

**STARKE BAUERN,
STARKES IMAGE.**



Sie trainiert Führungskräfte und begleitet Teams in Veränderungsprozessen: Sylvia Mattheis, hier im Coaching mit Knud Grell.

Fotos: Bröcker

„Gewinner geh’n zum Coaching!“

Business-Coaching: Das ist etwas für Manager, denken viele Landwirte. Unser „starker Bauer“ Knud Grell probierte es aus – und war begeistert.

Aktiver Landwirt bin ich nicht mehr, doch ich war’s lange Zeit. Ich weiß: Meist ist die tägliche Arbeit so übermächtig, dass man kaum noch Durchatmen kann“, sagt Martin Dess, Bauernsohn aus der Oberpfalz.

Der Quereinsteiger ins Marketing-Geschäft ist heute Geschäftsführer der über 200-köpfigen Kommunikationsagentur „Die Jäger“ mit Standorten in Röckersbühl (Bayern), Köln (NRW) und Berlin. Im Rahmen des Projekts „Starke Bauern. Starkes Image.“ steht Dess der Schweinemästerin Diana Marklewitz und dem Milchviehhalter Knud Grell beratend zur Seite. Für den 29-jährigen Uni-Absolventen, der erst vor Kurzem in den elterlichen Betrieb in Duvensee bei

Mölln eingestiegen ist, hatte er einen besonderen Rat: Dess ermunterte ihn, zum Coach zu gehen. Warum?

Bauer besucht Coach: „Weil es wichtig ist, aus dem Hamsterrad auszusteigen“, sagt Dess. „Landwirtschaftliche Betriebe wachsen heute extrem schnell. Doch wo führt das hin? Wer kann das Tempo verkraften? Meine Erfolgsformel: Anhalten, hinschauen, sich konsolidieren und dann erst den nächsten Schritt tun.“



HEFT+

Alle Infos und Aktionen zum Jahres-Projekt unter: www.starke-bauern.de

So kommen an einem Mittwoch im Oktober zwei Menschen zusammen: Landwirt Knud Grell und Business-Coach Sylvia Mattheis. Ihr Treffpunkt: Große, gläserne Büroräume am Hamburger Fischmarkt. Zahlreiche Cafés und Restaurants in Sichtweite, von Hof und Dorf keine Spur. „Gut so!“, sagt Dess. „Der räumliche Abstand hilft, klarer über sich selbst nachzudenken.“

Nach einer Tasse Kaffee beginnt die Analyse: „Wo stehst Du heute, Knud? Was möchtest Du in den nächsten fünf Jahren erreichen? Welchen unterschiedlichen Rollen musst Du auf dem Hof gerecht werden: Sohn, Bruder, Juniorchef, Nachbar, Kumpel...? Was macht Dich glücklich, was begrenzt Dich?“ Mit

gezielten Fragen unterstützt Mattheis den Landwirt, seine Situation zu bestimmen und Ziele für die Zukunft zu formulieren. Sie erklärt: „Coaching geht ans Eingemachte, weit unter die Oberfläche. Viele glauben, man sitzt nett zusammen und erzählt sich einfach was.“

Aktion statt Reaktion: Zusammen erarbeiten Landwirt und Trainerin eine „Timeline“, d. h. einen Zeitstrahl, der Gegenwart und Zukunftsvision darstellt. Dabei werden zentrale Fragen deutlich: Auf dem Hof gibt es zehn Angestellte, wie kann Grell in der Mitarbeiterführung noch souveräner werden? Selbstbild und Fremdbild, was strahlt Knud Grell aus? Work-Life-Balance, wie lässt sich Privates, z. B. die Wohnsituation, der Wunsch nach Freiräumen für Hobbys und Urlaub, mit den Abläufen auf dem Betrieb vereinbaren?

Sylvia Mattheis macht deutlich: „Schon ein erster Coaching-Termin setzt enorme Kräfte frei. Viele Prozesse kommen in Gang.“ Das findet auch Grell: „Ich hab erkannt, dass ich auf dem Hof einiges bewusster lenken kann – durch frühes Handeln und klare Entscheidungen.“ -rb-



STATEMENT

Martin Dess, Agenturchef „Die Jäger“, Röckersbühl: „Gewinner, nicht Verlierer, gehen zum Coaching. Sie nehmen sich Zeit, Ziele zu formulieren. Nur wer klar und sortiert ist, kann erreichen, was er sich wünscht – und seine Erfolge dann feiern und genießen. Ich selbst gehe jeden Monat zum Coach, einen ganzen Tag lang.“

Der Futtermischwagen ist ein Thermomix!

