Thema steckt noch jede Menge Potenzial. Ich habe beobachtet, dass es immer populärer wird, dass Damen unter sich verreisen. Außerdem entdecken vermehrt Big Player das Thema für sich.“



Frauen reisen anders. Das Internetportal „Frauenblicke“ geht trotzdem vom Netz. Foto: Bölc