

## STARKE BAUERN, STARKES IMAGE.

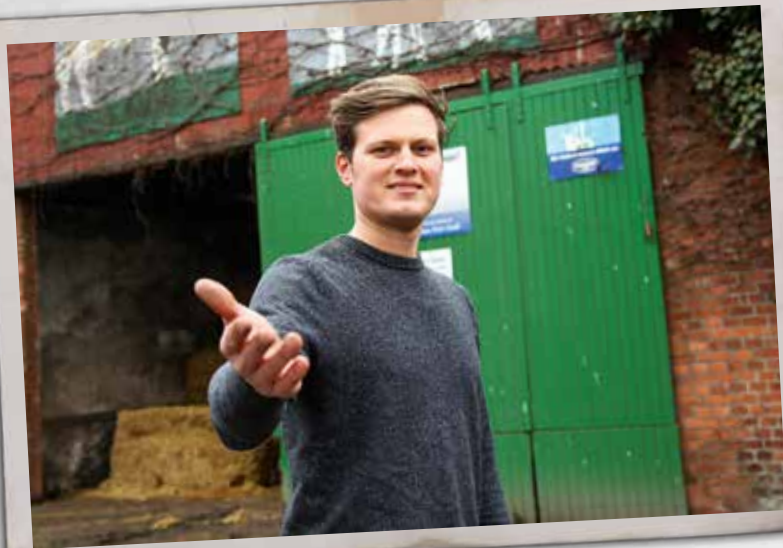


Foto: Reimink

Hereinspaziert! Milchviehhalter Knud Grell räumt auf. Das Erscheinungsbild seines Hofes soll freundlicher und einladender werden.



Foto: Bröcker

Guten Tag, das ist meine Idee! Diana Marklewitz macht ihren Stallneubau bekannt. Vor Ort und überregional sucht sie nach Abnehmern.

## Werbung in eigener Sache

Eigenlob stinkt? Ja, das gilt weiterhin. Doch sich selbst und den eigenen Hof souverän darzustellen, ist wichtig und unverzichtbar, sagt Kommunikationsexperte Martin Dess.

**D**iana Marklewitz und Knud Grell sind die Gesichter unseres Projekts „Starke Bauern. Starkes Image.“ Beide haben sich für 2017 viel vorgenommen: Schweinemästerin Marklewitz sucht Abnehmer für die Mastschweine aus dem neuen Tierwohl-Stall. Milchviehhalter Grell bricht das Schweigen mit seinen Nachbarn und geht proaktiv auf die Dorfbewohner zu.

Das Coaching von Martin Dess, Chef der Agentur „Die Jäger“, zeigt den Landwirten dabei immer wieder Chancen und Verbesserungspotenziale auf. Zuallererst: Wie stelle ich mich selbst und meinen Hof nach außen dar? Hier die Basic-Tipps des PR-Profis:

**1. Die Persönlichkeit:** Halten Sie sich den Spiegel vor. Fragen und hinterfragen Sie, wie Sie wirken, was andere Menschen an Ihnen schätzen oder ggf. kritisieren. Besuchen Sie, je nach individueller Situation, eine Rhetorik-

Schulung, ein Kommunikations-Training oder eine Farb- und Stilberatung.

**2. Der Betrieb:** Ordnung, Aufgeräumtheit und Sorgfalt sind ein deutliches Signal nach außen. Wertschätze ich den Ort, der mein Zuhause, meine Wohn- und Arbeitsstätte ist? Fragen Sie ggf. Freunde oder Bekannte, ob diese einen Hofrundgang mit Ihnen machen und Feedback geben. Manchmal braucht es neutrale Personen, die eine gewisse eigene Betriebsblindheit aufdecken.

**3. Die Leistungen:** Verfügen Sie über ein Hofschild, einen Flyer oder eine Homepage, die Ihr Tun und Ihre Produkte erklären? Eine umfangreichere Präsentation hilft, wenn Sie neue Abnehmer für sich gewinnen wollen.

Lesen Sie mehr zu den konkreten Aktionen auf den Höfen in unserem Spezialteil Rind (R14) oder Schwein (S8) sowie online unter [www.starke-bauern.de](http://www.starke-bauern.de)

## Das Projekt

- **Ein Jahr, ein Ziel:** Wir stärken das Image der Landwirtschaft.
- **Zwei Höfe:** Schweinemästerin Marklewitz und Milchviehhalter Grell stehen stellvertretend für den gesamten Berufsstand.
- **Profi am Werk:** Martin Dess, Chef der Kommunikations-Agentur „Die Jäger“ und gelernter Landwirt, berät die beiden.
- **Wir für Sie:** top agrar berichtet im Basisheft sowie in den Spezialteilen Rind und Schwein.
- **Print & online:** Aktuelle und frühere Berichte, Bilder, Clips und Werkzeuge für Ihre Öffentlichkeitsarbeit finden Sie im Internet:



[www.starke-bauern.de](http://www.starke-bauern.de)

# STARKE BAUERN, STARKES IMAGE.

## Ordnung in fünf Schritten

Ordnung macht einen guten Eindruck, spart Zeit und bringt Spaß an der Arbeit.

