

# „Wir sind dann mal im Web unterwegs“

Das schwarze Brett in der Stallgasse, der Plausch auf dem Festnetztelefon: Ja, das gibt es noch. Doch längst sind Facebook, WhatsApp und Co. auf bestem Weg, die Kommunikation auf den Pferdehöfen zu übernehmen. Ständig online zu sein, scheint inzwischen fast selbstverständlich.

## Autor

**Petra Ast**

Redaktion BWagrar,  
Tel. 0751/36159-29, E-Mail [ast@bwagrar.de](mailto:ast@bwagrar.de)

Das Smartphone von Tanja Jane Wagner vibriert an diesem Junidonnerstag unentwegt. „Heute morgen habe ich unser Mini-Shetty-Pony auf Facebook gepostet. Das sind jetzt die Reaktionen darauf“, sagt die 45-jährige Reitlehrerin und zeigt auf das Foto des schwarzen Ponys auf ihrem Handy. Mehrere Dutzend Benutzer, in der Sprache der Sozialen Netzwerke User genannt, haben sich das Bild inzwischen angesehen. „Das ist ganz normal“, sagt Tanja Jane Wagner, „die Leute sind heutzutage ständig online“. Mit ihrem Ehemann Michael Wagner betreibt sie den Douglasienhof in

Korntal-Münchingen (Landkreis Ludwigsburg). In acht Jahren sind zu den 20 Einstellpferden auf dem idyllisch gelegenen Pensionsbetrieb am Rande von Stuttgart sieben Schulpferde und ein Therapiepony hinzu gekommen.

## Soziale Netzwerke sind in

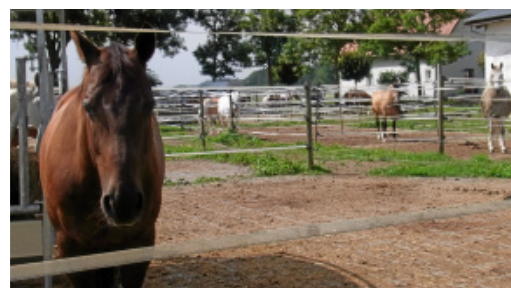
Eigentlich, sagt sie, die viele Jahre erfolgreich auf Dressurturnieren geritten ist, hätten sie das wegen des hohen Zeitaufwandes ursprünglich nicht ins Auge gefasst, doch inzwischen ist der Schulbetrieb fester Bestandteil des Pferdehofes. Ein Betriebszweig, der viel Organisation und Absprachen erfordert, wie Tanja Jane Wagner deutlich macht. Bis zu 50 Reitschüler und Einsteller sind Tag für Tag auf dem Douglasienhof unterwegs. 180 bis 200 Einzelstunden im Sattel und an der Longe geben Wagner und eine Mitarbeiterin im Monat. „Es ist was los bei uns“, sagt und schmunzelt die rührige Reitlehrerin.

Kein Wunder also, dass Handy und Notebook inzwischen zu den wichtigsten Arbeitsgeräten von Tanja Jane Wagner geworden sind. Wer, wann, wie zur Reitstunde kommt, welche Ereignisse, Neuerungen und Turniere anstehen, läuft über den Online-Nachrichtendienst WhatsApp und das Soziale Netzwerk Facebook. „Seit Montag haben wir dort 977 Beitragsaufrufe“, blickt Tanja Jane Wagner auf die Liste der Like-Buttons und vermittelt einen Eindruck davon, wie sich das Kommunikationsverhalten von Schülern und Einstellern in den vergangenen drei Jahren verändert hat.

Seit 2013 ist der Douglasienhof mit einem eigenen Account auf Facebook erreichbar, schon seit 1995 betreiben Tanja Jane Wagner und ihr Mann Michael, der sich um Maschinen und Außenwirtschaft kümmert, eine eigene Internetseite. Doch dass die Sozialen Medien zum Hauptkommunikationsmittel werden könnten, hätte die Betriebsleiterin so nicht erwartet.



