

WOLFGANG BLUMBERG

VICE PRESIDENT
PEPSI-COLA INTERNATIONAL
CENTRAL EUROPEAN REGION

6050 OFFENBACH AM MAIN

KAISERLEISTRASSE 43
TELEFON: 069-8096201

Liebe Teilnehmer des 1. Marketing-Symposiums
Frankfurt-Leipzig,

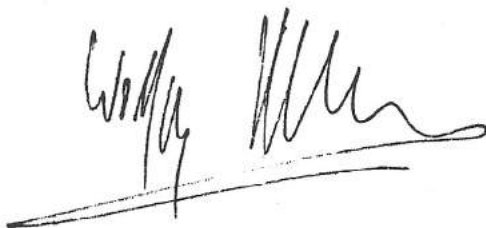
zunächst ein Kompliment für die Initiatoren dieser
Veranstaltung, die angehenden Managern Hilfestellung
und Orientierung in einem bis dato noch fremden
Marktszenario geben möchten.

Theoretische Marktansätze als eine wissenschaftliche
Grundlage bei der Bewertung unternehmerischer Ent-
scheidungen sind heute sicher unabdingbar, sie können
jedoch nur ein Entscheidungsparameter neben anderen
sein.

In einem äußerst kompetitiven Szenario, in dem unser
Unternehmen seine Marketingstrategie durchsetzen muß,
steht "fast-moving, risk-oriented management" im
Vordergrund, zu Lasten theoretischer Plausibilitäten.
Da heutzutage im Segment der Massenkonsumgüter nur noch
äußerst selten bahnbrechende technologische Neuerungen
den erforderlichen Wettbewerbsvorteil garantieren,
kommt es viel-mehr darauf an, den zeitlichen Vorsprung
bei der Wahrnehmung von Verbrauchertrends gegenüber dem
Wettbewerber zu sichern. "Don't keep the customers
waiting!", kein theoretischer, aber ein in der Praxis
sehr erfolgreicher Grundsatz.

Warum Pepsi erfolgreich ist, begründet sich darin, daß
Marketing bei uns mehr ist als nur eine Wissenschaft.
Marketing praktizieren bedeutet auch, den eigenen
Instinkt, das "good feeling" zu gebrauchen, wenn eine
schnelle Entscheidung die bessere Alternative ist.

Verlieren Sie als angehender Manager nicht die
kritische Distanz gegenüber der so einprägsamen Logik
mathematischer Modelle. Bewahren Sie Ihren Mut zum
Unkonventionellen, dann haben Sie gute Chancen, die
Faszination zu erleben, ein erfolgreicher Manager zu
sein.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Wolfgang Blumberg', with a long horizontal line extending from the end of the signature.

ZENTRALAUSSCHUSS DER WERBEWIRTSCHAFT E. V.
POSTFACH 20 14 14 VILlichGASSE 17 5300 BONN 2
TELEFON (02 28) 8 20 92-0 DURCHW. (02 28) 8 20 92
TELEX 885 608 · TELEFAX (02 28) 35 75 83



Grußwort für das 1. Marketing-Symposium Frankfurt Leipzig

Die DDR ist kein Entwicklungsland, sondern eine Industriegesellschaft, die durch ein verfehltes System an ihrer Entwicklung gehindert worden ist.

Was hat das mit Werbung zu tun? Werbung findet nicht im keimfreien Raum statt. Sie steht in der Kausal-Kette, wie sie jetzt in der DDR aufgebaut wird: Demokratie - Marktwirtschaft - Wettbewerb und Werbung

Marktwirtschaft ist das zweitbeste System. Denn das beste kennen wir nicht. Viele halten schon das Wort Marktwirtschaft allein (fälschlicherweise) für eine Art Zauberformel. Man darf sich aber keinen Wunschträumen hingeben. Denn je höher das Sozialprodukt ist, desto härter muß es erarbeitet werden. Und desto moderner muß auch ein Produktionsapparat unter Einschluß der Dienstleistungen und des Marketing sein.

Zum Marketing gehören alle geschäftlichen Maßnahmen und Tätigkeiten, die den Fluß der Waren und Dienstleistungen vom Hersteller zum Konsumenten und Verwender regeln. Ein wichtiges Arbeitsfeld des Marketing ist die Kommunikationspolitik eines Unternehmens. Zu diesem Aktionsbereich zählt in der marktorientierten Arbeit einer Firma die Werbung.

Das Wesen der Werbung ist Freiheit. So steht es im Gründungsprotokoll des bundesdeutschen Dachverbandes ZAW (Zentralausschuß der Werbewirtschaft). Wir wollen in Deutschland von morgen keine Erziehungsdiktatur, keine Herrschaft der Funktionäre oder Bürokraten. Wir wollen und brauchen den selbstbestimmten und nicht den fremdbestimmten Bürger als Verbraucher. Mündig ist, wer selber denkt. Da braucht es keine geistige Volksfront. Und das gilt ebenso für die Wirtschaft.

