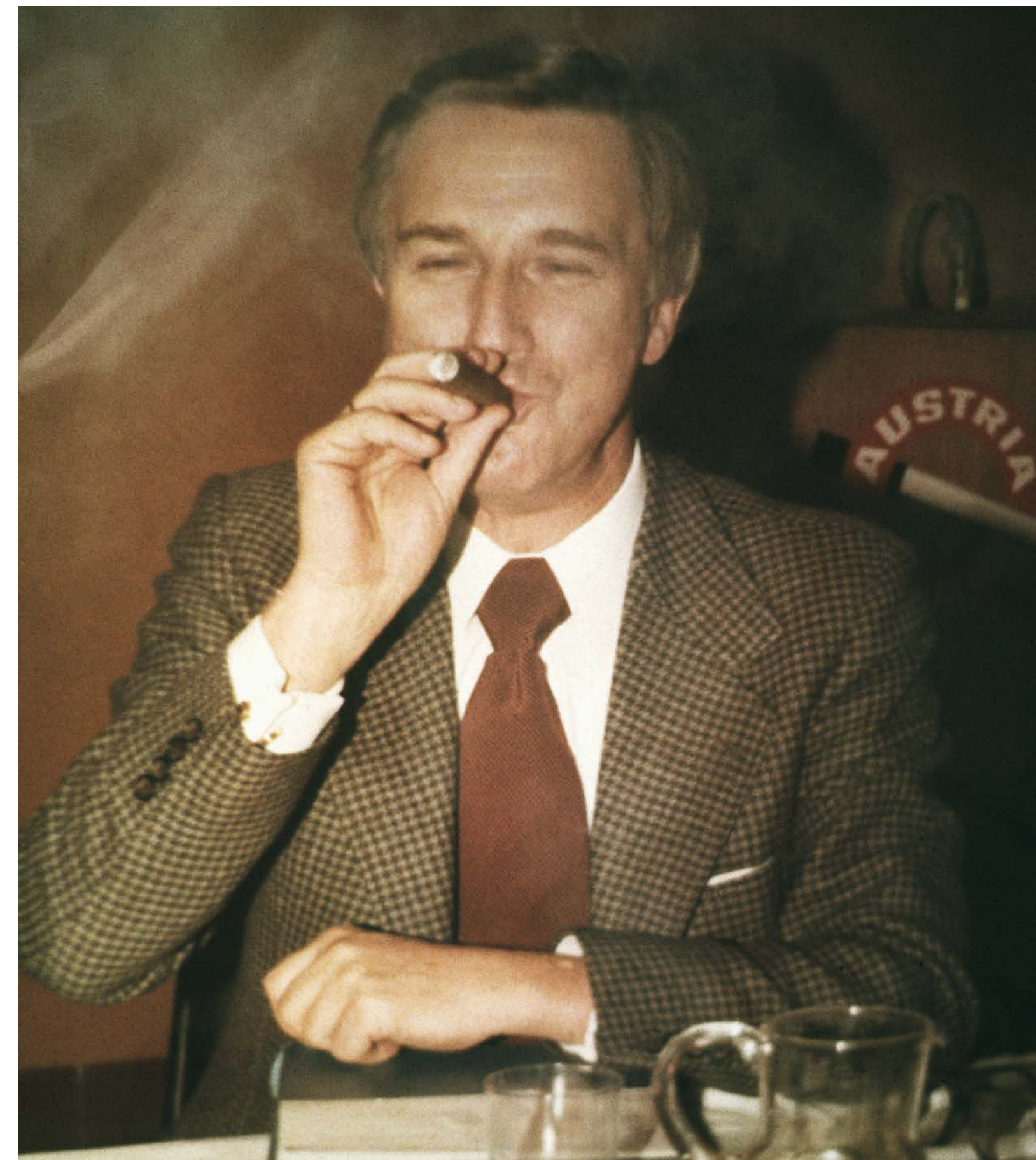


ERNEST KULHAVY



ERNEST KULHAVY

o. Univ.-Prof. em. Senator h.c. Dkfm. Dr. Dr. mult. hc.