**Links:** Tamara und Sybille Linz halten mit ihren Smartphones Kontakt zu den Einstellern auf der Reitsportanlage.



**Oben:** Der Betrieb hat sich auf Westernpferde spezialisiert. | **Unten:** Hubert Linz managt den Pferdehof mit seiner Tochter Tamara. Ehefrau Sybille, eine selbstständige Schneiderin, springt bei Bedarf ein.

„Über meinen Smartphone-Account stehe ich auf Facebook inzwischen in ständigem Austausch mit Einstellern, Schülern und auch ehemaligen Schülern. Ich veröffentliche Bilder und Termine, wie einen Tag der offenen Tür oder unseren Aktionstag für eine saubere Landschaft komplett über mein Handy“, erläutert sie.

## Jederzeit online erreichbar

Die Palette des Online-Austausches zwischen Wagners und ihren Kunden ist groß und reicht von ins Netz gestellten Fotos und Terminen bis hin zu Informationen über eine neue Hallenregel und dem geselligen Austausch über das Echtzeitmedium Facebook. „Das fördert unsere Gemeinschaft ungemein“, erlebt Tanja Jane Wagner seither. Obwohl die Kontakte zunächst nur virtuell sind, es kein echtes Gespräch ist, das über den Account stattfindet, der tatsächliche Austausch findet danach statt. Die Sozialen Medien lieferten die Vorarbeit, sagt die Reitlehrerin, die davon überzeugt ist, dass es mittlerweile darum geht, das Produkt Pferdebetrieb als Ganzes zu vermarkten. Tatsächlich Alleinstellungsmerkmale zu finden, die den Betrieb für Einsteller interessant machen. Schließlich ist die Konkurrenz groß.

Für Tanja Jane Wagner ist es deshalb inzwischen schöne Gewohnheit, den Usern ihres Facebook-Accounts auch mal guten Tag zu wünschen. „Damit bleibt man automatisch im Gespräch“, macht sie deutlich. Ihren Auftritt auf Facebook betreiben Wagners professionell: Mit einem eigenen Logo, fortlaufend aktualisierten Informationen über die Abläufe auf dem Pensionsbetrieb und der Teilnahme an einem Be-

wertungsportal. Transparent sein, offen legen, was läuft und den Austausch unter Einstellern und Reitschülern fördern. Das ist das Motto von Tanja Jane Wagner, und es überrascht deshalb nur wenig, dass sie beim Blick auf ihr Smartphone feststellt, nunmehr 583 Kontaktdaten auf WhatsApp gespeichert zu haben.

## Professioneller Auftritt

„Als unser Trainer einen der Wettbewerbe auf der Europameisterschaft der Westernreiter gewonnen hat, haben sich danach 5300 Leute die Bilder über seinen Meisterschaftsritt auf Facebook angesehen“, sagt Tamara Linz und fügt hinzu: „Unglaublich, oder?“ Mit ihren Eltern Sybille und Hubert Linz sitzt sie an diesem Julifreitag in der Küche des Wohnhauses auf der Reitanlage der Familie. Wenn man aus dem Fenster sieht, fällt der Blick auf Pferdekoppeln, ein wenig weiter weg auf das Örtchen Tannheim (Landkreis Biberach), zu dem der Weiler Haldau mit dem Pferdebetrieb dazugehört.

Früher sorgten Milchkühe und Rinder für das Einkommen der Allgäuer Familie, seit neun Jahren sind es Westernpferde – eine Nische im Reitsport, zu denen ihnen einst ihr Nachbar geraten hatte. Und die sich inzwischen zu einem Betriebszweig entwickelt hat, der kontinuierlich wächst: Von anfangs 34 Pferdeboxen hin zu mittlerweile 48 Pensionspferdeplätzen. Und es sollen noch mehr Einsteller werden. Derzeit bauen die Betreiber der Reitsportanlage einen Offenstall für weitere 15 Pferde und ein Round Pen, eine überdachte Longierhalle.