Wie sich das in fünf Schritten umsetzen lässt, zeigt die Kommunikationsagentur „Die Jäger“.

### Das Projekt

- **Ein Jahr, ein Ziel:** Wir stärken das Image der Landwirtschaft.
- **Zwei Höfe:** Schweinemästerin Marklewitz und Milchviehhalter Grell stehen stellvertretend für den gesamten Berufsstand.
- **Profi am Werk:** Martin Dess, Chef der Kommunikations-Agentur „Die Jäger“ und gelernter Landwirt, berät die beiden.
- **Wir für Sie:** top agrar berichtet im Basisheft sowie in den Spezialteilen Rind und Schwein.
- **Print & online:** Aktuelle und frühere Berichte, Bilder, Clips und

Werkzeuge für Ihre Öffentlichkeitsarbeit finden Sie im Internet:



[www.starke-bauern.de](http://www.starke-bauern.de)

Foto: Dylka



Knud Grell plant zusammen mit seinen Mitarbeitern ein Ordnungskonzept. Er fragt sich: Wo sind unsere Schwachstellen? Wie können wir Ordnung im Alltag einplanen?

Der Perspektiv-Wechsel hat uns gezeigt, wie wichtig der erste Eindruck des Hofbildes ist. Das wollen wir jetzt verbessern“, sagt Knud Grell. Der Milchviehhalter aus Schleswig-Holstein nimmt am top agrar-Projekt „Starke Bauern. Starkes Image.“ teil (top agrar 3/2017, Seite R24) und wird dabei von Martin Dess, Chef der Agentur „Die Jäger“, unterstützt.

Ordnung ist nicht nur Teil der Kommunikation, sondern ein betrieblicher Erfolgsfaktor, erklärt Dess und zählt auf: „Wer ordentlich ist, hat mehr Spaß an der Arbeit, mehr Zeit, ein höheres Ansehen und vermeidet Reparaturkosten.“ Deshalb entwickelt Grell jetzt mit seinen Mitarbeitern ein Ordnungskonzept für seinen Betrieb. Mehr dazu lesen Sie in den kommenden Ausgaben.

Wollen auch Sie Ordnung schaffen? Doch Sie sind unsicher, wie Sie das anpacken? Wir haben die wichtigsten Schritte für Sie zusammengefasst.

### 1. Ist-Zustand erfassen

Machen Sie eine Bestandsaufnahme Ihres Hofes. Wo gibt es unordentliche Bereiche? Halten Sie alles schriftlich und am besten mit Fotos fest.

### 2. Aufgaben strukturieren

Leiten Sie daraus Aufgaben ab und teilen Sie diese in Kategorien ein:

- Reparaturen – wie lose Bretter oder ein kaputtes Hofschild
- Unordnungsverursacher – wie unbefestigte Flächen, die Schmutz verteilen
- Fehlende Strukturen – wie fehlende Ablage-Orte für Werkzeug oder Geräte
- Direkt einsehbare Orte, die Unordnung kommunizieren – wie ungepflegte Blumenbeete an der Hofeinfahrt.

### 3. Anpacken

Bei einem großen Frühjahrsputz beginnen Sie am besten mit den größten Verursachern von Schmutz oder Unordnung. So hält die einmal geschaffene

Ordnung länger an. Anschließend arbeiten Sie Schritt für Schritt. Kleine Erfolge wie eine aufgeräumte Werkbank sorgen dabei für Motivation.

### 4. Verantwortliche festlegen

Damit die Ordnung langfristig anhält, legen Sie für jeden Hof-Bereich einen Verantwortlichen fest. Beispiel: der Azubi ist für saubere Siloplatzen zuständig, der Melker sorgt für eine ordentliche Milchammer.

### 5. In den Alltag einplanen

Ordnung ist keine einmalige Aufgabe, sondern ein fester Bestandteil des Arbeitsalltages. Deshalb sind feste Zeitpläne wichtig. Was ist täglich, wöchentlich, monatlich oder jährlich zu erledigen? Beispiel: Jeden Abend fegen wir die Siloplatzen, jeden Freitag räumen wir die Werkstatt auf. *Anke Reimink*

Mehr zum Thema Ordnung lesen Sie in top agrar 2/2015 ab Seite 38.