Das Forum Moderne Landwirtschaft unterstützt unser Projekt „Starke Bauern. Starkes Image.“. Julia Nissen erklärt, wie der Bauern-Verbraucher-Dialog gelingt.

Hof & Hauptstadt: Julia Nissen (30) lebt mit ihrem Mann und Sohn in Nordfriesland. Ihr Schreibtisch steht in Berlin. Die Hauswirtschafterin und studierte Landwirtin plant für das Forum Events in ganz Deutschland. Zudem bringt sie Aktionen in den sozialen Medien auf den Weg.



Foto: Forum

Frau Nissen, das Starke-Bauern-Projekt läuft seit zehn Monaten. Wie viel Zeit darf gute Image-Arbeit in Anspruch nehmen?

Nissen: Viel viel Zeit! Hektik ist hier unangebracht. Beide Gesichter der Kampagne haben sich Großes vorgenommen: Knud Grell möchte die Wahrnehmung in seinem Heimatort Duvensee verbessern, Diana Marklewitz beginnt damit, ihren 'Hof Marklewitz' mit neuem Tierwohl-Stall öffentlich zu präsentieren. Diese Prozesse dauern, meist gehören viele kleine Schritte dazu. Das Starke-Bauern-Projekt ist zu Recht auf ein Jahr angelegt.

An der öffentlichen Wahrnehmung zu arbeiten, ist das Thema der Zeit. Was raten Sie jedem einzelnen Landwirt?

Nissen: Hab Geduld! Sei kreativ und setz Deine Ideen um. Probier verschiedene Möglichkeiten aus, den Verbraucher anzusprechen! Auch mit dem Risiko, dass manches vielleicht nicht gelingt. Am Image zu feilen und mit guten Nachrichten und Aktionen zu überzeugen, ist nicht leicht. Aber wenn

ich weiß, welcher Weg mir Spaß macht, werde ich das auch ausstrahlen und mit vielen Menschen, die Fragen zur Landwirtschaft haben, ins Gespräch kommen.

Im Starke-Bauern-Projekt gehen Knud Grell und Diana Marklewitz aktiv auf Nachbarn und Verbraucher zu. Ist denn heute jedem Landwirt klar, dass er den Dialog suchen sollte?

Nissen: Ja. Auch wenn's lange gedauert hat, inzwischen haben es alle gecheckt! Landwirtschaft mit Scheuklappen, ohne Austausch mit der Gesellschaft, das ist vorbei. Es geht heute nicht mehr darum, ob Öffentlichkeitsarbeit nötig ist, sondern wie wir sie betreiben wollen.

Das Forum Moderne Landwirtschaft hat die Idee der sog. AgrarScouts geboren. Was tun diese „Scouts“?

Nissen: Anfänglich waren die AgrarScouts ein Team, das wir speziell für die Besucheransprache auf der Grünen Woche geschult haben. Inzwischen ist die Gruppe der Scouts, wir nennen sie unser „Netzwerk“, auf fast 360 Personen

angewachsen. Wir ziehen die Leute regional zusammen, schulen sie in Gesprächsführung und unterstützen sie dabei, vor Ort aktiv zu werden. In den letzten Monaten gab es z.B. eine Bürger-Info in der Fußgängerzone von Flensburg, eine Aktion auf dem Göttinger Uni-Campus und eine in Lüneburg, als dort die Agrarminister tagten. In der Stuttgarter Innenstadt haben wir gegrillt, während der Digitalen Woche in Kiel zu moderner Gülletechnik informiert. Als Knud Grell im September sein Hoffest machte, unterstützte ein AgrarScout das Hofteam. Die Events gehen inzwischen weit über das Engagement auf der Grünen Woche hinaus. Für 2017 können wir 20 Termine in ganz Deutschland verbuchen.