Dass sie sich in der Western-Reitsportszene einen Namen gemacht haben, der Kunden auch

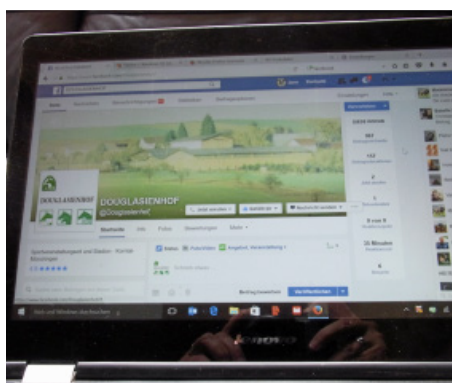
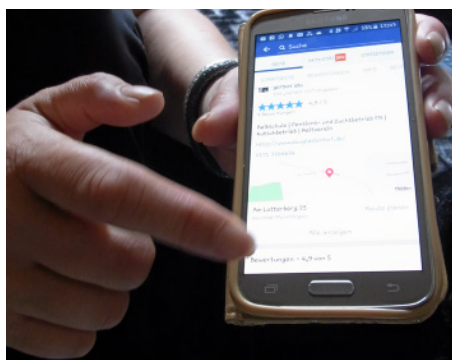
von weither anlockt, hängt neben der Ausrichtung auf professionellen Beritt, Turnierbegleitung und Unterricht durch einen Profi-Trainer am Marketingkonzept, das zuvorderst die 26-jährige Pferdewirtin und Landwirtschaftsmeisterin Tamara Linz vorantreibt. Sozialen Medien wie Facebook und dem Online-Nachrichtendienst WhatsApp misst sie dabei wachsende Bedeutung zu. „Die hauptsächliche Kommunikation läuft inzwischen über Facebook“, erläutert sie an diesem Sommervormittag. Doch welche Welle der Account auslösen würde, überraschte sie und ihre Eltern dennoch.

Dass sie auf diesen Zug aufspringen und zusätzlich zur eigenen Internetseite über das Soziale Netzwerk Facebook und WhatsApp erreichbar sein müssten, hätten sie schon länger gewusst. „Wir wurden von Einstellern darauf angesprochen“, erinnert sich Sybille Linz. Vor zwei Jahren begann Tochter Tamara deshalb damit, eine Gruppe auf Facebook zu initiieren und dort Termine für die Reitsportanlage einzustellen. Allerdings lief die Übernahme des Facebook-Accounts von einem früheren User „nicht ganz so einfach ab, wie ich gedacht habe“, sagt die junge Landwirtschaftsmeisterin. „Das war eine geschlossene Personengruppe, in die zunächst nicht jeder hinein konnte.“

## Netz birgt Gefahren

Das von der Fachgruppe für Pferde haltende landwirtschaftliche Betriebe im Landesbauernverband (LBV) im April initiierte Seminar über den richtigen Umgang mit Sozialen Netzwerken, kam Mutter und Tochter da gerade recht. „Wir sind mit neuen Ideen für das Layout und zahlreichen Infos über Bildrechte und Sicherheitsfragen wieder zurück gekommen“, erinnert sich Tamara Linz. Um ihr Online-Angebot künftig weiter zu professionalisieren und neue Kunden anzusprechen, hat sie zusätzlich einen Google-Account angelegt und weiß jetzt, wie man den Facebook-Account des Betriebes vor Verunglimpfungen schützen kann. Böswillige Kommentare und vulgäre Bemerkungen haben so wenig Chancen, im Netz verbreitet zu werden.