Streiflichter aus 40 Jahren Marketing Club Linz

ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM

Themen der Marketing Foren Linz

1983	Die erfolgreiche Marketing-Konzeption
1984	Vom strategischen zum visionären Marketing
1985	Realisierte Zukunft
1986	Handel 2000
1987	New Marketing: Neues Denken - Innovatives Handeln
1988	Europa: Traum oder Trauma
1989	Wachablöse im Marketing
1990	Das neue, andere Europa: Neue Märkte! Neue Möglichkeiten!
1991	Die Strategie des Guten. Qualität oder wenn alle Meter gleich lang sind
1992	Verlust der Gegenwart - Versuch einer Orientierung
1993	Wege aus der Krise - Stagnation, Depression, Rezession versus Motivation, Innovation, Expansion
1994	Aufbruch zur Umkehr. Die großen Chancen der Kleinen
1995	Einmal Zukunft retour. Chancen und Risiken neuer Kommunikations-Technologien
1996	Neue Menschen, Neue Werte, Neue Märkte. Erfolgsfaktoren einer kritischen Zeit
1997	Pricing, Branding, Benchmarking. Wer keinen Nutzen bietet, hat keinen Platz
1998	Psychoökonomie Marketing zwischen Ökonomie und Psyche
1999	Die neuen Konzentrationen. Die neue Macht. Fluch oder Segen?
2000	Renaissance der Kleinen in der Welt der Konzerne
2001	Leadership - Marktführerschaft durch Kernkompetenz
2002	Die Zeiten werden besser, das Leben wird härter
2003	Die Kraft der Marke
2004	The Age of the Cheap – Schlachtet der Markt seine Kinder?
2005	Kopf gegen Bauch. Das feine Gespür für den Erfolg
2006	Die Magie der Begeisterung. Von der Sinnstiftung zum Profit. Und retour.
2007	Über den Kopf ins Herz. BRAINMARKETING
2008	Karma-Marketing: Mystik der Märkte von morgen
2009	Zurück zum Erfolg. Mit Marketing zum neuen Vertrauen
2010	Fast Forward Marketing. Neue Wege in einer neuen Welt
2011	Die Macht der Beeinflussung. Oder warum wir uns gerne manipulieren lassen
2012	Was regt auf, wenn alle „cool“ bleiben? - Die Jugend als besondere Herausforderung für's Marketing
2013	Marketing: Zu wissen, wie es ginge, ist zu wenig
2014	Strategie beginnt, wenn wir Menschen und Märkte verstehen.
2015	Digitale Märkte. Emotionale Kunden.







