

Volle Power für ein besseres Image

Thomas Ostendorf ist „Öffentlichkeitsarbeiter“ mit Leib und Seele. Sein Handy hat der Sauenhalter dafür immer am Mann. Doch auch abseits des Internets krempelt er für ein besseres Image der Schweinehaltung gerne die Ärmel hoch.



Unternehmer, nicht Unterlasser: Thomas Ostendorf schlägt für seine Öffentlichkeitsarbeit viele Wege ein.

1 Der Mann hinter dem Handy: Thomas Ostendorf bezeichnet sich selbst gerne als „Otto-Normal-Landwirt“. In Ochtrup im Münsterland bewirtschaftet der 40-Jährige mit seiner Familie einen konventionellen Betrieb mit 350 Sauen inklusive Ferkelaufzucht. „Als Otto-Normal-Landwirt kann ich über mich, meinen Betrieb und meine Sicht auf die Landwirtschaft unverkrampft reden – an politisch korrekte Formulierungen brauche ich mich da nicht halten“, argumentiert der toughe Westfale.

Überhaupt: Lautstark danach rufen, dass der Verband gefälligst mehr Öffentlichkeitsarbeit machen muss, das liegt Thomas Ostendorf fern. „Als Landwirt bin ich Unternehmer, und nicht Unterlasser“, so sein Credo.

Etwas unternehmen, sich einmischen: Das tut Thomas Ostendorf beinahe täglich – sei es mit seinem Handy in den Sozialen Medien oder live auf seinem Betrieb. Für die Öffentlichkeitsarbeit schlägt er viele Wege ein. „Wir Landwirte waren zu leise in den letzten 20 Jahren, wir verstecken uns zu viel“, findet der Sauenhalter.

Die Präsenz vor Ort, im Netz und in den Medien ruft natürlich auch so manchen schnippischen Kommentar von Berufskollegen auf den Plan. Thomas Ostendorf hat gelernt, damit umzugehen. „Ich habe ein dickes Fell“, sagt er schmunzelnd. Und: „Ja, ich bin ein Wichtigtuer, denn ich tue Wichtiges!“

2 Ferkel hinter Glas: „Schauen Sie in einen Ferkelstall!!!“ Fußgänger und Radfahrer, die an der Hofauffahrt des Betriebes Ostendorf vorbeikommen, können diese Einladung jederzeit wörtlich nehmen. Denn seit zwei Jahren gewährt ihnen ein bodentiefer, 1 m breites und 1,5 m hohes Fenster einen Einblick in ein Ferkelaufzuchtsteil. Für das sogenannte „Einsichten-Fenster“ der i.m.a. hat Thomas Ostendorf einen Zuschuss von 1000 € erhalten.



Foto: Imhäuser

Günstig gelegen: Die Hofauffahrt liegt direkt an einer beliebten Radfahrroute. Vorbeikommende lädt der Sauenhalter ein, einen Blick durch das Einsichten-Fenster zu werfen.



Foto: Privat

Papp-Sau und Getreiderad: Auf der jährlichen Messe „Berufe begreifen“ lernen Schüler am Stand von Thomas Ostendorf den Ausbildungsberuf Landwirt kennen.



Foto: Grüter

Ohne Scheuklappen: Die Foodwatch-Vertreter Martin Rücker (2.v.r.) und Matthias Wolf-schmidt (re.) empfang Ostendorf gemeinsam mit Bernhard Barkmann (li.) im Herbst 2015 auf seinem Betrieb.

Zum Small Talk für zwei bis drei Minuten oder als Einstieg für einen guten Dialog: Das Fenster eignet sich ideal, um über Schweinehaltung unkompliziert ins Gespräch zu kommen. „Alles, was hinter dem Fenster passiert, ist absolut real. Wir können nichts verschleiern – das schätzen die Besucher“, weiß

Thomas Ostendorf. Der Landwirt hat neben dem Fenster sogar extra einen Lichtschalter angebracht, mit dem Besucher das Licht im Abteil für kurze Zeit einschalten können.

Wie viele Menschen bereits einen Blick auf die Ferkel hinter der Scheibe geworfen haben, weiß Ostendorf nicht.

„Die Dunkelziffer ist hoch“, schätzt der Landwirt. Fakt ist jedoch, dass die Besucherfrequenz im Sommer deutlich höher ist. Denn an der Hofauffahrt führt die 100-Schlösser-Route vorbei, eine im Münsterland beliebte Radfahrroute. „So mancher Radfahrer holt sich bei uns dann seine Legitimation für ein saftiges Schnitzel am Abend“, erklärt Thomas Ostendorf lachend.

