

Am 2. November feierte Siegfried Vögele seinen 80. Geburtstag

Heute schon epibriert?

Wenn Siegfried Vögele – klein, gebeugt, mit strahlendem Lächeln und wehen dem weißen Haar – an ein Rednerpult tritt, sitzen seine Zuhörer wenig später mit offenem Mund auf der Stuhlkante und lauschen. Wenn Vögele spricht, spielt keiner mit dem Handy. Und wenn sein Vortrag zu Ende ist, sind Standing Ovations an der Tagesordnung. Keine Frage: Der Mann ist ein Menschenfänger. Wer ihn je in einem seiner Seminare erlebt hat, vergisst das nicht und weiß noch Jahrzehnte später, wo und wann das war. Charismatisch, eloquent und stets mit einer guten Portion Humor versehen, hat er über Jahrzehnte Generationen von Marketern die von ihm entwickelte Dialog-Methode nahegebracht.

Jürgen Hesse, Sprecher des wissenschaftlichen Direktoriums des Siegfried-Vögele-Instituts (SVI) in Königstein im Taunus, erzählt: „Professor Vögele ist eine große Persönlichkeit der Nachkriegswirtschaftsgeschichte. Seine Ausgangsidee war ausgesprochen praxisorientiert: Er übertrug das mündliche Verkaufsgespräch – das die teuerste Form der Verkaufskommunikation überhaupt ist – in ein schriftliches Verkaufsgespräch, den Werbebrief, und integrierte dabei die Grundlagen der Verkaufspsychologie.“

Die Dialogmethode war ursprünglich nicht wissenschaftlich fundiert, sondern basierte allein auf gesundem Menschenverstand und praktischer Erfahrung. Vögele und der Marketingprofessor Werner Kroeber-Riel waren in den 70er Jahren aber die ersten, die mit der Blickverlaufsforschung arbeiteten. „Die Ergebnisse der Forschung stützten die Hypothesen von Vögele“, erklärt Hesse.

Siegfried Vögele, in Karlsruhe geboren, lernte das Verkaufen nach seinem Abi-

tur von der Pike auf. Erst nachdem er einige Jahre als Vertriebsleiter und -trainer in München gearbeitet hatte, begann er 1966 sein Studium „Werbung“ am Werbewissenschaftlichen Institut München (heute Bayerische Akademie für Werbung und Marketing, BAW), das er als Werbeassistent mit Schwerpunkt Direktwerbung abschloss.

In den 70er Jahren entwickelte er seine Dialog-Methode, die sich damit auseinandersetzt, wie ein Mailing konzipiert und gestaltet sein muss, um bei den Empfängern gut anzukommen. „Vögeles Verdienst besteht darin, die menschliche Wahrnehmung in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt zu haben. Er hat konsequent vom Konsumenten her gedacht und daraus die empfangergerechte Gestaltung abgeleitet“, sagt Klaus Wilsberg, Vice President Training & Management Center beim SVI.

Die Dialog-Methode trat rasch ihren Siegeszug an. Der Klassiker unter seinen Büchern – „Das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte“ – war ein Bestseller und wurde in fünf Sprachen übersetzt. Millionen Mailings wurden und werden nach den Regeln der Dialogmethode konzipiert.



Siegfried Vögele, der Erfinder der Dialog-Methode, hat konsequent vom Konsumenten her gedacht.

„Vögele hat zwei Begriffe geprägt, die heute noch top-aktuell sind und inzwischen auch vom Neuromarketing bestätigt werden: der ‚erste Eindruck‘ und die ‚unausgesprochenen Leserfragen‘“, sagt Karl Peter Fischer, Professor für Markt- und Werbepsychologie und Geschäftsführer der 4M Werbeagentur in München. Danach muss ein Werbebrief alle Fragen, die ein Leser in einem persönlichen Verkaufsgespräch stellen würde, beantworten und den Kundennutzen herausstellen. Das macht Mühe und erfordert eine gute Zielgruppenkenntnis. Fischer: „Vögeles Grundregel ist für mich ein Leitstern. Egal, welches Medium ich bespiele, muss ich überlegen: Welchen Nutzen hat der Kunde und welche Fragen wird er stellen?“

Die kunden- statt produktorientierte Herangehensweise war revolutionär. Vögele konnte sich vor Seminaranfragen kaum retten. 1986 erhielt er anlässlich des 1000. Siegfried-Vögele-Seminars den 1. Internationalen Direktmarketing-Award auf dem Montreux-Symposium. Seit 1975 ist er als Fachdozent an seiner alten Ausbildungsstätte BAW aktiv, 1987 begründete er dort das erste deutsche Fachstudium Direktmarketing. Er lehrte an den Universitäten München und Wien. Der österreichische Bundespräsident verlieh ihm 1989 den Titel „Professor“. 1994 zeichnete ihn der Rektor der Uni München mit der Würde des „Ehrensensors“ für seine Verdienste in Forschung und Lehre aus. Der Dialog Marketing Verband Österreich berief ihn im selben Jahr in seine Hall of Fame, der Deutsche Dialogmarketing Verband folgte im Jahr 2000 mit der Berufung Vögeles in die erste Hall of Fame des DDV.

