

Flirt-Tipps für den Logistikkunden

KEP-Lounge lässt sich vom Radio-Marketing-Chef in „Kindergeburtstage“ einführen

VON REBEKKA NEANDER

LANGENHAGEN. „Die Lösung heißt: Feuerwehrmann. Ehrlich, zuverlässig, bodenständig, heldenhaft – was auch immer Sie zu verkaufen haben, lassen Sie es einen Feuerwehrmann tun. Die kommen am besten an.“ Der dies sagt, scheint es zu wissen: Uwe Walnsch, Marketingchef bei Hitradio Antenne, musste zwar Anfang der Woche kräftige Einbußen bei der jährlichen Medienanalyse hinnehmen. „Im Sommer aber werden wir wieder zulegen“, versprach er gestern den Gästen der KEP-Lounge im Maritim Airport Hotel.

Gastgeber dieses nunmehr fünften Kundentreffens sind die beiden Langenhagener Logistiker Pralle und Logiline sowie die City-Post aus Hannover. Dreimal im Jahr laden sie gezielt jeweils 15 ihrer Kunden ein und präsentieren ihnen einen durchaus auch einmal branchenfremden Ehrengast.

Mit Walnsch offenbarten die beiden ambitionierten Interviewer Olaf Krause (Logiline) und Andreas Pralle nicht nur einen Lieferanten berlinerischen Wortwitzes. Walnsch überraschte vor allem mit Einblicken in die auf den ersten Blick unkonventionelle Arbeit seiner Radio-Werber.

„Wir stellen für diesen hoch emotionalen Markt zum einen vorwiegend Frauen ein“, sagte Walnsch nicht ganz unpassend zum internationalen Frauentag am gestrigen Donnerstag. „Wir schicken die dann auch nicht zu Verkaufsschulungen, sondern zweimal im Jahr in Flirt-Seminare.“ Denn es gebe im Grunde keinen wirklichen Unterschied zwischen einem Erstkundenkontakt und dem unaufdringlichen Angraben eines Unfallkontrahenten. Für eine Plakataktion steckte Walnsch seine Vertriebsleute in Feuerwehruniformen. Verlangt wurden von den Kunden hernach Autogrammkarten.

Im Vergleich zu Walnsch' früherem Tätigkeitsbereich Berlin sei Niedersachsen ein Kindergeburtstag. Während man im Emsland mit einem Terminwunsch für ein Geschäftsessen um 19.30 Uhr bereits als Störung der Nachtruhe abgekanzelt werde, herrsche in Berlin Krieg. Gekämpft werde mit ab-



Die Gastgeber Andreas Pralle (links) und Olaf Krause nehmen ihren Gast, den Marketingchef von Hitradio Antenne, Uwe Walnsch in ihre Mitte. Neander

mahnfähigen Aktionen, um dem Gegner nachher womöglich Kinderfeindlichkeit nachsagen zu können. Ein kleiner Sender in Berlin habe seine Hörer aufgerufen, live

in der Sendung zu schildern, was sie just gerade täten. Dass ein netter Mensch dann „on Air“ beschrieb, wie er gerade seinen Hamster in der Mikrowelle grille,

sei marketingtechnisch „eine glatte Eins“ inklusive lauter Proteststürme. „Als Familiensender in Niedersachsen“, so Walnsch, „scheidet so etwas natürlich aus.“