

Kerstin Plehwe ist die Dialog-Expertin in Deutschland – auch im Wahlkampf

Botschaften richtig unters Volk bringen

Von Martina Goy

SIE LIEBT GESCHICHTEN, am liebsten ihre eigenen. Deshalb sammelt sie Uhren, die sie zu besonderen Gelegenheiten kauft. Damit ihre Errungenschaften für immer mit einer besonderen Erinnerung verbunden sind. So wie die Cartier-Uhr aus ihren beruflichen Anfangszeiten, die sie an diesem Tag zum schicken Anzug mit dezenten roten Streifen trägt.

„Uhren sind für mich Wegbegleiter“, sagt Kerstin Plehwe. „Diese habe ich mir gekauft, als ich mich selbständig gemacht habe. Sie ist sozusagen meine ‚Unternehmer-Uhr‘.“ Zur Zeit besitzt sie 26 Uhren, davon sind 18 in ständigem Gebrauch – überall auf der Welt zusammengesucht. „Und selbst gekauft. Da bin ich eigen.“

Womöglich nicht nur beim Uhrenkauf. Kerstin Plehwe, 38, geschäftsführende Gesellschafterin der Kerstin Plehwe Media & Consulting GmbH mit Sitz in Hamburg, Berlin und New York, ist das, was man eine Beraterin der Macht nennen könnte. Auf das Urteil der dunkelblonden, 1,65-Meter-Frau setzen Politiker im Wahlkampf und auch sonst. Plehwe gilt in der Republik als Expertin in Sachen Dialog-Kommunikation.

Soll heißen: Als Beraterin sagt sie den Volksvertretern, wie sie wann und wie am besten Wähler erreichen können. „Man könnte sagen: Bei den Politikern ist die Botschaft angekommen, daß man sich mit den Bürgern und ihren Bedürfnissen ernsthaft auseinandersetzen muß“, erklärt sie die steigende Nachfrage nach ihrer Mithilfe.

Das klingt allerdings auch nach Politiker-Geschwafel, und eigentlich möchte man die Ohren auf Durchzug stellen. Doch sich dieser energischen Frau durch Nichtbeachtung zu entziehen, ist erstens schwierig und zweitens fast frevelhaft. Die Profiplauderin Plehwe fesselt, wenn sie erzählt.

Das tut sie nicht sofort. Vielmehr schaut, forscht und ordnet sie erst einmal ein. Doch dann ist sie schnell bei ihrem Lieblingsthema: die Deutschen und ihre nicht vorhandene Kommunikation mit der Politik. Und weil irgendwann aufgefallen war, daß die kompetente Brünette interessante Lösungsansätze zu bieten hat, wurde sie Vorsitzende der Initiative Pro Dialog, einer überparteilichen Organisation.

An dieser Stelle wird es nun aber schwierig mit der Stellenbeschreibung. Plehwe's Metier ist schwer einzufangen, zu klassifizieren, zu erklären. In ihrem Lebenslauf steht: Setzt sich ein für die Stärkung des Dialogs zwischen Staat und Bürger, sie verbindet Daten mit Marketing zu einer intelligenten Gesamtstrategie.

„Ich weiß, das hört sich abstrakt an“, sagt sie, „aber anderswo ist das längst gelebte Wirklichkeit.“

Soll das heißen, anderswo in Europa ist demokratische Politik so, wie sie die Bürger wollen?

„Zumindest spricht man in den USA, Großbritannien und Skandinavien die Wähler individuell an“, sagt Plehwe. „Davon sind wir hierzulande noch weit entfernt.“

Beurteilen kann sie dies, weil sie als Wahlkampfbeobachterin dabei war bei George Bush und seinem demokratischen Herausforderer John Kerry. Auch Tony Blairs Werben um britische Stimmen hat sie studiert – und versucht, die Erkenntnisse über den Erfolg von Direkt-Kontakt auch in der Politik bei der letzten Bundestagswahl als Beraterin anzubringen. Häufig vergeblich. „Bei uns kommuniziert die Politik oft noch wie vor 15 Jahren.“

Doch Kerstin Plehwe, die Power-Frau mit dem Sinn für Datenbanken und Zahlenmaterial, hat auch viel Sinn für Ironie. Ein Beispiel. „Die Deutschen lieben traditionell Querdenker“, sagt sie irgendwann. „Einen wie Friedrich Merz beispielsweise.“ Guter Scherz. Den ehemaligen CDU-Generalsekretär mit der Lizenz zum Wahrsagen hat die neue Kanzlerin Merkel noch vor ihrer offiziellen Krönung entmachtet. So ist das also mit der politischen Macht und Wirklichkeit in Deutschland?

