

„Wenn ich 60 000 Mark hätte ...“

Zwei, die dabei waren, berichten: Harry Damrow, der erste Vorsitzende, und Günther Schmidtke, der erste Schulleiter.



Ein Mann der ersten Stunde: Harry Damrow in seiner ersten Vorstandsperiode

Harry Damrow

Eine private Initiative ...

Frankfurt war in den fünfziger Jahren zum Werbezentrum der Bundesrepublik geworden. Aber im Gegensatz zu München und Hamburg, Köln und Hannover gab es hier für den Werbenachwuchs noch keine Ausbildungsstätte.

Im Herbst 1960 gingen deshalb einige Werbeleiter und Agenturchefs an die Gründung einer Werbefachschule. Sie sollte privat sein, nicht staatlich. Denn Staat bedeutet Abhängigkeit von politischen Parteien, Einwirkung der Kulturbürokratie auch auf den Lehrplan. Staatliche Stellen verstehen von Werbung wenig. Zwar sind sie oft guten Willens, aber in ihren Entscheidungen nicht so flexibel, wie es die sich schnell wandelnde Wirtschafts- und Werbepraxis verlangt.

Eine Privatschule hat allerdings auch einen Nachteil: Sie kann keine „Ersatzschule“ werden, weil es in Hessen überhaupt keine staatliche Werbefachschule gibt. So wurde die Frankfurter Schule eine „Ergänzungsschule“, und die hat keinen Anspruch auf finanzielle Unterstützung durch den Staat.

Von alledem wußten die Gründer, zumeist Mit-

glieder des BDW (heute Deutscher Kommunikationsverband BDW), anfangs überhaupt nichts. Das mußten sie erst lernen.

Das bestärkte sie in ihrem Entschluß, einen unabhängigen Weg zu gehen, und zwar in Form eines eingetragenen, von Beginn an der Gemeinnützigkeit verpflichteten Schulträgervereins.

Im Interesse der Praxisnähe dachten wir an eine berufsbegleitende Abendschule, die es nebenberuflichen Lehrkräften ermöglicht, ihr Wissen weiterzugeben. Für die ebenfalls berufstätigen Studierenden war das zugleich ein Test der Belastbarkeit.

Am 9. Februar 1961 wurde dieser Verein als „Hessische Werbefachschule e.V.“ gegründet.

In den engeren Vorstand wurden gewählt

Harry Damrow BDW als Vorsitzender, Curt Blasberg BDW als stellvertretender Vorsitzender, Rechtsanwalt und Notar Dr. Fritz Gloede als geschäftsführendes Vorstandsmitglied, und Dipl.-Kfm. Rudolf Fröhling BDW als Schatzmeister.

Curt Blasberg war Referent für Werbewesen beim VDMA, Verfasser des heute noch lesenswerten Buches „Industriewerbung nach Maß“ und vieler Fachaufsätze. Dr. Fritz Gloede, leider wie auch Blasberg vor Jahren verstorben, war uns nicht nur ein wertvoller Rechtsberater, sondern half uns auch beim Kontaktaufbau zu den



Es kann losgehen mit der „Werbefachschule“ – Eröffnungsfeier April 1963

Behörden und erwirkte bald eine zusätzliche staatliche Abschlußprüfung. (In Deutschland wird ein staatliches Zeugnis noch immer besonders geschätzt.)

Dem erweiterten Vorstand gehörten weitere acht namhafte Kollegen aus der Werbewirtschaft an.

Schon am 20. September 1961 hat die Mitgliederversammlung den Verein in „Fachschule für Werbung und Verkaufsförderung e.V.“ umbenannt.

Weshalb diese Umtaufe?