3 Messe-Auftritt mit Papp-Sau: Seit 2009 ist die Sau aus Pappe von Thomas Ostendorf das Highlight auf der Messe „Berufe begreifen“ in der Stadthalle Ochtrup. Die Messe findet seit zehn Jahren jährlich Anfang März von 8.00 bis 15.30 Uhr für die Neuntklässler der Ochtruper Haupt- und Realschulen statt. Ziel ist, dass die Schüler verschiedene Berufe kennen- und durch eine Tätigkeit begreifen lernen, die man in diesem Beruf später regelmäßig ausübt.

Selbstverständlich geht es auch am Stand von Thomas Ostendorf praktisch und handfest zu: Ohrmarken einziehen, die Papp-Sau besamen und die verschiedenen Ackerfrüchte in einem Getreiderad benennen – der Landwirt und sein Mitarbeiter haben an diesem Tag alle Hände voll zu tun und die Lacher meist auf ihrer Seite.

„Ich sehe den Tag nicht nur, um den Ausbildungsberuf Landwirt schmackhaft zu machen, sondern auch als Öffentlichkeitsarbeit bei Schülern und Lehrern“, erklärt Ostendorf. Längst haben sich daraus feste Kontakte und weiterführende Aktionen entwickelt. Beispielsweise als der Ferkelerzeuger mit dem Schweine-Mobil auf dem Schulhof Unterricht hielt.

4 Kritische Gespräche: Neben Gesprächen mit Verbrauchern und Aktionen mit Schülern scheut Thomas Ostendorf auch die Auseinandersetzung mit Kritikern nicht. So besuchten im Herbst 2015 zwei Vertreter der Verbraucherorganisation „Foodwatch“ seinen Betrieb. Der Kontakt war zuvor über den Kurznachrichtendienst Twitter zustande gekommen (mehr darüber lesen Sie auch auf Seite 27).

Der Tag selbst war geprägt von Gesprächen über moderne Schweinehaltung und natürlich auch von gutem Essen. „Wir dürfen die Menschen nicht belehren wollen, sondern müssen übers Gefühl kommen“, so der Leitgedanke von Thomas Ostendorf, „und da gehört ein gutes Essen am Kaminfeuer nun mal dazu.“

Im Vorfeld des Treffens fragte der Landwirt deshalb auch ganz selbstverständlich nach, ob denn Vegetarier oder



Foto: Imhäuser

5 Online: Ostendorf hat eine eigene Homepage und nutzt Facebook sowie Twitter.



6

Das Fernsehen auf dem Hof: Mit Kamerateams hat Ostendorf ebenfalls Erfahrungen gemacht: „Wenn wir die Geschichten nicht erzählen, erzählt sie jemand anders.“



Fotos: Privat

7

Im Schlepptau: Besuchergruppen jeglicher Zusammensetzung hat Ostendorf bereits empfangen. Schulklassen kommen gerne kurz vor den Sommerferien.

Veganer unter den Foodwatch-Besuchern seien. „Für die Grundstimmung ist das tausendmal besser als ungefragt den Protestgrill anzuwerfen“, betont Ostendorf. Der Tag endete übrigens mit einer gemeinsamen Pressemitteilung des Landwirts und Foodwatch. Allein das hat Seltenheitswert.

hen sein“, erklärt Thomas Ostendorf mit Nachdruck. Schließlich wollen er und seine Frau nicht, dass ihren Kindern das später mal auf die Füße falle. „Das Internet ist zwar schnelllebig, vergisst aber nichts!“

Schnell gelesen

- Thomas Ostendorf berichtet auf Twitter von alltäglichen oder besonderen Geschehnissen auf seinem Betrieb, z. B. vom Ställe waschen.
- Der Sauenhalter betreibt zudem eine eigene Homepage und Facebook-Seite.
- In der „realen“ Welt empfängt er Besuchergruppen und Schulklassen.
- Das Einsichten-Fenster eignet sich ideal, um unverkrampft über Schweinehaltung ins Gespräch zu kommen.

6 **Geschichten selbst erzählen:** Mit Fernseherteams hat Thomas Ostendorf ebenfalls Erfahrungen gemacht. ProSieben-Galileo und die WDR-Lokalzeit haben bereits auf seinem Betrieb gedreht. „Für nur wenige Minuten Sendezeit muss man da schnell einen halben Tag investieren“, informiert der Landwirt über den Zeitaufwand.