1985



1995



1996



1997



1998





2003



2004



2005



2007



2008



2009



2010

2012





2013



2014



2015



CLUBABENDE

Präsidenten und Präsidentinnen des Marketing Club Linz seit seiner Gründung 1979

em. o. Univ.-Prof. Dkfm. Dr. hc. mult. Ernest Kulhavy

Jörg von Craushaar

Dr. Gerhard Forsthuber

Dr. Gerhard Roiss

Mag. Wilhelm S. Haböck

Komm.-Rat Kurt Wänke

EU Parlm. Ing. Dr. Paul Rübig

Mag. Silvio Kirchmair

Mag. Gerhard Steiner

Dr. Guntram Bock

o. Univ.-Prof. Dkfm. Dr. Gerhard A. Wührer

Ing. Mag. Dr. Horst König

Mag. Ursula Zidek-Etzlstorfer

Mag. Dr. Erich Schönleitner

DI Peter Bruckmüller

Ing. Josef Thurnhofer

Mag. Christian Bayreder, MBA

Mag. Sabine Schgör

FH-Prof. Dr. Harald Kindermann





1985



1986





1988



1991

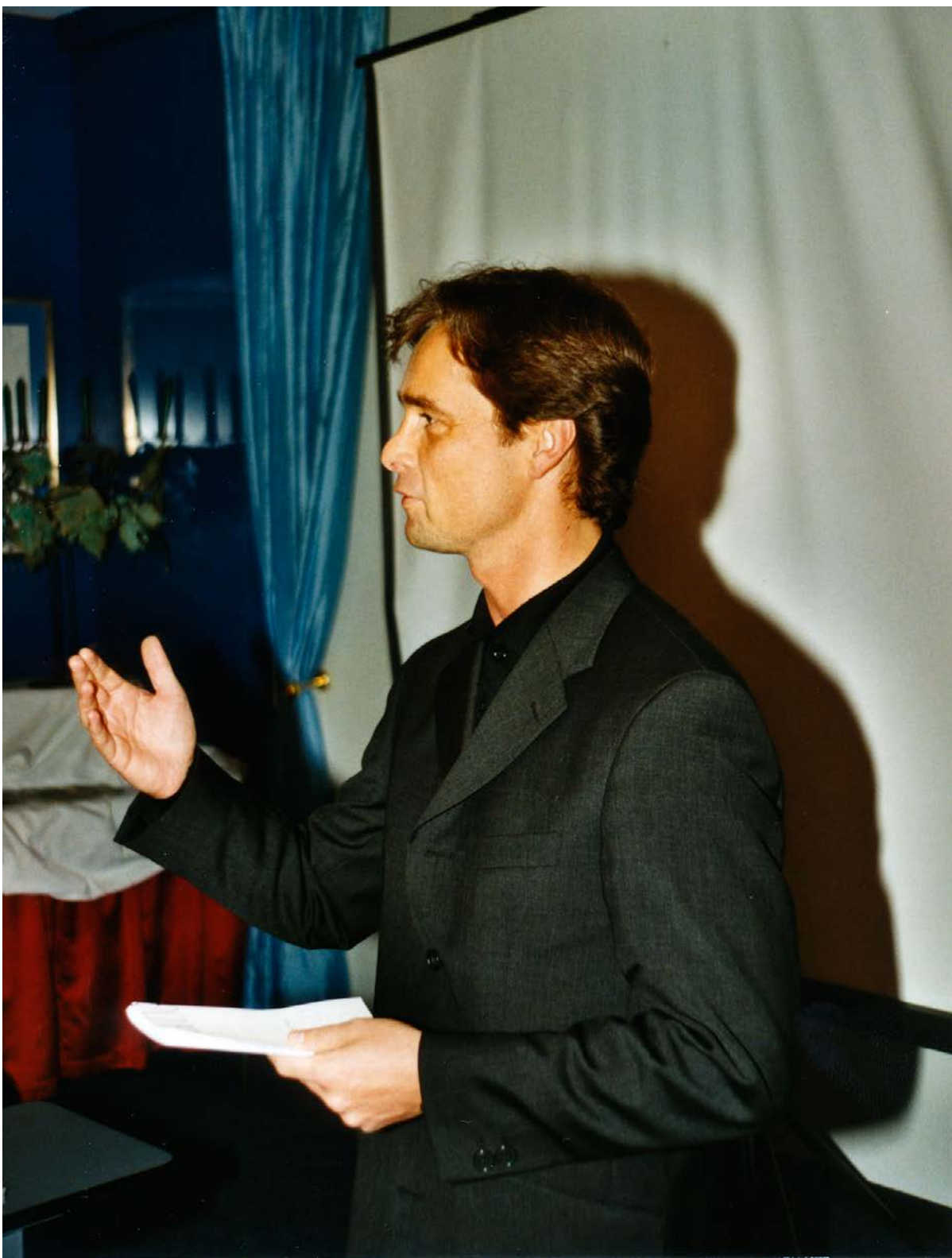


1992





1993



1998



1999







2003



2007



2008



KAMINGESPRÄCHE

Ehrengäste der St. Florianer Kamingespräche

2004	Dr. Gerhard Roiss, Gen. Direktor der OMV,
2005	Dr. Ernst Strasser
2005	Hon. Prof. VR Dr. Helmut Pechlaner
2006	Dr. Helga Rabl-Stadler
2006	Jacques Santer
2006	Ioan Holender
2007	Dr. Josef Taus
2008	Franz Welser-Möst
2008	Dr. Hugo Portisch
2009	Dr. Leo Wallner
2009	Erika Pluhar
2010	Dr. Wolfgang Schüssel
2011	Kardinal Dr. Christoph Schönborn
2011	Univ.-Prof. Dr. Ewald Nowotny
2012	Dr. Hannes Androsch
2012	Karim El-Gawhary
2013	Dkfm. Elisabeth Gürtler
2014	Prof. Peter Schröcksnadel.
2015	André Heller
2016	Markus Rogan
2016	Dr. Helmut Marko





MARKETING NIGHT



2004





2008

OÖ INDUSTRIE-MARKETING-GESPRÄCHE

Themen der OÖ Industrie-Marketing-Gespräche

- 1. OÖ Industrie - Marketing – Gespräch, Montag, 25. Mai 2009**
Strategie am Prüfstand – Neue Wege in die Zukunft?
Industrie und Marketing diskutieren Marktstrategien in Zeiten des Wandels.
- 2. OÖ Industrie - Marketing – Gespräch, Donnerstag, 15. April 2010**
LESSONS LEARNED? Strategie am Prüfstand – Industrie und Marketing diskutieren, worauf es nach der Krise ankommt.
- 3. OÖ Industrie - Marketing – Gespräch, Donnerstag, 28. April 2011**
READY FOR FUTURE? Wachstumsstrategien der Zukunft.
Industrie und Marketing diskutieren Faktoren zukünftigen Wachstums.
- 4. OÖ Industrie - Marketing – Gespräch, Mittwoch, 11. April 2012**