Die Fachwelt diskutierte damals lebhaft darüber, wie weit sich Werbeabteilungen und Pressestellen in ihren Aufgaben ähneln oder unterscheiden. Die Mehrzahl der zumeist vom Journalismus kommenden Leiter der Öffentlichkeitsarbeit bestanden auf einer scharfen Abgrenzung der PR von der Werbung und hatten 1957 als eigene Organisation die DPRG (Deutsche Public Relations Gesellschaft) gegründet. Demgegenüber vertrat der Vorstand des neuen Schulträgersvereins die Auffassung, daß Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit trotz ihrer im einzelnen verschiedenen Aufgaben ein gemeinsames Ziel haben: die Verständigung, den Dialog des Auftraggebers mit allen, die für das Erreichen des Unternehmenszieles wichtig sind. Schon im ersten Lehrplan wurden deshalb neben der Werbung auch Verkaufsförderung und PR berücksichtigt. Dahinter stand der uns damals noch nicht bekannte Begriff „Marketing-Kommunikation“, der sich erst einige Jahre später durchgesetzt hat. (Weshalb die Schule im Jahr 1970 noch einmal umbenannt worden ist in ihren heutigen Namen „Fachschule für Marketing-Kommunikation“.)

Doch zurück zu den wichtigsten Aufgaben des Gründungsvorstandes: die Verpflichtung eines geeigneten Schulleiters, das Gewinnen qualifizierter Dozenten und die Beschaffung von Unterrichts-räumen. (Wir träumten von einem eigenen Haus,

verkehrsgünstig gelegen und mit einigen Parkplätzen für Schulleiter und Dozenten. Junge Studierende waren damals noch nicht motorisiert.)

Das alles erforderte Geld, viel Geld. Mit den Beiträgen der Vereinsmitglieder, etwa je fünfzig Firmen und persönliche Mitglieder, war es nicht aufzubringen. Mit Studiengebühren konnte erst ab Aufnahme des Unterrichts gerechnet werden und voraussehbar würden sie für die dann anfallenden Kosten gebraucht werden.

Was tun?

Mit Hilfe einer Broschüre über die Ziele der geplanten Schule haben wir die Wirtschaft des Rhein-Main-Gebiets zur Zeichnung von „Bausteinen“ aufgerufen. Das Ergebnis hat nicht ermutigt. Bis Dezember 1962 sind nach meiner Erinnerung nur rund 75000 DM zusammengekommen. Für Kauf oder Anmieten eines Hauses reichte es nicht. Im Grunde war es damals so wie heute: Die Werbewirtschaft klagt über Mangel an ausgebildetem Nachwuchs, wirbt qualifizierte Mitarbeiter von Wettbewerbern ab, ist jedoch mit wenigen Ausnahmen nicht bereit, sich für die Lösung dieser Aufgabe finanziell zu engagieren.

Den Plan der Schulgründung wollten wir nicht aufgeben und suchten einen anderen Weg. Im Haus der DAG (Deutsche Angestellten-Gewerkschaft) in der Bockenheimer Landstraße fand sich ein Unterrichtsraum, der uns zur Verfügung gestellt wurde gegen mäßige Gebühr, und noch heute sei es anerkannt: ohne politische Auflagen. Später, als wir zwei Parallel-Lehrgänge begannen, erfolgte der Unterricht in der Bettina-Schule.

Die Schulleitung wollte Curt Blasberg übernehmen; er war auch didaktisch begabt. Doch schon vor Unterrichtsaufnahme stellte sich heraus, daß der Leiter einer Abendschule zeitlich so beansprucht wird, daß es ein im Hauptberuf ganztägig

