

# Ernest Kulhavy

## Plauderei mit rüstigem Marketingpapst

Als er in Wien das Studium Welthandel begann, schrieb man das Jahr 1947. Die Oper lag in Trümmern und um Marketing kümmerte sich noch niemand. Das änderte sich, als Professor Ernest Kulhavy in Linz das Institut für Internationales Marketing gründete und der Disziplin den Stellenwert gab, den Marketing auch heute noch hat.

Porträt von **Suzanne Sudermann**

**D**er Fotograf bittet ihn, fürs Shooting eine Treppe hinauf zu steigen – für Kulhavy ist das kein Problem. Zum Gespräch kommt er ohne Stock, die Stufen nimmt er ziemlich locker. Immerhin wurde der Mann im Dezember 90 Jahre alt, und zwar genau am 24. „Ein Christkind“, werden seine Eltern gesagt haben. Ein glückliches Christkind ist es geworden – bis ins hohe Alter. „Ich habe so viel Glück gehabt“, sagt er zurückblickend sehr dankbar.

### Die Welt entdecken

Um die Welt zu sehen, wollte Kulhavy eigentlich Kapitän auf einem Handels- oder Passagierschiff werden. 1943 wurde er als 17-Jähriger eingezogen und als Matrose zur Marine abkommandiert. Zwei Jahre nach dem Krieg begann er sein Studium an der Hochschule für Welthandel

in Wien. Auch später hatte Kulhavy wiederum Glück, seine Liebe zu großen Schiffen und die Sehnsucht nach der weiten Welt auszuleben. Man engagierte ihn, das Bordmarketing auf Kreuzfahrten unter die Lupe zu

nehmen. Jobbeschreibung: vor Ort auf hoher See Qualitätschecks über Personal, Essen, Ausflüge, Kabinen und dergleichen zu erstellen. Durch seine Berichte konnten Verbesserungen durchgeführt werden und im Gegen-



Ernest Kulhavy (links) mit Dr. Schuster 1983 in Altenberg. Schuster war auf der Johannes Kepler Uni in Linz Professor der Volkswirtschaftslehre und hielt Vorlesungen bei Kulhavys Exportlehrgängen. © privat

zug bereite Kulhavy als Gast kostenlos die Südsee, die skandinavischen Länder, schipperte rund ums Cap Horn und absolvierte die Atlantik-Überquerung. Auftraggeber waren einer seiner ehemaligen Studenten und ein Vizepräsident der jeweiligen Reederei. Überhaupt ist aus vielen seiner Studenten und Assistenten später richtig was geworden. Man denke nur an Hans Jörg Schelling, Christoph Leitl oder Günter Schweiger, um nur einige zu nennen. Viele bekleideten leitende Funktionen in Wirtschaft und Industrie. Und alle haben Kulhavys Marketinglehren inhiert.

### Marketing wird salonfähig

In Österreich war es Ernest Kulhavy, der das Wort Marketing erst bekannt und salonfähig machte. „Im angelsächsischen Raum kannte man den Begriff zwar schon“, erinnert er sich. „Bei uns hieß das aber schlicht Absatzwirtschaft. Das bedeutete al-

lerdings nur verkaufen. Marketing ist ja viel mehr: Leistung, Entgelt, Kommunikation, Distribution und natürlich, ganz am Ende, Verkaufen.“ Am Anfang des Kapitalismus stand das Produkt und der Preis. Mehr nicht. Der Milchmann um die Ecke verkaufte einen Liter Milch, Punkt. Es gab keinen Wettbewerb, die Gruppe der Käufer hatte zu konsumieren, was angeboten wurde. Bald jedoch genügte es nicht mehr, nur zu verkaufen. Aus dem reinen Verkäufermarkt wurde ein Käufermarkt, der Konsument steuerte durch seine Wünsche den Handel, daraus entstand Unternehmensführung, sprich das Management. 1964 fand in der OECD in Paris eine Konferenz mit dem Titel ‚International Conference of Management Education‘ statt. Der wichtigste Themenkreis für Kulhavy war ‚The Integration of Management Development into University Education‘. Dann ging er auf Weltreise. In jeder Metropole – an Kalkutta oder Kuala Lumpur erinnert er sich besonders – hielt er sich vier Tage auf und besuchte den jeweiligen Handelsdelegierten, die Universität und ein Exportunternehmen aus Österreich, um die operativen Unterschiede der einzelnen Länder zu vergleichen. „Heute würde man das Global Marketing nennen“, erklärt er.

