



„Mit Feuer und für die Dialogmethode begeistern“

Professor Siegfried Vögele als pontifex maximus des Direktmarketing geehrt

Laudatio von Friedhelm Lammoth

Werbeagentur Lammoth Mailkonzept
Ehrenpräsident Deutscher Direktmarketing Verband

*Verabschiedung von Professor Vögele
durch die Deutsche Post in einem Festakt im Gästehaus
der Deutschen Bundesregierung in Bonn-Bad Godesberg*

Es ist kein Zufall, dass wir uns heute an historischer Stätte befinden:

Im Gästehaus der Deutschen Bundesregierung auf dem Petersberg in Bad Godesberg, wo schon Queen Elizabeth II zu Gast war und sich Michail Gorbatschow, Kaiser Haile Selassie, Charles de Gaulle und Bill Clinton Türen in die Hand gegeben haben. Wo Tatorte gedreht und Michael und Corinna Schumacher getraut wurden.

Denn der Mann, meine Damen und Herren, dem wir heute hier unsere Referenz erweisen, ist kein normaler Sterblicher der Branche, sondern ein Überirdischer.

Der pontifex maximus des Direktmarketing. Der Mann, der die Sprachlosigkeit zwischen Wissenschaft und Werbung überwunden hat. Der Erfinder der Dialogmethode. Der Mann, der uns den aufrechten Gang beigebracht hat, als Direktmarketing noch Second-Hand-Werbung war und die Gelbe Post ähnlich sanierungsbedürftig, wie die Deutsche Fussball-Nationalmannschaft am 20. Juni 2000 nach dem 0:3 gegen Portugal bei der Europameisterschaft.

Ich spreche von Siegfried Vögele, den ich 1980 in Montreux kennen gelernt habe.

Damals war er schon etwas. Und ich selbst noch so gut wie nichts. Nie werde ich den Kenntnisreichtum vergessen, mit dem Siegfried Vögele unser erstes Gespräch führte. Nie die Qualität der Leidenschaft, mit der er sich für das Direktmarketing begeisterte.

Denn Siegfried Vögele ist Direktmarketer mit Feuer und Flamme. Mit Glanz in den Augen. Mit feu sacré und der Begabung, andere anzustecken und unter Strom zu setzen. Und wir können von Glück sagen, dass es in diesem verzagten, weinerlichen und zutiefst pessimistischen Land Der Buchhalter, Juristen und Bedenkenträger einen Siegfried Vögele gibt. Einen Mann, der dem Deutschen Direktmarketing nicht nur zwischen Konstanz und Hoyerswerda, sondern im Weltvergleich. Rang und Namen verschafft hat.

Die Signale, die von Siegfried Vögele ausgehen, haben ein gewaltiges Echo ausgelöst. Er hat für das Direktmarketing ein Klima geschaffen, das aussergewöhnlich und nachhaltig ist. Wo immer Sie auf der Welt sind: überall werden Sie auf Siegfried Vögele angesprochen. Denn er hat auf den

grossen Bühnen des Direktmarketing zwei, drei Jahrzehnte lang die Partitur bestimmt und den Ton angegeben. Zuerst in Montreux. Dann an der DIMA. Hat als Begründer des Fachstudiums an der Bayerischen Akademie der Werbung die Disziplin Direktmarketing vom Bauchladen-Image befreit und für Lehre und Forschung hoffähig gemacht

Hat in 25 Jahren über hunderttausend Studenten und Praktiker ausgebildet und der Jugend demonstriert, wie cool Direktmarketing ist. Hat mit seinen Seminaren dazu beigetragen, dass sich die Deutsche Post von der Behörde zum Kompetenzzentrum für Direktmarketing wandelt.

Hat nie die Bodenhaftung zum Verkaufsgespräch mit Brief und Antwortkarte verloren und trotzdem immer über den Tellerrand hinausgedacht. Schon von virtuellen Märkten gesprochen, als die meisten von uns Dotcoms noch für alternative Eskimo-Behausungen und Marshall MacLuhan für eine der Paraderollen von John Wayn hielten.

Hat uns mit seiner Augenkamera hinters Licht geführt und bewiesen, wie wirksam die Parameter erfolgreicher Dialog-Kommunikation sind: Filter, Verstärker, unausgesprochene Konsumentenfragen, kleine und grosse Ja's

Durch ihn haben wir erst gemerkt, dass Max Mustermann unbekannt verzogen ist, weil der Konsument heute multioptional geworden ist. Und er hat uns schon lange vor Kottler gesagt, dass der Zweck des Marketing nicht die Loyalität des Kunden ist, sondern Geld zu machen.

Mit Professor Siegfried Vögele ehren wie einen der grossen Männer der Branche, der in einer Reihe mit meinem leider früh verstorbenen Lehrmeister Alfred Gerardi steht.