Arbeitender nicht schaffen kann. Curt Blasberg fand in Günther Schmidtke einen „geschäftsführenden“ Schulleiter. Der hatte genügend Werbepaxis, auch mehrjährige Dozentenerfahrung an der Kölner Werbefachschule und war jetzt Geschäftsführer bei der Frankfurter Zentrale für Gasverwendung. Hier fühlte sich der 37jährige nicht ausgelastet. Mit ihm hatte der Vorstand einen guten Griff getan. An gutwilligen Dozenten mangelte es nicht. Trotz des niedrigen Honorars hatten sich für alle Fächer genügend Lehrkräfte zur Verfügung gestellt. Einige, um ihre Visitenkarte mit dem Zusatz „Dozent an der fwv“ schmücken zu können, die meisten aus Idealismus. Doch nicht jeder Dozent, der in seinem Beruf ein As sein mag, kann sein Wissen leichtverständlich weitergeben. Außerdem muß er in der Lage sein, auf unterschiedliche Begabungen und Charaktere einzugehen, er muß zum Dialog bereit sein, kurz: auch pädagogisches Talent besitzen. Nicht jeder Dozent vereint diese Eigenschaften, und die wichtigste Aufgabe des Schulleiters ist es daher, seine Dozenten richtig anzuleiten, sie zu beraten und Ungeeignete auszuwechseln.

Der Andrang junger Interessenten war stark, 190 hatten sich gemeldet. Wir hätten mit zwei Klassen beginnen können, wollten jedoch erst mit einer Erfahrung sammeln.

Am Donnerstag, dem 18. April 1963, haben wir den ersten Lehrgang mit 46 Studierenden eröffnet. Unter ihnen waren damals noch keine zehn Prozent Abiturienten und nur wenige junge Frauen. Ein Jahr später begannen wir mit zwei Parallelklassen.

Hier können nicht 25 Jahre der wechselvollen Schulgeschichte beschrieben werden.

Die Aufgaben des Vorstandes sind im Grunde bis heute die gleichen geblieben:

Einen tüchtigen Schulleiter zu verpflichten – jetzt ist es zum ersten Mal in der Geschichte vergleichbarer Ausbildungsstätten eine Schulleiterin, Frau Dr. Priemer. Da wir mittlerweile in jedem Lehrgang drei Parallelklassen haben mit mehr weiblichen Studierenden als männlichen, finde ich das besonders gut. Jede Schule braucht ein Sekretariat. Dem steht seit 22 Jahren Brigitte Bittner vor, immer ein verlässlicher Pol auch in hektischen Tagen.

Der Lehrplan wird ständig kritisch überprüft. Das Gewinnen von Dozenten für sechs Lehrgänge schafft sicherlich mehr Probleme als für zwei oder nur eine Klasse. Aber diese Aufgaben haben Vorstand und Schulleiterin gemeistert.

Was noch fehlt, heute wie vor fünfundzwanzig Jahren: das eigene Haus, gekauft oder in Erbpacht gemietet. Zur Erfüllung der anspruchsvollen Bezeichnung „Akademie“ eine Aufbaustufe. (Darüber kann man verschiedener Meinung sein.)

Und ein Nachrichtenblatt könnte die Kontaktpflege verbessern, auch als Brücke zu den über 1600 Absolventen.

Dem Vorstand wird es nie an Aufgaben fehlen. Daß er sie wie die bisherigen mit Erfolg löse, wünsche ich ihm im Namen vieler „Oldtimer“.

Zum guten Schluß ein wenig Statistik

Wie alt sind die Studierenden?

Wie ist ihr Bildungsstand?

Wo arbeiten sie und wieviele Frauen studieren an der Akademie?

Antworten geben die folgenden Tabellen

Altersstruktur der Studierenden (Angaben in Prozent)

Alter	1963	1973	1983	1988
unter 25 Jahre	22	62	57	58
25 - unter 30 Jahre	60	28	36	33
30 Jahre und älter	18	10	7	9

Bildungsstand der Studierenden (Angaben in Prozent)

Schulabschluß	1963	1973	1983	1988
Hauptschule	29		10	2
Mittlere Reife	54		32	20
Abitur	17		58	78

Tätigkeitsbereiche der Studierenden (Angaben in Prozent)