Gehen die AgrarScouts denn komplett andere Wege – im Gegensatz zu etablierten Verbänden?

Nissen: Nun ja. Wir vom Forum arbeiten sehr zielgruppenbewusst. Wir haben das urbane Publikum genau im Fokus. Fast alle im Team sind Experten aus der Fernseh- und Journalistenbranche. Vielleicht gucken wir daher anders



Foto: Bröcker

AGRAR-SCOUTS heißen Landwirte, Studenten und Fachleute des vor- oder nachgelagerten Bereiches, die sich in Sachen Agrar-Kommunikation fit gemacht haben. Hubert Ostendarp, Besamungstechniker aus Vreden im Münsterland, ist einer von ihnen. Zum Hoffest von Knud Grell war er in Duvensee vor Ort und beantwortete zahlreiche Besucherfragen zum Thema Milch.

auf die Themen. Wenn ich einem Städter was vom Futtermischwagen mit TMR erzähle, versteht der nur Bahnhof. Unser Ansatz: Richtig übersetzen, Rückfragen anhören. Locker und leicht argumentieren: „Der Futtermischwagen ist quasi der Thermomix für die Kuh!“. So ein Satz kommt besser an. Es lohnt, sich gewisse Fehlwirkungen klar zu machen. Auch, um in Zukunft sachliche Infos wieder mit Witz und Spaß vermitteln zu können. Wir setzen außerdem auf eine starke Präsenz in den sozialen Medien. Gern suchen wir den Kontakt zu Einzelakteuren oder Gruppen mit kristischer Meinung zur konventionellen Landwirtschaft. Auch ein Treffen von Bauern und Lifestyle-Bloggern im Sauerland war ein voller Erfolg.

Wie oft kommen die Menschen, die bei Ihnen aktiv sind, zusammen?

Nissen: Ein- bis zweimal pro Jahr, definitiv zur Grünen Woche. In Kürze treffen wir uns zu einem Wochenend-Workshop, unserer Winterakademie. Hier trainieren wir mit den Scouts Themen wie „Der Umgang mit dem Pressefritzen“. Nicht theoretisch, sondern live

Schnell gelesen

- Julia Nissen hat für das Forum ein Netzwerk aus 360 Agrar-Scouts aufgebaut.
- Die Scouts durchlaufen ein Kommunikations-Training und informieren auf der Grünen Woche sowie bei Events in deutschen Städten zu landwirtschaftlichen Themen.
- Fußgängerzone und Internet: Viele Aktionen laufen zudem auf digitalen Kanälen.
- Imagearbeit benötigt Zeit und Mut, so die Projektleiterin.

im Gespräch und vor der Kamera, im Austausch mit einem RTL-Fernsehredakteur. Wir üben, wie man Botschaften kurz und kompakt formuliert. Und die Funktionen des Handys sind wichtig: Wir filmen mit dem Smartphone und schneiden Clips. Die Winterakademie ist beides: Ein Wiedersehen für die Scouts und Messtraining.

Wie stark konzentrieren Sie sich bei Ihren Aktivitäten auf Digitales?

Nissen: Sehr stark! Natürlich braucht es beide Richtungen: Das direkte Gespräch der Bauern mit den Nachbarn und Spaziergängern am Wegrand. Aber: Heute sind fast alle Menschen digital auf dem neuesten Stand – Städter und Bauern! Also setzen wir auf die Schulung unserer Leute, besonders auch, wenn es um Instagram, Snapchat und Facebook geht. Um hier gekonnt aufzutreten, braucht man ein gutes Auge für Bilder und Perspektiven. Außerdem hilft einem das Feedback, ob man seine Themen und die eigene Person richtig und verständlich darstellt. Meine Meinung: Man sollte heute in beiden Welten existent sein: real und digital! Das zeigt ja auch das Starke-Bauern-Projekt. Coole Bilder und kurze Videos sind wichtig! Richtig gut gemacht, rauschen sie durch die Online-Kanäle und bringen hohe Klickzahlen. Knud Grell hat einen Image-Film und ist jetzt auf Facebook aktiv. Beide Höfe des Projekts verfügen seit August über eine Homepage. Sie sind angekommen – auch im Web.

Reingard Bröcker