Die Lebensleistung dieser Generation besteht darin, dass sie sich nicht auf alte Ideen und Systeme stützen konnte, sondern in den sechziger, siebziger Jahren mit dem Dialog per Brief und Antwortkarte wirklich einen neuen Anfang machte, dessen Wirkung geblieben ist.

Denn Vögeles Dialogmethode war die früheste, die radikalste, die revolutionärste, für die klassische Werbung gotteslästerlichste Idee, die an nichts anknüpfte, was es vorher gab.

Vögele erschütterte die herrschende Ordnung seiner Zeit – in dem er die Zielgruppe auf den Einzelnen reduzierte. Indem er uns beibrachte, dass

König Kunde keine statistische Grösse ist, sondern ein Mensch aus Fleisch und Blut. Mit einem Namen. Mit Wünschen, Sehnsüchten, Träumen.

Er hat uns für das Direktmarketing begeistert, indem er uns vorgeführt hat, wie gute Ideen und starke Geschichten gleichzeitig verführen und verkaufen. Wie sie den Kunden zu einer Handlung bewegen, von der er Sekunden vorher nicht einmal geträumt hat.

Und er hat uns mit seiner Dialogmethode gezeigt, dass wir die Zukunft der Kommunikation nicht den Kapuzinern in der Einsamkeit ihrer Bergklöster überlassen dürfen, sondern wie die Franziskaner durch die Strassen ziehen mit den Menschen sprechen, ihnen zuhören, zu ihren Bedürfnissen vordringen und sie dort hinführen müssen, wo sie hinwollen, bevor es ihnen selbst bewusst wird.

Meine Damen und Herren: Vom Prediger im alten Testament wissen wir, dass es Menschen gibt, denen Gott gut gesonnen ist.

Mit Ihnen, Siegfried Vögele, hat er es oft besonders gut gemeint. Alle mussten ihr Leben lang mit Wasser kochen. Nur Ihnen hat der Herr offenbar Weihwasser zum Kochen gegeben

Er hat Ihren Namen in vieler Herren Länder verkündet. Er hat Ihnen die Kraft gegeben, ohne Seilschaften Gipfel zu stürmen und als Einzelkämpfer „lonely at the top“ zu bleiben **Er hat Ihnen Visionen eingegeben und geholfen, viele zu verwirklichen.** Er hat Ihnen Weisheiten souffliert, die Sie uns in Ihren Büchern hinter die Ohren geschrieben haben.

Er hat den eher mittelmässigen Abiturienten und verhinderten Wirtschafts-Ingenieur Vögele zum Professor und Ehrensensator gemacht. Er hat Ihr Lebenswerk in alle Winde getragen und die Jugend unserer Branche in Ihre Fußstapfen gestellt. Er hat Ihnen Humor geschenkt – und die Fähigkeit über sich selbst zu lachen und überall herumzuerzählen --- dass sie ihr Handicap 26 dem Vorteil einer idealtypisch vorgeneigten Golferfigur verdanken. Und er hat ihnen zu guter Letzt noch den Vorzugsplatz hoch auf dem gelben Wagen der Deutschen Post eingeräumt.

Von Ihnen über hunderttausend Jüngern, lieber Siegfried Vögele, werden wir noch viel Gutes hören. Und erst recht vom Lehrmeister, der sich noch lange nicht auf der Lebensbank ausstrecken wird, um mit der Gelassenheit eines Zen-Mönchs in die Abendröte der Erinnerungen zu epibrieren.

Dazu hat er viel zu viel Temperament. Noch viel zu viel zu sagen. Noch viele Weisheiten ohne Verfallsdatum auf Lager. Und ich traue ihm durchaus zu, dass er heute noch jeden morgen nach dem Aufstehen als erstes die Erkennungsmelodie des neuen Jahrtausends pfeift.

Ich bin mir deshalb so sicher, weil ich einen erhellenden Traum hatte. Dabei sah ich – wie ein Vertreter der spanischen und der französischen Post über die Zukunft des Direktmarketing in Europa diskutierten.

Weil sie nicht weiterkamen, suchten sie bei den deutschen Kollegen Rat. Dort verwies man sie an einen weisen Mann, den Guru des Direktmarketing.

Wo man den finde, wollte der Spanier wissen. Auf dem Dach der Welt, dem Himalaya, wurden sie beschieden.

Also machten sich die beiden auf zum Himalaya. Hier angekommen, liess der Franzose dem Spanier den Vortritt. Nach drei langen Stunden kann der Spanier erschöpft wieder zum Vorschein.

„Und was haben Sie erfahren?“ fragte der Franzose voller Spannung. Ich habe nichts verstanden, sagte der Spanier. Er hat deutsch gesprochen.

Meine Damen und Herren: Ehren Sie mit mir Professor Siegfried Vögele als Deutschlands grossen Botschafter des Direktmarketing. Als Lehrer einer ganzen Generation. Und als Lenker des gelben Wagens mit standing ovation.

