



## Markus Kern

Geboren 1973 in Darmstadt, wuchs früh als Unternehmersohn in das Leben als Kaufmann hinein. 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.

Durch seine Leistungen konnte er die Prüfung zum staatlich geprüften Werbekaufmann nach zwei Jahren bereits vorziehen und beendete seine Ausbildung zum Jahrgangsbesten. Sein eigenes Gewerbe, welches er parallel weiter betrieb, entwickelte sich in diesen Jahren zunehmend zu einer Agentur für klassische Marketing-Kommunikation.

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 Diplomarbeitsleistung Note 1,3 bei der BMW AG zum Thema Markenbildung und -führung im eventkommunikativen Bereich ab.

Während der Studienzeit forcierte Markus Kern sein Agenturgeschäft und konnte Kunden wie die Lufthansa AG oder die BWM Group als Kunden gewinnen. Projekte dieser Zeit waren u.a. die internationale Einführung der Lufthansa First- und Business Class in Lateinamerika, USA, Russland und Deutschland ein und der Launch des MINI bei den Führungskräften der BWM AG national und im Ausland.

Aufgrund der guten Zusammenarbeit etablierten sich dauerhafte Kundenbeziehungen bei BMW und Lufthansa und erlaubten Standortöffnungen in Frankfurt und München. Weitere namhafte Kunden, wie Volvo und die Boston Consulting Group konnten hinzugewonnen werden und führten zur Expansion des Agenturgeschäfts. 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 seitdem dem GOURVITA Handelsunternehmen vor.

GOURVITA betreibt derzeit acht Markenshops, z.B. EILLES, arko und HUSSEL Confiserie, Schwartauer Werke, Mövenpick Kaffee, Block House und weitere 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.

Im Jahr 2020 berief die J.J. Darboven Holding AG Markus Kern zusätzlich in den Vorstand. Er verantwortet den Bereich „Digital Business & Innovations“ und baut den Bereich als Kompetenzzentrum für digitalen Handel aus. Sein besonderes Interesse gilt der digitalen Haltung von Unternehmen, der Nachhaltigkeit und dem Wandel.

Markus Kern ist leidenschaftlicher Genießer, besonders reiselustig mit einem Faible für Asien und Sardinien. Er ist verheiratet und glücklicher Papa von zwei Zwillingenjungs, die auch Genießer sind.

Weitere Fragen ?

Markus Kern  
m.kern(AT)gourvita.com