### Umtriebiger Lebensabend

Nach Linz treibt es ihn immer noch alle zwei bis drei Wochen. Er folgt Einladungen an seine geliebte Kepler-Universität, an der er 1966 das Institut für Internationales Marketing gründete und dort auch Rektor war. Mit vielen Studenten, auch in Wien, hält er ein reges Netzwerk aufrecht. Man trifft sich, tauscht sich aus, ganz privat und auch mal wissenschaftlich. Fürs Technisches am Computer kann er bis heute drei Damen des damaligen Sekretariats anrufen, die helfen ihm weiter. In seinem Smartphone sind 1.500 Namen, er wischt die endlose Adressenschlange herunter: „Einladungen habe ich für jeden Tag der Woche, einige muss ich wahrnehmen, aber abends mag ich nicht mehr gerne fortgehen. Das ist mir zu anstrengend.“

Zu Kaffee und Kuchen laden er und seine Frau Emilie aber immer

## „Ich sehe mich im IAB-Vorstand als dreizehnten Krieger“

André Eckert, [austria.com/plus](http://austria.com/plus), Russmedia Digital, ist neuer IAB-Präsident. Er schätzt die Herausforderung Digital und will „um den Digitalstandort Österreich“ kämpfen.

Porträt von **Herwig Stindl**

**E**s war sein erster Job, zwei Tage nach Abschluss des Studiums für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt strategische Unternehmensführung an der Leopold-Franzens-Universität in Innsbruck: Im Juni 2000 fand sich André Eckert am Wiener Rooseveltplatz bei [vienna.at](http://vienna.at) ein und startete als Marketingleiter für das Onlineportal der Russmedia.

Der Co-Geschäftsführer der Russmedia Digital, Manager des Marketingportals [austria.com/plus](http://austria.com/plus) und Herausgeber von [vienna.at](http://vienna.at) wurde am 24. Oktober zum neuen Präsidenten

der wichtigsten Vertretung der Digitalwirtschaft, dem Internet Advertising Bureau, gewählt. Der Vorstand wurde auf 13 Personen erweitert, „ich bin der dreizehnte Krieger“, schmunzelt Eckert, der HORIZONT zum Gespräch am neuen Sitz im Digital Hub von weXelerate im Sofitel Wien empfängt. Im Oktober sind [austria.com/plus](http://austria.com/plus) und [vienna.at](http://vienna.at) ins zweite Obergeschoß des Start-up-Hubs übersiedelt, Eckert sitzt mit seinen 18 Mitarbeitern im Großraumbüro (insgesamt hat Russmedia Digital 70 Mitarbeiter). Eckert ist gerade am Budgetieren für das kommende Jahr und skizziert die Situation der Onlinewirtschaft in Ös-

terreich nachdenklich: „Wir merken es ganz klar im operativen Vermarktungsbusiness, dass der Wind rauer

geworden ist. Dieses Jahr ist eines der schwierigsten überhaupt, ich wüsste keinen österreichischen Publisher, der dieses Jahr die Champagnerflaschen aufmacht, was das Ergebnis betrifft.“ Und erklärt: „Nach meiner persönlichen Einschätzung bleiben von jedem Euro, der in Österreich für Onlinewerbung ausgegeben wird, nur noch 35 bis 40 Cent bei österreichischen Publishern. Deutlich über die Hälfte gehen an Facebook, Amazon und Google.“ Das werde eine der Herausforderungen 2018 sein, denn Programmatic könne „noch nicht

kompensieren, was wir im klassischen Ordergeschäft, den Premiumplatzierungen, verlieren.“