Kerstin Plehwe lächelt. „Wir sind an einem Scheideweg“, sagt sie. „Nie wurde weniger gewählt. Nie war das Image von Politikern schlechter. Es kann nur besser werden. Es muß besser werden.“

Warum aber sollten, in der Mehrheit Männer auf eine Frau hören, die weder vom Alter noch von ihrer Einstellung her alt genug scheint? Eine lässige Handbewegung, dann der Punkt: „Tiger Woods hat einmal gesagt. Ich zähle nicht meine Erfolge, sondern beurteile nur, ob ich besser geworden bin. Wenn ich von etwas überzeugt bin, gehe ich darin vollkommen auf und gebe alles.“ Der Amerikaner Tiger Woods, 28, ist der weltbeste Golf-Spieler.

Als Jugendliche lebte Plehwe fast drei Jahre in Südafrika. Der Vater, Ingenieur bei Siemens, hatte damals einen Arbeitseinsatz dorthin erhalten. Natürlich ging die Familie mit. In Pretoria lernte die Tochter an der deutschen Schule Afrikaans. Als sie wieder nach Deutschland mußte, „gegen meinen Willen“, hatte sie sich in Unabhängigkeit und Sonne verliebt, wollte unbedingt Ranger im Krüger Nationalpark werden.

Zurück in München, machte sie Abitur, eine Ausbildung als Werbefachfrau und abends in Eigeninitiative eine Zusatzausbildung als Kommunikationsfachwirtin. Danach galt nur noch eines: Bloß kein Spießer werden. Bloß nicht in Deutschland bleiben. „Ich will zum Arbeiten in die USA“ wurde zur Lebensmaxime. Und Kerstin Plehwe machte, was sie wollte.



Kerstin Plehwe baut am Flughafen Fuhrsbüttel eine Dialog-Autobahn. „Kommunikation ist nur erfolgreich, wenn sie in beide Richtungen geht“



RETO KLAR

LESERBRIEFE

Zum Thema „Mehr Gegner als Parteifreund“ vom 12. März: Warum soll sich Henning Voscherau denn zwei Jahre vor der Wahl schon festlegen lassen? Nur aus Mitleid, daß er Herrn Petersen auf dem falschen Fuß erwischt hat und die Hamburger SPD in Bedrängnis damit bringen kann? Das zeigt doch wirklich mehr als deutlich die derzeitige Misere in der Hamburger SPD, oder?

Wolfgang Schneider
2213 Oststeinbek

Zum Thema „Hamburg kämpft mit dem Krach“ vom 19. Februar: Na, da kommt ja noch einiges auf uns zu. Ein guter Artikel, am besten gefiel mir der erste Satz: „Lärm macht aggressiv“, und deswegen wehren sich Schnelseener Bürger, ohnehin schon gebeutelt durch den Lärm der A7, gegen weiteren Verkehr durch die vom Senat betriebene Ansiedlung von Möbel-Höfner sowie gegen den Bau eines Riesen-Parkhauses bei Ikea und die wahrscheinliche Erweiterung des Hauses.

Rainer Hinze
22457 Hamburg

ANZEIGE

Spring is in the air.

BENTLEY ASTON MARTIN

TAMSEN www.tamsen.de

Zum Thema „Zwei Schulen - zwei Welten“ vom 12. Februar

„Die Ecuadorianerin sitzt neben ihrer türkischen Freundin Ceren. Die beiden Mädchen gehen in die Klasse 8 der Hauptschule Slomanstieg auf der Veddel. Weil Nila kein türkisch und Ceren nicht portugiesisch spricht, sprechen sie Deutsch.“ Auch wenn Ceren portugiesisch sprechen würde, könnte Nila nicht alles verstehen, da beide kein spanisch sprechen! In Ecuador spricht man spanisch. Ein eua-riger Leser Ihrer Zeitung.

