

KEP und Comedy

KEP Lounge: Zur zehnten Ausgabe der Veranstaltung kam Matthias Brodowy. Der Entertainer hat die Gäste in Hannover bestens unterhalten.

Er ist ein Kind der 70er und stammt aus einer Einzelhandelsfamilie. Der Comedian Matthias Brodowy sei deshalb auch kein Onlineshopper, sondern eher altmodisch im Bezug aufs Einkaufen. Der Vertreter für gehobenen Blödsinn, wie er sich selbst nennt, liebt es, in stationären Läden zu stöbern und sich mit den Verkäufern zu unterhalten. Er ist sicher, vor der Einladung in die KEP Lounge noch nie mit der Branche in Kontakt gekommen zu sein. Das stimmt natürlich nicht. Denn schon häufig hat er die Pakete seiner Frau mit online bestellten Artikeln an der Haustüre angenommen. Ach ja, seine eigenen CDs vertreibt er ausschließlich über das Internet und die KEP-Branche profitiert bekanntermaßen von E-Commerce. Doch nicht deshalb haben ihn die Veranstalter der KEP Lounge eingeladen. Er sollte die Gäste zur zehnten Ausgabe feierlich unterhalten.

Die KEP Lounge ist ein Business-Format, das zum persön-

lichen Austausch über KEP und Logistik verbunden mit anderen Themen einlädt. Initiatoren der Veranstaltung sind Pralle Logistik, Logiline, beide aus Langenhagen, und Citipost in

Hannover. Die drei Firmenchefs haben die KEP Lounge 2010 ins Leben gerufen, nachdem sie zuvor viele Veranstaltungen im Logistikbereich besucht hatten. »Wir haben uns immer

wieder gefragt, wo der Nutzen dabei ist«, sagt Andreas Pralle, Geschäftsführer von Pralle Logistik. Sie waren überzeugt, dass sie als Mittelständler in der Lage seien, ein eigenes und besseres Format zu entwickeln. »So ist die KEP Lounge entstanden«, fügt er hinzu.

Es sollte keine Frontalveranstaltung werden. Eingeladen werden jeweils bis zu 35 Gäste sowie ein prominenter Ehrengast. Der wird in lockerer Atmosphäre zu persönlichen, aber auch zu logistischen Themen befragt. Die übrigen Gäste

werden in das Gespräch einbezogen und dürfen sich mit Fragen oder Kommentaren einmischen.

Dass dort drei Unternehmen aus der Branche gemeinsam tätig sind, nützt nicht nur den Gästen, die die Gelegenheit haben, Kontakte zu knüpfen oder Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Die drei Partner profitieren gleichermaßen von gestärkten Kundenbeziehungen. »Gleichzeitig nehmen wir viel Neues auf, das wir in unseren Unternehmen einbringen können«, sagt Pralle. Es geht im Kern auch darum, auf Probleme in der Logistik wie Fachkräftemangel oder schlechte Preise aufmerksam zu machen und die Gäste, die aus Handel, Dienstleistung und Produktion kommen, zu sensibilisieren.

Pralle, Logiline und Citipost haben jeweils unterschiedliche Kernkompetenzen und treten daher nicht in Wettbewerb zueinander. Im Einzelfall ergeben sich aus den Gesprächen mit den teilnehmenden Gästen ergänzende Leistungsanfragen, die eines der drei Unternehmen zusätzlich umsetzen könnte. So sei auch jeder Euro für die KEP Lounge mehr als gut angelegt, sind die Initiatoren überzeugt. Außerdem helfe die gute Stimmung das Geschäftsleben, wo es mitunter recht ruppig zugeht, ein wenig aufzulockern.

Nicole de Jong



Foto: de Jong

Matthias Brodowy gibt Schoten aus seinem Programm »Bis es euch gefällt« zum Besten.