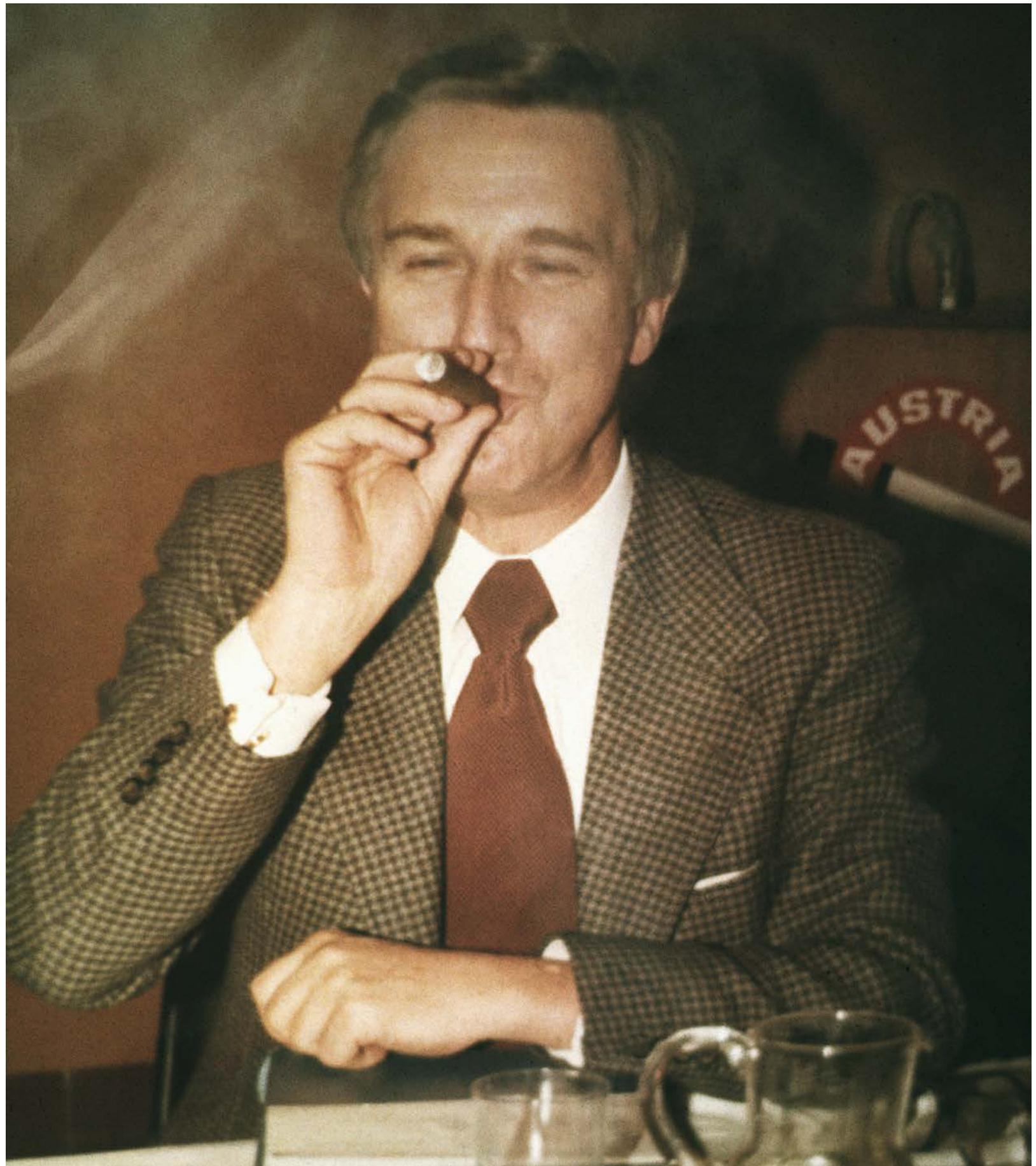


ERNEST
KULHAVY

&



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



Fall 4: Fa. D-Handel, 350 MA

Innendienst	Außendienst
→ ihr verdient zuviel	→ misst euch ein
→ tut, was ihr wollt	→ in unser "Revier"
→ nehmt euch zu wenig	→ macht reduzierte
→ werdet uns ab	Tätigkeiten
→ wir brauchen alles	→ könnt ja jederzeit
aus (Reklamat.)	AD werden
	...
→ AD muß alle administrat. Tätigkeiten selber machen und hat nur noch 30% zum Verkaufzeit	



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 Markenkonzepten. 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 Online-Weinhändler:
Praxisarbeit in Kooperation mit dem Unternehmen Vinorama Weinversand GmbH“
2011/2012 Mag. Claudia Leitner „Evaluation eines postgradualen Universitätslehrgangs“
2012/2013 Mag. Alexander Schaubberger „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“



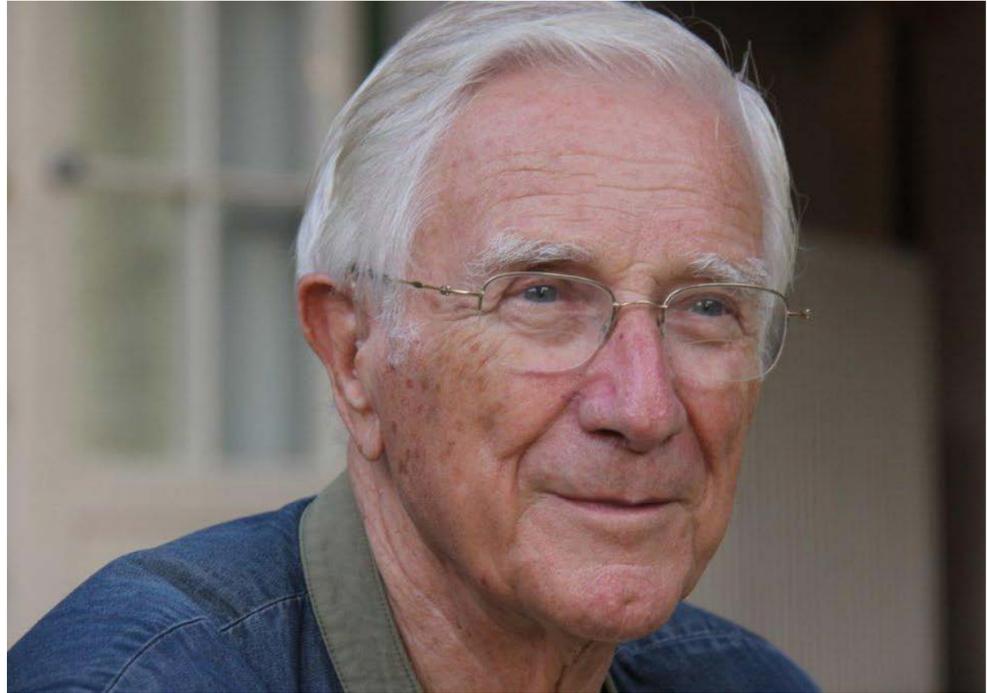


NAHAUFNAHME



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.