Vögele ist Ehrenmitglied des BAW-Präsidiums. Ab und an hält er noch Vorlesungen, die von den Studenten bis heute als Highlight betrachtet werden, wie BAW-Präsident Heinrich Pöhlein berichtet. Er sagt: „Professor Vögele ist ein langjähriger, hochgeschätzter Freund, ein Juwel der BAW. Er hat, als Guru des Direktmarketings, die BAW entscheidend mitgeprägt und ist für uns bis heute einer der kompetentesten Mitstreiter in der Bewältigung strategischer Entwicklungen.“ Hesse ergänzt: „Siegfried Vögele ist ein extrem aufmerksamer Zuhörer von großer Sensibilität. Als Badenser ist er sehr charmant. Er ist eine Persönlichkeit im Sinne eines Originals. Wo immer er Vorträge hält, gibt es Standing Ovations. Alle lieben ihn.“



Seit 1998 werden alle Professor-Vögele-Seminare exklusiv von der Deutschen Post durchgeführt. Der Konzern hat 2002 das SVI gegründet und damit einen Grundstein für Dialogforschung und Dialoglehre in Deutschland gelegt. Rund 15.000 Teilnehmer haben seither die Vögele-Seminare besucht, gut drei Dutzend Fachdozenten hat das SVI für diese Seminare ausgebildet.

Deutsche-Post-Vorstand Jürgen Gerdes sagt: „Mit seinen 80 Jahren ist der Altmeister nach wie vor auf der Höhe der Zeit. Die Idee hinter seiner Innovation ‚Per Brief und Antwortkarte‘ wird heute von allen Dialogmedien verwendet und seine Philosophie wird mit dem Siegfried Vögele Institut der Deutschen Post zu-

gunsten der gesamten Werbebranche fortgeführt.“ Dass Vögeles Methode nicht an Gültigkeit verloren hat, wurde erst unlängst bewiesen: 14 Forscher überprüften zwei Jahre lang, inwieweit sich ihre Erkenntnisse auf digitale Dialogmedien übertragen lassen. Ergebnis: Sehr gut – sie gelten auch für die Online-Welt.

Ernst M. Benner, Vögele-Schüler, BAW-Kollege und Geschäftsführer der Agentur Benner & Partner in München, würdigt seinen Lehrer so: „Das kreativste und innovativste crossmediale Multichannel-Dialogkonzept an via ausgefeiltester Scoringmodelle definierten Zielgruppen mittels Einsatz von State-of-the-Art-Technik und Multimillionenbudget funktioniert nicht ohne die Dialogmethode, die uns Professor Vögele über Jahrzehnte beigebracht hat, und die er auch jetzt immer noch im Zeitalter der neuen Me-

dien adäquat erweitert. Seine Lehre ist das Maß der Dinge, denn er führt uns immer wieder auf den Kern: den Menschen, seine Verhaltens-, Selektions- und Reaktionsweisen, die sich durch die über ewige Zeiten unveränderlichen Eigenschaften des menschlichen Gehirns als stabil und berechenbar erweisen. Der Dank an Professor Vögele zu seinem Geburtstag kann kein Dank der Dialogbranche allein sein, es ist der Dank der gesamten Branche der Medien, der Kommunikation und des Marketings.“ In diesem Sinne: Alles Gute und herzlichen Glückwunsch, Professor Vögele!

PS

Ein PS, das wissen wir dank der Dialogmethode, wird immer gelesen. Drum noch ein Wörtchen zum Thema „Epibrieren“. Siegfried Vögeles Geschichte vom Epibrieren war jahrzehntelang ein Renner in seinen Seminaren. Das Wort ist eine Erfindung des Professors, der damit gern Wahrnehmung und Reaktion der Menschen veranschaulichte. Fragen Sie einen Kellner oder Gastgeber diskret „Sagen Sie, wo kann ich denn hier mal epibrieren?“, wird er Ihnen mit höchster Wahrscheinlichkeit den Weg zum WC weisen. Es kommt eben nicht nur darauf an, was man sagt, sondern auch darauf, wie man es sagt.

VERA HERMES