Michael Schneider
per E-Mail

ANZEIGE



DYNAMISCH AUF SCHNEE. GRIFFIG AUF EIS.

FAHRSPASS MIT DEM RANGE ROVER SPORT FÜR 399,- €/MONAT

Erleben Sie einzigartigen Fahrspaß im Schnee und lesen Sie einen Range Rover Sport für 399,- €* im Monat. Dieses Angebot gilt für die Basisausstattung bei einer Laufzeit von 36 Monaten mit einer Gesamtfahrleistung von 45.000 km und einer Sonderzahlung über 11.941,- €. **Machen Sie jetzt eine faszinierende Probefahrt!** Kraftstoffverbrauch (in l/100km): 10,2 (kombiniert), 13,2 (innerorts), 8,5 (außerorts), CO₂ Emissionen: 271 g/km (kombiniert). Die Angaben wurden ermittelt nach den vorgeschriebenen Messverfahren (RL 80/1268/EWG).

BERECHNUNGSBEISPIEL: LAND ROVER RANGE ROVER SPORT	
UNVERBINDLICHE PREISEMPFEHLUNG:	49.350,- €
LEASINGSONDERZAHLUNG:	11.941,- €
LEASINGLAUFZEIT:	36 MONATE
GESAMT-FAHRLEISTUNG:	45.000 KM
MONATLICHE RATE:	399,- €

Alle Angaben in EUR inkl. MwSt. zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten. Ein Angebot der Land Rover Financial Services Niederlassung der FCE Bank plc.

*Ein Leasing-Angebot der Land Rover Financial Services

PFOHE LAND ROVER ZENTRUM
Alsterkrugchausee 355 · 22335 Hamburg
Tel 040 / 500 60 500 · Fax 040 / 500 60 200
www.hugo-pfohe.de



Direkter Kontakt zum Kunden wird immer wichtiger

DIE CHEFIN
Kerstin Plehwe, 38, ist Vorsitzende der Initiative Pro Dialog. Die studierte Werbefachfrau und Dialogmarketingexpertin war von April 2002 bis Januar 2005 Präsidentin des Deutschen Direktmarketingverbandes. Zuvor arbeitete sie bei Microsoft als Marketing-Spezialistin für Kundenbeziehungen. Seit zehn Jahren ist sie als Beraterin mit ihrem eigenen Unternehmen, der Ker-

stin Plehwe Media & Consulting GmbH, tätig.

DIE BRANCHE
Organisiert ist die Branche im Deutschen Direktmarketing Verband (DDV), dem größten Zusammenschluß von Direktmarketing-Unternehmen in Europa.

DIREKT-MARKETING
Die Instrumente, mit denen man den Empfänger einer Werbe- oder Produktbotschaft direkt



Für Direktmarketing gaben deutsche Firmen 2004 rund 32 Milliarden Euro aus

erreichen kann, sind Anzeigen, Fernseh- und Radiospots sowie Plakat- und Außenwerbung, jeweils versehen mit Adresse oder Telefon-

nummer des werbetreibenden Unternehmens. Dialog-Marketing heißt individueller Kontakt zum Kunden per Brief oder E-Mail.

Die Baumeister der Zukunft

WAS KLÖTZCHEN AUSSAGEN

In der Serie „U 40 – Generation Zukunft“ stellt die „Welt am Sonntag“ jede Woche Hamburger vor, die mit guten Ideen und viel Phantasie Neues schaffen. Am Ende der Interviews müssen Sie Ihre Kreativität für den Fotografen unter Beweis stellen – indem sie aus Holzklötzchen etwas bauen. Was immer dabei entsteht, wird im Bild festgehalten, archiviert. Am Ende der Serie werden alle „Bauwerke“ noch einmal gezeigt.