



Kedves Olvasó!

Rendhagyó bevezető megírására készülök – már nem is tudom, mióta. Húztam, halasztottam, de tovább nem várhatok vele. Gondjaink vannak, s ezeket most már Önökkel is meg kell osztanom. A lényegre térve: nekünk is árat kell emelnünk a jövő évtől, ez a lap fennmaradásának minimális feltétele. Mint a lap gazdálkodásáért is felelős szerkesztő, számítok egyetértő támogatásukra. Nem hiszem, hogy szakember olvasóinknak különösebben bizonygatnom kellene: miért is kell beállnunk a sorba. Ne is ezzel kezdjem...

1995-től, amióta a Janus Pannonius Tudományegyetemmel közösen szerkesztjük a lapot, megpróbáltuk erősíteni a szakmai bázist, s reméljük, olvasóink elégedettek a tartalommal. Kísérletet teszünk arra – s ennek első jelét éppen e számban láthatják –, hogy aktuális témákat feldolgozva többet nyújtsunk, melléklettel jelenjünk meg. Eközben csinósítjuk a küllemet: a borítólappal kezdtük, belül folytatnánk. Lennének ötleteink...

Csakhogy: Egyszer a ködös múltban feltalálták a pénzt, ma meg, a még ködösebb jelenben, a folyamatos áremelést. Mindeddig úgy tettem, mintha ilyesmi nem létezne – nem is tudom mióta változatlan a lap ára. A nyomda azonban nem karitatív szervezet. (A maga részéről így is minden segítséget megad azzal, hogy végtelenül türelmes, gondosan és határidőre szállítja

a soronkövetkező lapokat, holott számlái „sorban állnak”.)

A szerkesztőség már nem tudja szorosabbra húzni a nadrágszíjat. Egyszerűen azért nem – s ha már eddig eljutottam, egyszer végre leírom –, mert a világ legkisebb szerkesztőségének címére is pályázhatnánk akár. Egyetlen főállású szerkesztő és néhány segítőkész, jelképes honoráriumért dolgozó külső munkatárs állítja elő a lapot.

Szerzőink „honoráriumáró!” már ne is beszéljünk. Ők talán még az amerikai elnök éves béréért is írnának nekünk – ez, ha igaz, évi egyetlen dollár. Röviden: nem faraghatjuk tovább költségeinket!

S ezen a ponton rá kell jönnöm: azt csinálom, amit egyébként nem nagyon kedvelek! Nem szeretem ugyanis, ha a sajtó saját magával foglalkozik! Remélem, ez az írásom (ha nem is üdítő, de) kivétel marad. E hasábkot továbbra is a marketing szakmai kérdései számára tartjuk fenn, ha fenntarthatjuk. Olvasóink/előfizetőink támogatása ennek szükséges, de nem elégséges feltétele. Magunk is mindent megteszünk, hogy a lap pénzügyi gondjait enyhítsük, netán megoldjuk.

Optimizmusom jele, hogy végül, de nyilvánvalóan nem utolsó sorban, Szerzőinkhez fordulok. Kérem tőlük, hogy írásaikat gyakorlati példákkal fűszerezzék, ezzel is segítve a nagyobb olvasótábor megnyerését. Sokéves kutatói tapasztalatomra merek hivatkozni, amikor jelzem: a kevesebb többet ér, ha az írás csak a hasznosítható lényegre koncentrálnak. Legyen kevesebb lábjegyzet és még kevesebb szakirodalmi hivatkozás. „Olvasópéldákra” van szükségünk, amelyek arra mutatnak rá, hogy adott piaci szituációkra hogyan reagáljon egy-egy vállalkozás vezetője, azaz a MARKETING & Menedzsment Olvasója. Mit tettek hasonló helyzetekben más szakemberek és milyen sikerrel? Hogyan alakítják cégük sorsát? Erről szóljanak az írások.

Az olvasók, a cikkírók és a szerkesztők összefogásával – bízom benne – nem maradhat el az eredmény sem: 1996-ban is megjelenhet a lap.

*Lambert*