



# 2006/49 webredaktion

<https://jungle.world/artikel/2006/49/zurueck-zu-hannelore-vorwaerts-zu-lidl>

# Zurück zu Hannelore, vorwärts zu Lidl

Von **Regina Stötzel**

## ich-ag der woche

Umfragen zufolge kennen die dienstälteste Ministerin der Republik nur sieben Prozent der Bevölkerung, Heino kennen 99 Prozent. Das wäre vermutlich auch nicht wesentlich anders, wenn Heidemarie Wieczorek-Zeul seit Jahrzehnten Haselnüsse besingen würde. Denn Heino ist nicht nur Sänger. Heino ist sein eigenes Markenzeichen, sein eigenes Logo, und in seiner beharrlichen optischen Konstanz lediglich vergleichbar mit der Nivea-Creme oder dem Alleskleber von Uhu. Und seine neuesten Marketingstrategien sind sogar derartig gewieft, dass sie in einem Ratgeber stehen könnten. Und zwar ungefähr so:

Erstens, nehmen Sie Abschied von der Öffentlichkeit und sagen Sie Ihrer Frau Hannelore vor möglichst großem Publikum, dass für Sie nur noch die Familie zählt. So erobern Sie die Herzen der Menschen.

Zweitens, machen Sie sich eine Weile tatsächlich rar! Nehmen Sie bloß noch ausgewählte Termine wahr, treten Sie nur zu ganz besonderen Anlässen auf. Setzen Sie Ihre Fans auf Entzug.

Drittens, bekennen Sie sich zu Deutschland. Das kommt gut an, bei Alt und Jung, bei Rechts und Links! Singen Sie: »Wir tanzen Polka, denn wir lieben Germany.«

Viertens, machen Sie unverhofft weiter wie zuvor, gehen Sie wieder auf Tour. Aber machen Sie deutlich, dass Sie es für die Benachteiligten dieser Welt tun. Ihr Publikum wird Sie mit anderen Augen betrachten, wenn ein Euro pro Konzertkarte an den Verein »Herzenswünsche« geht, der sich um kranke Kinder kümmert. Und Ihre Hannelore wird stolz auf Sie sein und das bei Bedarf vor allen Leuten sagen.

Schließlich, fünftens, suchen Sie sich starke Kooperationspartner. No time for losers! 99 Prozent der Deutschen kennen Heino, 100 Prozent kennen Lidl. Also lassen Sie Lidl für sich werben, und werben Sie für Lidl. Eine schlichte Website mit allen nötigen Fakten ist schnell eingerichtet ([heino-bei-lidl.de](http://heino-bei-lidl.de)), und die Karten sind bald an der Kasse erhältlich.

Viel Erfolg!

regina stötzel