Eckert, Jahrgang 1969, geboren in München, ist „Herausforderungen“ gewohnt: Der Vater, Ingenieur beim Baurieses Hochtief, machte internationale Karriere, was den jungen André bis zum 16. Lebensjahr englischsprachig aufwachsen ließ – mit Stationen in Saudi Arabien, Irland, Algerien und Gabun, 17 Wohnortwechseln und neun Schulen: „Da habe ich gelernt, Veränderungen gut zu verkraften, offen zu sein und gleichzeitig sich anzupassen, also auch Chamäleon sein.“ Das Unstete ist es auch, was Eckert an der Digitalwirtschaft fasziniert: Die habe „Veränderung als Grundsatz, aber man muss es auch leben! Es ist einfacher zu sagen ‚Geht nicht, schaffen wir nicht!‘ Wenn man aber dranbleibt und hinterfragt: Es geht alles!“

Nach zwei Jahren [vienna.at](http://vienna.at) wechselte Eckert als Geschäftsführer zur Antenne Vorarlberg, 2006 wurde er zum eben von Russmedia erworbenen Kleinanzeigenverlag Quoka nach Stuttgart beordert – „ich wollte



## „IAB soll sich als Schnittstelle positionieren“

**André Eckert**, Präsident IAB Austria (Geschäftsführer Russmedia Digital)

© Russmedia Digital

Was macht eigentlich ... ?

noch gerne in ihr Haus in Pötzleinsdorf, gegenüber dem Schloßpark, ein. Unlängst hatten sie den 65. Hochzeitstag. Und dann sind da noch drei Töchter und acht Enkelkinder, die ihn auf Trab halten. Eine Seniorenresistenz ist derzeit kein Thema, man spricht zwar darüber, aber es wird nicht ernsthaft zur Kenntnis genommen. Sicher auch, weil die drei Töchter die Eltern bestens unterstützen. Zwischen sechs und acht Uhr, da schläft Emilie noch, steht er auf und setzt sich an den Computer, da hat er die besten Gedanken, da hält er fest, was ihm in den Sinn kommt, da plant er den Tag. Auf einer DIN-A4-Seite notiert er oben das Datum und wie viel Grad es draußen hat. „Und heute früh hab ich aufgeschrieben, wie ich mich auf diesen Interviewtermin vorbereite, wie ich mich verhalte“, erzählt er.

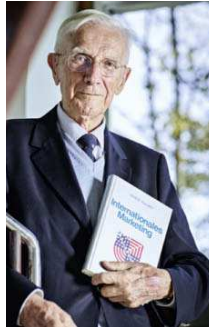
Fit hält er sich mit Gehen: „Wenn möglich täglich eine Stunde.“ Und wie hält man sich geistig fit? „Neugierig sein, Kontakte mit Menschen pflegen ...“ ergänzt er. Besagte Treppe, eingangs erwähnt, befindet sich im Hotel de France. Das Restaurant ist sein zweites Wohnzimmer, hier

**„Jetzt bin ich ein echter Emeritus, der keine Ratschläge mehr erteilen will.“**

hält Kulhavy Hof an seinem Lieblingsplatz am Fenster. Sein Liebingsatz für eine Einladung lautet so: „Sollten Sie nach Wien kommen, würde ich mich auf eine Plauderei im Hotel de France sehr freuen!“ Er lächelt verschmitzt, das ist besonders bezaubernd und kommt jetzt immer öfter zum Vorschein. Her fährt Kulhavy mit dem 41er, genial ist die Wegstrecke. Die Station Pötzleinsdorf beginnt

fast vor seiner Haustüre und die Station Schottentor endet am Hotel de France, beides sind Endstationen. Er setzt sich in die Bim und ist in 25 Minuten am Ziel – einfach sitzen bleiben. „Ich richte mein Leben jetzt auf den 41er ein, da hab ich am Weg die Bank, die Trafik und alles was ich brauche.“

