



Markus Kern

Geboren 1973 in Darmstadt, inhalierte er früh als Kind einer Kaufmannsfamilie die Luft eines Händlers. Er verbrachte viel Zeit in den Textilgeschäften seiner Eltern und unterstützte sie als junger Student bei Tätigkeiten wie Ein- und Verkauf von Waren sowie der Werbung für das Unternehmen.

Am Tage seines 18. Geburtstages nutzte er die Chance, ein eigenes Gewerbe anzumelden und konzipierte professionelle Ansagedienste für Telemarketing Anbieter – damals eine besonders lukrative Dienstleistung im prosperierenden Direct Sales Markt. Das Unternehmen führte er auch während seiner Ausbildungszeit zum Werbekaufmann bei DMB&B, einer global agierenden Werbeagenturen, erfolgreich fort.

Bedingt durch seine Leistungen konnte er die Prüfung zum staatlich geprüften Werbekaufmann vorziehen und bereits nach 2 Jahren mit der Prüfungsnote 1,7 abschließen.

Sein eigenes Gewerbe, welches er parallel weiter betrieb, entwickelte sich in diesen Jahren zunehmend zu einer Agentur für klassisches Marketing.

Markus Kern verbrachte nach der Ausbildung einige Monate im Ausland, wo er u.a. in Paris an der Alliance Francaise und in Großbritannien seine Sprachkenntnisse verfeinerte. Anschließend begann er an der Privaten Hochschule der Deutschen Telekom einen bis dato einzigartigen Studiengang, der bereits 1998 die neuen Medien mit klassischer Betriebswirtschaft verband. Er schloß mit der Diplomarbeit Note 1,3 bei der BMW AG zum Thema Markenbildung und -führung im eventkommunikativen Bereich ab.

Sein Fachwissen erlaubte es, dass Markus Kern bereits während seiner Studienzeit für Unternehmen wie die Deutsche Lufthansa und BMW AG tätig sein konnte. Hier wurde er im Team mit internationalen Projekten betraut und führte z.B. die Lufthansa First- und Business Class in Lateinamerika, USA, Russland und Deutschland ein oder unterstützte die Präsentation des MINI bei den Führungskräften der BMW AG national und international.

Aufgrund der guten Zusammenarbeit konnte Markus Kern beide Unternehmen als dauerhafte Kunden für seine Agentur, mit Standorten in Frankfurt und München, gewinnen. Weitere namhafte Kunden, wie Volvo und die Boston Consulting Group konnten ferner hinzugewonnen werden. Markus Kern zeichnete sich u.a. für Projekte, wie der kommunikative Auftritt der BMW International Golf Open in Deutschland, Südafrika und Asien mit seiner Agentur verantwortlich.

Handel heißt Wandel

Als Vollblutunternehmer interessierte sich Markus Kern auch immer wieder für neue Märkte und unternahm bereits 1999 Schritte im Onlinehandel. Der wachsende Erfolg brachte ihn mit der Firmengruppe J.J. Darboven zusammen, mit der das Unternehmen GOURVITA, einen der erfolgreichsten Händler für Kaffee, Tee und süße Feinkost im Internet, gegründet wurde. Um sich vollends dem dynamischen Geschäftsfeld des weltweiten Handels zu widmen, verkaufte Markus Kern seinen Anteil des Agenturgeschäfts und steht heute komplett dem GOURVITA Handelsunternehmen vor.

GOURVITA betreibt derzeit acht Markenshops, z.B. Probio, EILLES und Block House und realisiert von der Programmierung bis zum Versand alle Tätigkeiten im eigenen Hause. Zudem stellt das Unternehmen jährlich 10 bis 15 Produktlinien mit bis zu 500 Produkte im Rahmen seiner strategischen Produktentwicklung her und vermarktet diese national und international in Europa und den USA.

Markus Kern
m.kern(AT)gourvita.com