„Industrial-Shift“ – „Industrie im Wandel der Zeit“
Industrie und Marketing diskutieren Veränderungen und neue Perspektiven.
- 5. OÖ Industrie - Marketing – Gespräch, Dienstag, 16. April 2013**
INDUSTRIE – MARKETING
Wie globale Rahmenbedingungen und Innovationsgeschwindigkeit die Welt verändern.
- 6. OÖ Industrie-Marketing-Gespräch, Dienstag, 29. April 2014**
Marketing trifft Industrie 4.0
Die Konsequenzen für Europas Industrie.
Industrie und Marketing diskutieren die 4. industrielle Revolution.
- 7. OÖ Industrie-Marketing-Gespräch, Dienstag, 29. April 2015**
EMPLOYER BRANDING MEETS PLACE BRANDING.
Wie erfolgreiche Industrieunternehmen hochqualifizierte Mitarbeiter finden und binden.





KULHAVY-STIPENDIUM

Stipendiaten und Stipendiatinnen

2005/2006	Mag. Alexandra Kumpf „Erlebniszentren als Marketinginstrument“
2006/2007	Mag. Wolfgang Streibl „Kundenstrukturen und Meinungsführer im Motorradmarkt. Eine empirische Analyse auf Basis von Online-Daten“
2007/2008	Mag. Christiane Zauner „Situationsanalyse des österreichischen Filtermarktes für Lüftungsgeräte und Entwicklung einer marktorientierten Unternehmensplanung für den Markteintritt im Auftrag der GEA Klimatechnik Austria“
2008/2009	Mag. Vera-Lisa Wagner „Gestaltungsfaktoren von Markenkonzepthen. Eine Analyse für aufstrebende Märkte mit exemplarischer Darstellung eines österreichischen Konsumgüterunternehmens am türkischen Markt“
2009/2010	Mag. Claudia Riegler-Klinger „Strukturierung von Kundennutzen. Ein Beitrag zur Umsetzung eines wertorientierten Marketingansatzes in der voestalpine AG, Division Stahl“
2010/2011	Mag. Karoline Bodendorfer „Evaluierung neuer Geschäftsfelder für einen On-line-Weinhändler: Praxisarbeit in Kooperation mit dem Unternehmen Vinorama Weinversand GmbH“
2011/2012	Mag. Claudia Leitner „Evaluation eines postgradualen Universitätslehrgangs“
2012/2013	Mag. Alexander Schauburger „Planung und Umsetzung eines Social Media Monitoring-Systems für die runtastic GmbH“
2013/2014	Mag. Anna-Maria Wimmer „Priorisierung von Kundenbedürfnissen für einen Prozessautomatisierer in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen FerRobotics“
2014/2015	Mag. Katharina Weiß „Erarbeitung eines Konzeptes für Corporate Branding in Emerging Markets am Beispiel der voestalpine in Brasilien“