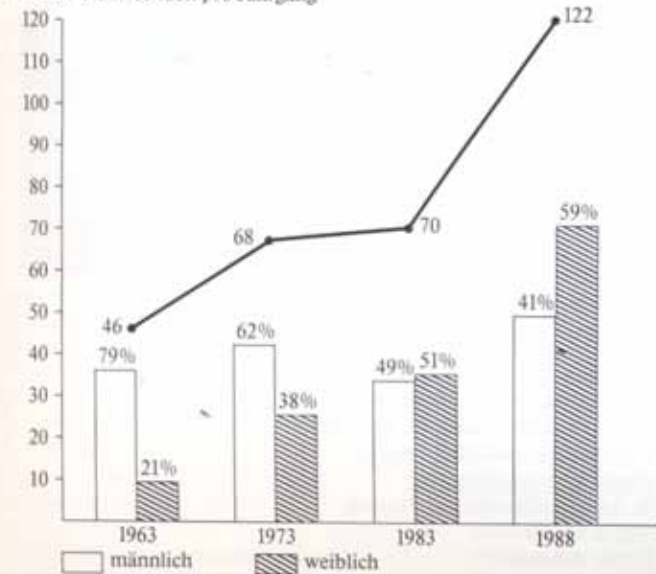
Tätigkeitsbereiche	1963	1973	1983	1988
Werbeagenturen incl. Marktforschung	37		50	51
Industrieunternehmen	26		23	28
Dienstleistung (Banken, Verlage, Touristik)	37		17	21

Anteil der Frauen und Männer (Angaben in Prozent)

Geschlecht	1963	1973	1983	1988
weiblich	21	38	51	59
männlich	79	62	49	41

Frauen und Männer an der Akademie für Marketing-Kommunikation

Zahl der Studierenden pro Jahrgang



Studium und Abschlüsse

Das Studium wird sehr ernst genommen. Immer mehr Studierende beenden das Begonnene auch.

Und immer mehr schließen ihr Studium mit der Staatsprüfung ab. Haben zwischen 1963 und 1980 nur knapp ein Viertel (23%) zusätzlich die Staatsprüfung abgelegt, so waren es zwischen 1980 und 1988 bereits vier Fünftel (79%). Studienplan und Prüfung gehen darauf ein.

Staatsprüfung immer stärker gefragt

Lehrgänge Zeitraum	Anfänger		Absolventen		Absolventen mit Staatsprüfung	
	absolut	absolut	in % zu Anfänger	absolut	in % zu Absolv.	
L1-L7 (1963-1968)	272	195	72	17	9	
L8-L21 (1968-1974)	533	399	75	101	25	
L22-L28 (1974-1980)	240	173	72	59	34	
L29-L40 (1980-1986)	493	394	80	249	63	
L41-L48 (1985-1989)	332	304	94	300	99	
L49-L51 (1988-1990)	129					
Status nach 25 Jahren	1.999	1.465 ⁺⁺		726 ⁺⁺		
L52-L54 (1989-1991)	135					

++) davon 75% nach 1980!

+) davon 50% nach 1980!

Der erste Vorstand 1963

Harry Damrow, Werbeleiter BDW, Vorsitzender, Farbwerke Hoechst AG, Frankfurt am Main-Hoechst

Curt Blasberg, Werbeberater BDW, Stellvertretender Vorsitzender

Dr. Fritz Gloede, Rechtsanwalt und Notar, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied

Fritz Huhle, Werbeberater BDW, Schatzmeister

H. E. Adolf, Werbeberater BDW, BAE-Werbung GmbH, Frankfurt am Main

Heinz Eul, Schriftgießerei D. Stempel AG, Frankfurt am Main

Rudolf Fröhling, Dipl.-Volkswirt, Werbeberater BDW, neufa-Werbung GmbH, Frankfurt am Main

Ernst W. Hoelzel, C.A. Nielsen Company, Frankfurt am Main

Erich Ibielski, VDI, Werbeleiter BDW, Allgemeine Elektrizitätsgesellschaft - AEG, Frankfurt am Main

Karl Kraus, Frankfurt am Main

Helmut Loeff, Frankfurt am Main

Heinrich Müntefering, Dipl.-Ing., Hartmann & Braun AG, Frankfurt am Main.

Statistik anlässlich 25 Jahre AKADEMIE