Ernest Kulhavy macht nun, an seinem Lebensabend, nur mehr das, was ihm Freude bereitet und Langeweile kennt er nicht. „Jetzt bin ich ein echter Emeritus geworden, der keine Ratschläge mehr erteilen will“, schmunzelt er. Aber plaudern immer wieder gerne. Und vor lauter Plauderei hat er tatsächlich vergessen, seinen Kaffee zu trinken.



Prof. Ernest Kulhavy im Hotel de France. © Sebastian Reich

**ZUR PERSON**

Ernest Kulhavy wurde am 24. Dezember 1925 in Mährisch-Schlesien geboren. Nach dem Krieg ging die Familie nach Linz. Er studierte ab 1947 auf der Hochschule für Welthandel in Wien, wo er auch seine Frau kennenlernte. Praxis erwarb er bei einem Import-Exportunternehmen, ging dann aber an die Uni zurück, um den Dokortitel zu erhalten. Erste akademische Auslandserfahrung holte er sich im Studienjahr 1956/57 auf dem Bologna Center der US-amerikanischen Johns Hopkins Universität in Bologna/Italien, eine Anstellung in der EFTA, der European Free Trade Association in Genf und Fellowship in der ECE (Economic Commission

for Europe) der UNO in Genf folgte. 1963 wurde Kulhavy an die TU Berlin berufen, wo er drei Jahre als Professor für Betriebswirtschaftslehre arbeitete. Mit der Gründung der Linzer Universität 1966 folgte der Ruf nach Linz und Kulhavy freute sich, zurück nach Österreich zu gehen. In Linz gründete er das erste Marketinginstitut im deutschsprachigen Raum. Sein profundes Wissen über eigenständige Marketingtheorien resultieren aus den Erfahrungen seiner Auslandsaufenthalte. Kulhavy brachte Marketing nach Österreich, er schrieb Marketinggeschichte. Heute lebt er mit seiner Frau in Pötzleinsdorf in Wien.

aber unbedingt nach Österreich zurück“ - und nahm nach einem halben das Angebot an, das Magazin Wiener, damals Styria Media Group, neu aufzusetzen. Die digitale Verlockung war aber stärker: Seit 2009 ist Eckert für [austria.com/plus](http://austria.com/plus) verantwortlich, betreut selbst rund 40 Kunden – „Ich will am Puls bleiben“ - und verantwortet als Herausgeber das Portal [vienna.at](http://vienna.at).


Was ist vom neuen IAB-Präsidenten zu erwarten? Eckert: „Was Martina Zadina und Lilian Meyer-Janek geschaffen haben, ist ein sehr sehr starkes Fundament. Der IAB repräsentiert die Digitalwirtschaft - und alle, die die Digitalisierung weiter treiben, Arbeitsplätze schaffen, Wertschöpfung ermöglichen. Der IAB soll sich als Schnittstelle zum Erfahrungsaustausch positionieren. Das wird nur gemeinsam gehen, in Kooperation mit anderen Verbänden und Plattformen.“ Nachsatz: „Ich bin stolz auf die Expertise im neuen dreizehnköpfigen Vorstand - so betrachtet sehe ich mich als dreizehnter Krieger. Denn: Wir müssen um den Digitalstandort Österreich kämpfen.“


JETZT MIT ATV UND ATV2

# THE COMPANY 4 GAME CHANGERS

**MARKTFÜHRER bei**

TV



STREAMING



INFLUENCERS




E-COMMERCE



DIGITAL-LEADERS












4gc@prosiebensat1puls4.com