**STARKE BAUERN,  
STARKES IMAGE.**

# Richtig für sich **werben**

Nur wer seine Ideen mit Esprit präsentiert, weckt Interesse bei Geschäftspartnern. Tipps dazu von Martin Dess, Chef der Kommunikations-Agentur „Die Jäger“.

## Das Projekt

- **Ein Jahr, ein Ziel:** Wir stärken das Image der Landwirtschaft.
- **Zwei Höfe:** Schweinemästerin Marklewitz und Milchviehhalter Grell stehen stellvertretend für den gesamten Berufsstand.
- **Profi am Werk:** Martin Dess, Chef der Kommunikations-Agentur „Die Jäger“ und gelernter Landwirt, berät die beiden.
- **Wir für Sie:** top agrar berichtet im Basisheft sowie in den Spezialteilen Rind und Schwein.
- **Print & online:** Aktuelle und frühere Berichte, Bilder, Clips und Werkzeuge für Ihre Öffentlichkeitsarbeit finden Sie im Internet: [www.starke-bauern.de](http://www.starke-bauern.de)



Foto: Meusener

Diana Marklewitz stellt ihr Projekt derzeit potenziellen Geschäftspartnern vor. Im Vorfeld hat sie ein Konzept mit den wichtigsten Botschaften erarbeitet.

**W**er neue Geschäftsfelder aufbaut, braucht gute Ideen und Ausdauer. Denn von selbst verkauft sich kein neues Produkt. Das gilt gleichermaßen für Autos, Werkzeuge, Blumen oder Schweine. Zudem ist Fingerspitzengefühl nötig, wenn es darum geht, die eigenen Ideen bei potenziellen Abnehmern richtig zu präsentieren.

Wichtig ist eine gelungene, motivierende Präsentation. Dies kann z. B. ein persönliches Gespräch unter vier Augen oder eine PowerPoint-Vorstellung sein. Worauf kommt es an?

**Was wollen Sie zeigen?** Überlegen Sie zuerst, was Sie präsentieren möchten. Stellen Sie sich folgende Fragen:

- Was ist das Alleinstellungsmerkmal meines Produktes?
- Was unterscheidet meine Idee von den Mitbewerbern?
- Wen will ich ansprechen?

Danach schreiben Sie Ihr Konzept Schritt für Schritt auf. Dabei liegt die

Würze in der Kürze. Verzichten Sie auf Romane, arbeiten Sie mit Fakten!

**Wer hat Interesse?** Prüfen Sie, für wen Ihre Präsentation von Interesse ist. Wer ist der richtige Ansprechpartner? Wer trifft die Entscheidungen?

Stehen die Gesprächspartner fest, laden Sie diese ein. Eine kurze E-Mail und/oder ein Telefonanruf sind hilfreich. Eventuell ist auch eine persönliche Einladung sinnvoll. Zu beachten ist:

- Teilen Sie in der Einladung mit, wer an der Präsentation teilnimmt.
- Wecken Sie mit direkter Sprache das Interesse der Eingeladenen.
- Schreiben Sie alle Tagesordnungspunkte detailliert auf.
- Sagen Sie, wie lange die Präsentation und die anschließende Diskussionsrunde dauern werden.
- Lassen Sie die Teilnehmer wissen, ob für Essen und Trinken gesorgt ist.
- Geben Sie den genauen Ort des Treffens an.

**Wo treffen?** Klären Sie, wo Sie Ihre Ideen den Geschäftspartnern präsentieren wollen. Der Ort sollte so gewählt sein, dass alle Teilnehmer in etwa die gleiche Anfahrtsstrecke haben. Wichtig ist außerdem, dass die Räumlichkeiten stimmen, Übernachtungsmöglichkeiten vorhanden sind und die kulinarische Versorgung der Gäste gesichert ist.

**Wann passt es?** Legen Sie einen Termin fest. Beachten Sie, dass der Raum verfügbar ist und möglichst viele geladene Gäste kommen können. Denken Sie an Feiertage und die Urlaubszeit!

**Eindrücke notieren:** Erstellen Sie im Anschluss an die Diskussionsrunde eine Liste mit allen wichtigen Aussagen der Teilnehmer. Auch negative Meinungen und Urteile sind für Sie wertvoll. Dadurch haben Sie eine gründliche Sicht von außen auf Ihre Idee und sind für die nächsten Schritte gut gerüstet.

Marcus Arden