Gewiß, auch für DDR-Bürger ist der Weg in die Vereinigung und in die Marktwirtschaft ein Schritt ins Ungewisse. Die einen erwarten ein Paradies, in dem Milch und Honig von selbst fließen, die anderen eine Art Fegefeuer, in dem sich der Absturz in die Hölle alleine durch unentwegte Höchstleistungen vermeiden läßt. Beides ist falsch.

Alles was kommt und kommen kann, ist besser als das, was war. Und trotz aller Gefahren, die auf dem Weg zu staatlichen Einheit lauern, bleibt doch das einzige, was wir wirklich zu fürchten haben, politischer Kleinmut.

Das beste, was uns allen miteinander passieren kann, ist der intensive Dialog zwischen der heranwachsenden Generation. Denn je rascher die Sprachprobleme auf beiden Seiten eingeebnet werden, desto sicherer wird die Zukunft. Das 1. Marketing-Symposium Frankfurt-Leipzig ist eine Initiative auf der Suche nach gemeinsamer Sprache und gemeinsamer Denkweise im Rahmen demokratischer Vielfalt.

Bei dem harten Stück Arbeit, das wir alle miteinander vor uns haben, wünsche ich uns politische Weitsicht, tagespolitischen Mut und nicht nachlassende Initiative - im Interesse unserer Freiheit.

Mit freundlichen Grüßen

Volker Nickel

Volker Nickel, Sprecher des bundesdeutschen Dachverbandes ZAW (Zentralausschuß der Werbewirtschaft) und Geschäftsführer der Vereinigung für Öffentlichkeitsarbeit (VfÖ).



März 1990

"Das Wort wird im Munde alt" - so charakterisierte erst kürzlich ein Teilnehmer eines Media-Symposiums in Dresden den Versuch, die derzeitige deutsch/deutsche Situation schildern zu wollen.

Er hat, so meine ich, damit den atemberaubenden Prozeß, in dem wir uns alle befinden, treffend beschrieben.

Sie, die Studenten aus Leipzig und Frankfurt, zusammen mit Ihren Lehrern, haben sich durch den Dialog zwischen Ost und West entschieden, an dieser Entwicklung aktiv teilzunehmen und nicht nur Zaungast zu sein.

Die Initiatoren und Teilnehmer dieses Forums verdienen deshalb unsere Bewunderung und Unterstützung. Denn nur der Austausch von Gedanken und das persönliche Gespräch kann am Ende dieses Prozesses zu einem erfolgreichen und harmonischen Miteinander führen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen im Namen des Gesamtverbandes Werbeagenturen und auch ganz persönlich als geborener Leipziger und ehemaliger Student der Johann Wolfgang Goethe Universität gute Gespräche und einen erfolgreichen Verlauf des 1. Marketing Symposiums Frankfurt/Leipzig.

Mit herzlichen Grüßen

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Lange'.

Der Präsident Hans J. Lange

Gesamtverband
Werbeagenturen GWA e.V.
Friedensstraße 11
6000 Frankfurt/Main
Telefon: 0 69 / 25 60 08-0
Telefax: 0 69 / 23 68 83



April 1990

Grenzüberschreitendes Marketing
- Grundlage für Wandel und Annäherung -

Liebe Kommilitonen,

niemand von uns hat vor fünf Monaten mit der inzwischen vehement vollzogenen politischen Reform und der daraus resultierenden wirtschaftspolitischen Neuorientierung gerechnet.

Wir freuen uns mit Ihnen über diesen Wandel und wollen nach Kräften dazu beitragen, die Reaktivierung durch unternehmerische Initiativen und Wissenstransfer zu fördern.

Der Begriff der Freiheit ist von dem Wunsch nach Wohlstand nicht zu trennen. Das ist verständlich. Der Aufbau einer funktionierenden Marktwirtschaft muß deshalb im Mittelpunkt der Umgestaltung stehen.

Damit Marktwirtschaft gelingt, ist marktbezogenes Managementwissen unerläßliche Voraussetzung. Was in der ganzen westlichen Welt als Denkansatz der Unternehmensführungen zu den zentralen Erfolgsfaktoren gehört, wird künftig auch zum Rüstzeug des Managements in Ihrem Teil Deutschlands zählen müssen.

Es gilt daher vordringlich, das Marketing-Denken und die Praxis des Marketing auch in der DDR heimisch zu machen.

In diesem Sinne begrüße ich das geplante Erste Marketing-Symposium Frankfurt-Leipzig mit Basisvorträgen, Podiumsdiskussion und Werbevorführung.

"Nur Ausbildung ist gefragt" - dieses Motto der Initiatoren kann nur voll unterstützt werden.

Anstöße müssen von allen Beteiligten kommen. Ihre persönliche Bereitschaft, Neues aufzunehmen und in die Praxis umzusetzen, ist unabdingbare Voraussetzung dafür, daß sich die von Ihnen und Ihren Mitbürgern erkämpfte Freiheit schon bald auch mit wirtschaftlichem Wohlstand verbinden wird.

Unter dieser Zielsetzung wünsche ich der Veranstaltung als wichtigem Schritt in eine gemeinsame bessere Zukunft ein gutes Gelingen!

H.-J. von Schön-Angerer
Präsident des Marketing Club Frankfurt