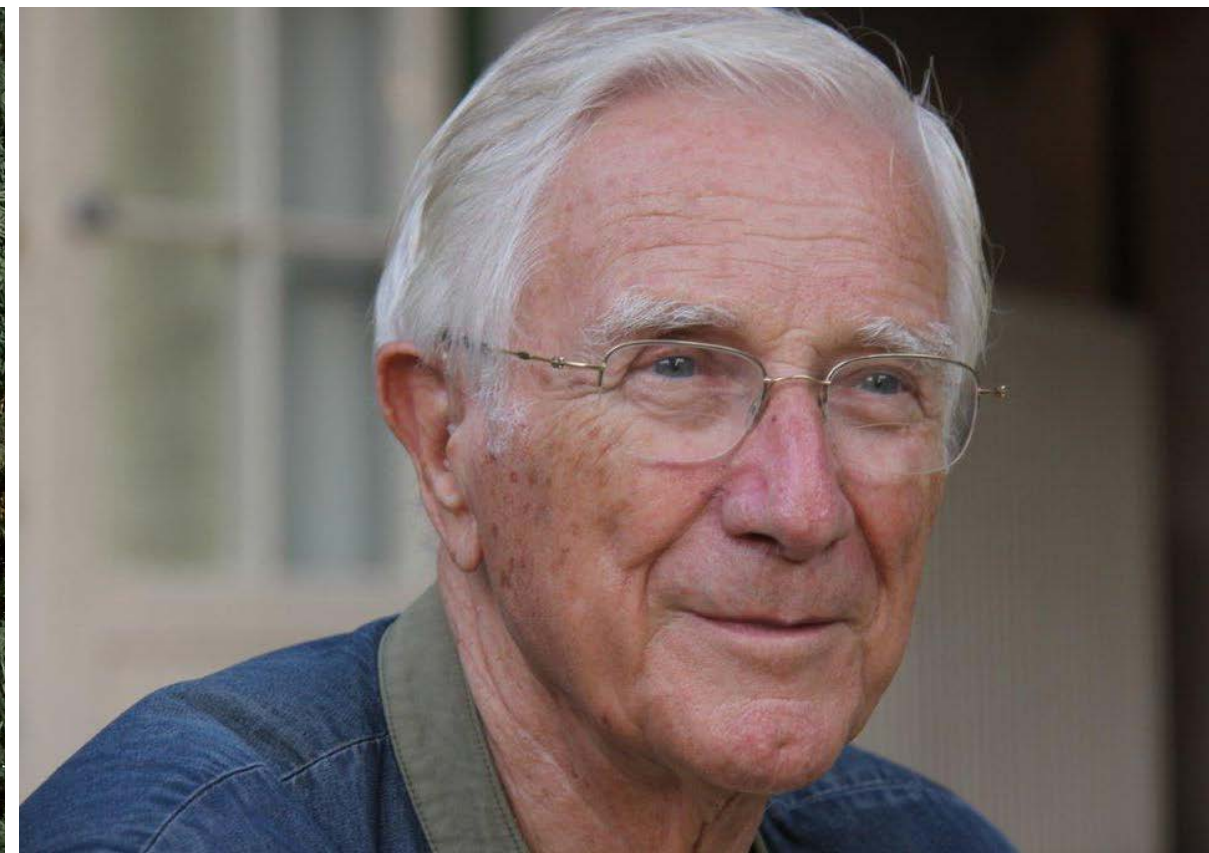
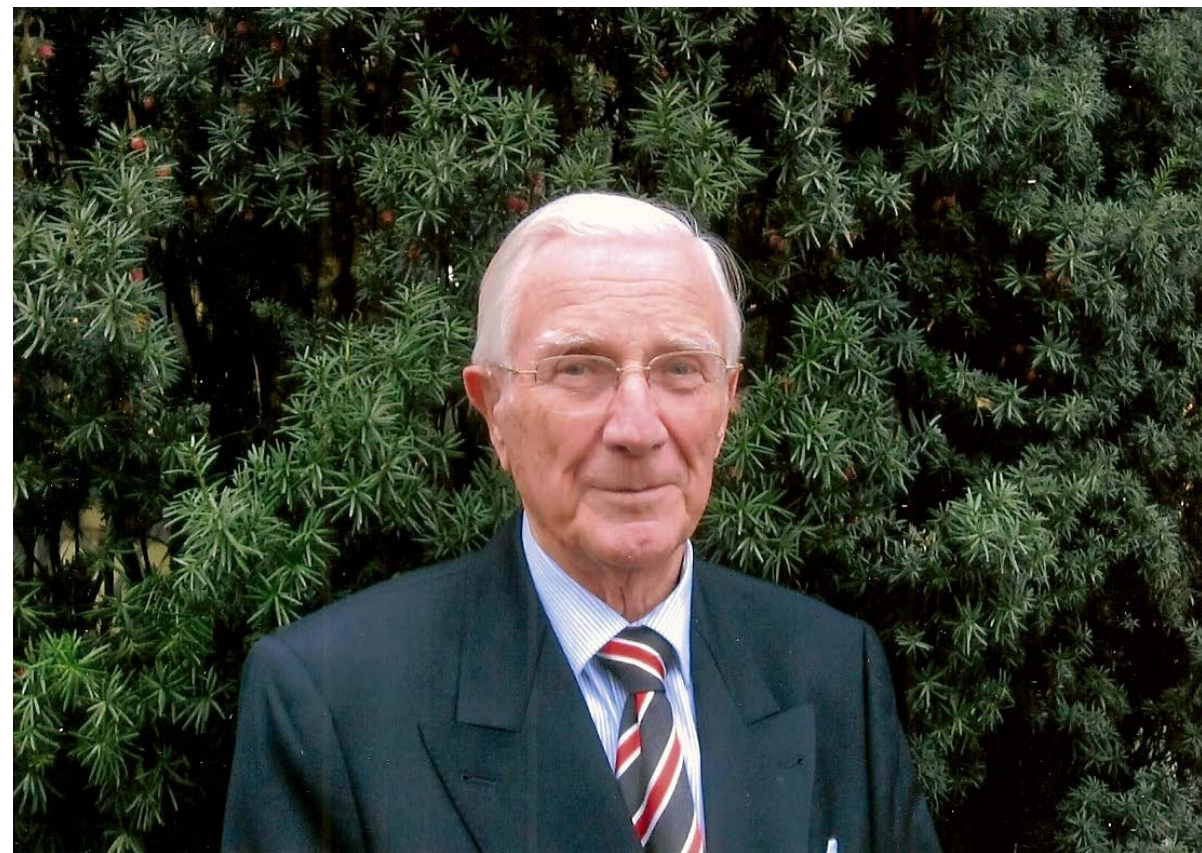
NAHAUFNAHME



Lieber Ernest,
Danke für Deine großartige Unterstützung beim Marketing-Staatspreis und Deine positiven Anregungen über all die letzten Jahre. Marketing hat durch Dich einen besonderen Stellenwert in der öst. Wirtschaft.

Wien 14. Juni 2013

Reinhold Mitterer





Der Marketing Club Linz dankt seinem Vordenker und Gründer.