Wie Tanja Jane Wagner im 200 Kilometer entfernten Korntal-Münchingen, splittet auch Tamara Linz das Online-Serviceangebot der Reitanlage auf. So nutzen die Einsteller der Offenstallgruppe beispielsweise eine WhatsApp-Gruppe, um sich auszutauschen. Termine auf dem Betrieb kündigt sie auf der Internetseite und dem eigenen Facebook-Account an. Mit Facebook, so Linz, könne sie jeden Namen suchen und mit Bildern und Texten schnell und effizient Werbung in eigener Sache machen. „Bei WhatsApp benötigt man eine Handynummer.“ Doch ungeachtet der vielen Vorzüge der Online-Kommunikation: Tamara Linz und ihre Eltern halten den persönlichen Kontakt zu den Einstellern nach wie vor für unentbehrlich. In



**Oben links:** Auf ihrem Smartphone kann sich Tanja Jane Wagner in den Facebook-Account des Betriebes einloggen. | **Links unten:** Der Douglasienhof betreibt eine Internetseite. | **Rechts:** „Ohne mein Handy geht nichts mehr“, sagt Wagner, außer sie streichelt gerade eines ihrer Pferde. | Fotos: Ast

den Sozialen Medien entstünden schnell mal Missverständnisse, die es im direkten Gespräch womöglich nicht gegeben hätte. Auch mit der Freunde-Kennzeichnung auf Facebook hadern die Betreiber der Haldau-Reitanlage bisweilen: „Kunden, die auf Facebook als Freunde bezeichnet werden, bekommen ein anderes Gefühl zur Geschäftsbeziehung zwischen Anbieter und Einsteller“, stellt Mutter Sybille Linz fest. Umso wichtiger seien klare Regeln für die Betriebsführung. Ansonsten verschwimmen nötige Distanz und ein professioneller Umgang zu indifferenten Facebook Freunde-Einladungen und 'Gefällt mir'-Zeichen.

„Die Abläufe auf unserem Betrieb beschleunigen sich durch die Sozialen Medien hochgradig“, erlebt indes Horst Fießer. Vor drei Jahren legte Tochter Lena einen Facebook-Account für den Pensionsbetrieb im nordbadischen Eppel-

heim (Landkreis Rhein-Neckar) an. Eine Internetseite hatte der alteingesessene Pferdehof mit seinen knapp 60 Einstellplätzen zu diesem Zeitpunkt schon. Doch die entscheidenden Abläufe, Absprachen und Werbemaßnahmen, so der 49-jährige Landwirtschafts- und Pferdewirtschaftsmeister, laufen inzwischen über das Soziale Netzwerk.

### Schnelligkeit nimmt zu

Früher hätten sie in Zeitschriften Anzeigen über freie Boxen oder Verkaufspferde geschaltet, heute läuft das über zwei Onlineportale „im Minutentakt“, wie Fießer sagt. Die Geschwindigkeit, das Gefühl in Echtzeit zu informieren und zu agieren, versetzt den Betriebsleiter noch immer in Staunen und macht ihm, wie er im Gespräch mit BWagrar offen legt, bisweilen

auch Angst. „Wir sind inzwischen ein völlig gläserner Betrieb“, stellt der Chef auf dem Birkenhof fest. Ob es der Facebook-Account oder die diversen WhatsApp-Gruppen sind, die zur Reitstundeneinteilung genutzt werden – fast alles läuft mittlerweile online und hat nicht nur mehr Effizienz und Kundenservice im Gepäck, sondern auch Gefahren. Dagegen hilft nur, da sind sich die Pensionsbetreiber in Korntal-Münchingen, Tannheim und Eppelheim einig, ein professioneller Umgang, wie ihn schon Tamara Linz beschrieben hat: Was in Echtzeit gepostet werden kann, kann dann auch in Echtzeit abgefangen werden, wenn es den Betreiber des Accounts zu beschädigen droht. Die virtuelle Welt benötige genauso Grenzen und einen respektvollen Umgang miteinander, wie es persönliche Gespräche erfordern und übrigens auch die Aushänge am Schwarzen Brett. ■

### Nachgefragt bei ...

**Anette Herbst**, Geschäftsführerin der Fachgruppe für pferdehaltende landwirtschaftliche Betriebe im Landesbauernverband (LBV) Baden-Württemberg, beschäftigt sich intensiv mit den Anforderungen an die Haltung von Pensionspferden und dem Umgang mit den Besitzern der Vierbeiner. Interview: Petra Ast, Foto: LBV



## „Telefon und schwarzes Brett reichen nicht mehr“

**BWagrar:** Die Fachgruppe Pferdehalter veranstaltete unter Ihrer Regie ein Seminar über Soziale Medien? Was gab den Anlass dazu?