Doch die Mühe lohne sich seiner Meinung nach: „Wenn wir die Geschichten über die Landwirtschaft nicht selbst erzählen, erzählt sie jemand anders.“ Davon ist Ostendorf überzeugt. Deshalb scheut er sich auch nicht, selbst die Zeitung anzurufen, wenn etwas Interessantes oder Witziges auf seinem Betrieb passieren wird. Das war beispielsweise beim Foodwatch-Besuch der Fall.

Selbstverständlich war Ostendorf auch Teil einer Serie über die Landwirtschaft in der Ochtruper Tageszeitung. „Dafür hat die Redakteurin sogar eine Auszeichnung bekommen“, erzählt der Sauenhalter erfreut.

7 **Schüler, Sänger, Senioren:** Von der Schulklasse über den Senioren-Club und Männerchor bis zu den Kreistags-Grünen: Thomas Ostendorf empfängt Gruppen jeglicher Zusammensetzung auf seinem Betrieb. Viele werden über Mund-zu-Mund-Propaganda auf ihn aufmerksam. Über das Einsichten-Fenster können sie unkompliziert einen Blick „hinter die Kulissen“ werfen. Geht es für die Besucher direkt in den Stall, sind Overalls und Plastik-Überziehschuhe natürlich Pflicht.

Für Schulklassen ist der Hof Ostendorf besonders Ende Juni ein beliebtes Ausflugsziel. „Kurz vor den Sommerferien rennen die mir die Bude ein“, sagt Thomas Ostendorf salopp und lacht. Längst hat er sich mit einem benachbarten Milchviehhalter zusammengeslossen, sodass die Schüler neben Schweinen auch Milchkühe erleben können. Regina Imhäuser

Klick & weg

Haben Sie schon mal im Internet vom Stallwaschen berichtet? Thomas Ostendorf hat es getan. Ohne großen Zeitaufwand und ohne Kosten. Am 26. Februar 2016 informierte er auf seiner Twitter-Seite @landwirtotti mithilfe von fünf Bildern über das Einweichen, Einschäumen und Reinigen eines Ferkelaufzuchtabteils. Jedes Bild kommentierte er mit wenigen Worten, z. B. „So schön einseifen und einwirken lassen“.

Viel mehr Text wäre auch gar nicht möglich gewesen, denn bei Twitter sind nur 140 Zeichen pro Nachricht erlaubt. Thomas Ostendorf nutzt den Kurznachrichtendienst seit der Grünen Woche 2014 intensiv. Schweinehalter Marcus Holtkötter alias @bauerholsti steckte ihn damals mit seiner Twitter-Begeisterung an und zeigte ihm die wichtigsten Funktionen. Heute

„twittert“ Ostendorf Alltägliches aus dem Stall, vom Acker oder seiner Hackschnitzelheizung. Aktuell folgen ihm und seiner Seite mehr als 620 sogenannte Follower.

Ganz wichtig ist seiner Meinung nach, hinter jede Nachricht passende Schlagworte zu setzen, sogenannte Hashtags # – beispielsweise den #Landwirtschaft oder #Tierhaltung. „Die Hashtags # sind das Langzeitgedächtnis von Twitter“, weiß Thomas Ostendorf. Sucht z. B. ein Journalist auf Twitter Inhalte zur Landwirtschaft, gibt er „#Landwirtschaft“ ein und erhält dann alle Nachrichten mit diesem Hashtag. „Wir Landwirte haben es verpennt, die # für uns zu nutzen“, so Ostendorf. Gemeinsam mit gleichgesinnten, Twitter-aufgeschlossenen Kollegen will er deshalb das Langzeitgedächtnis mit positiven Botschaften befüllen.



Foto: Imhäuser

Live aus dem Alltag: Selbst über das Reinigen eines Aufzuchtabteils hat Ostendorf schon getwittert.

Das neue Heft ist da!

Jetzt Probe lesen!



Top-Themen aus der neuen SUS 2/2016:

- Die Pläne der Generation Zukunft
- Kastration: Alternativen mit Defiziten
- Vertragsmast: Fluch oder Segen?
- Hoffnungsmarkt China

Kostenloses Probeheft anfordern unter:

Leserservice SUS: ☎ 0 25 01/8 01-31 30 · FAX 0 25 01/8 01-53 46 · vertrieb@susonline.de · www.susonline.de