**Herbst:** Die Sozialen Medien wie Facebook, WhatsApp, Twitter und Co. haben längst alle Schichten und Altersgruppen privat und beruflich erreicht. Diese Entwicklung macht natürlich auch vor den landwirtschaftlichen Betrieben nicht halt. Manchen unserer Mitglieder ist die Anwendung dieser Kommunikationsmittel jedoch noch nicht so geläufig. Das bezieht sich vor allem auf die möglichen Potentiale, aber auch sinnvollen Grenzen dieser Art des Kommunizierens. Deshalb wollten wir Interessierten, die in der Pensionspferdehaltung aktiv sind, die Möglichkeit geben, sich mit diesen Medien auseinander zu setzen. Ziel sollte für jeden Teilnehmer sein herauszufinden, ob diese Kommunikationskanäle geeignet sind, die betriebsindividuellen Informationen auf geeignete Art und Weise zu transportieren.

**BWagrar:** Wofür interessierten sich die Betreiber der Pensionsbetriebe besonders?

**Herbst:** Ein Schwerpunkt war das Thema: Wie kann ich als Pferdebetrieb mit meinem

Angebot und eventuell kurzfristigen Änderungen die vorhandenen Einsteller und Kunden schnell und sicher erreichen? Beispiele hierfür sind Terminänderungen bei Reitstunden, bei Hufschmied oder Tierarzt. Großes Gewicht hatte zudem der Themenbereich Marketing: Wie kann ich meinen Betrieb bekanntmachen? Wie gewinne ich Neukunden? Wie präsentiere ich meinen Betrieb und meine Dienstleistungen?

**BWagrar:** Wie kam der Workshop über die Sozialen Medien bei den Pensionspferdehaltern an?

**Herbst:** Sehr gut. Die Teilnehmerinnen waren überaus interessiert und konzentriert. Alle hatten bereits konkrete Vorstellungen, was sie mit den Sozialen Medien für ihren Betrieb und für ihre Kunden erreichen wollen. Die konkrete Umsetzung dazu begann bereits während des Seminars.

**BWagrar:** Gehören die Sozialen Medien inzwischen zum Pflichtprogramm?

**Herbst:** Aus meiner Sicht kann man diese Frage nur sehr differenziert und vor allem betriebsbezogen beantworten. Die Art der Kom-

munikation hängt sicher sehr stark vom Kundenkreis ab: die jüngere Generation erreicht man über die Sozialen Medien wahrscheinlich besser, während die ältere Generation sich möglicherweise von den herkömmlichen Kommunikationsmitteln (E-Mail, Rundbriefe per Post oder Fax, Anrufe, persönliche Gespräche und das klassische Schwarze Brett) eher angesprochen fühlt. Weiterhin sollte das Kommunikationsmittel auch zum Absender, also zum Pensionsstallbetreiber passen. Er muss sich mit dem von ihm verwendeten Medium wohl fühlen.

**BWagrar:** Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung ein?

**Herbst:** Ich gehe davon aus, dass die Verbreitung der Sozialen Medien nicht aufzuhalten ist. Im Gegenteil: in einigen Jahren werden Festnetz- oder Faxanschlüsse verschwunden und eine E-Mail total altmodisch sein. Vermutlich werden wir diese Fragen dann völlig anders stellen und beantworten. Ich denke, dass Themen wie Datenschutz, Schutz der Privatsphäre und Nutzungsrechte künftig noch eine weit größere Rolle spielen werden als heute. ■