

„Mein Glück war, dass ich

**Ein Rückblick auf ein halbes Jahrhundert:
Berufsleben als erfolgreicher
Unternehmer.**

*Prof., Dipl.-Ing., Dr.techn.;
1922 in Dornbirn geboren;
1954 Studienabschluss
Wirtschaftsingenieurwe-
sen-Maschinenbau in
Graz; 1955 Eintritt in die
Fa. Doppelmayr &
Sohn; 1967 Übernahme
des Unterneh-
mens als geschäfts-
führende Gesell-
schafter, 1973
Einstieg in Gondel-
bahnsysteme; 1977
Einstieg in den Bereich
„kuppelbare Sessel-
bahnen“; 1994 Einstieg
in den Geschäftsbereich
„Pendelbahnen“ und
Übernahme des Vorsizes
im Aufsichtsrat der Dop-
pelmayr-Holding; 1997
Promotion zum Dr. techn.;
1999 Verleihung des
Berufstitels „Professor“.*

Artur Doppelmayr

WING-business: Wir gratulieren Ihnen herzlich zum Berufstitel „Professor“, der Ihnen kürzlich vom Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr verliehen wurde. Welche Bedeutung hat diese Auszeichnung für Sie?

Ich habe in den vergangenen Jahren in den verschiedenen Institutionen und an verschiedenen Universitäten Vorträge über Marketing und Managementgedanken gehalten. Ich bin momentan an einer russischen Universität, bei der ich versuche, den Russen ein bisschen europäisches Gedankengut zu überbringen, weil die Russen nur amerikanisches Gedankengut haben. Es war schrecklich für mich, dass z. B. die Professoren dieser russischen Management-Universität nicht einmal St. Gallen gekannt haben. Im Rahmen dieser Tätigkeit hat der Titel

„Professor“ natürlich eine Bedeutung den Studenten gegenüber.

WING-business: Was hat Sie dazu bewogen, von der unternehmerischen Praxis in die wissenschaftliche Arbeit zurückzukehren?

Ich bin der Meinung, dass – wenn man die gesamte Welt erobert hat – und wir sind mit unserem Unternehmen momentan in 63 Ländern der Welt präsent – man doch bestimmte Erfahrungen gemacht hat, die für den Bereich Investitionsgüterindustrie nicht ausreichend niedergeschrieben sind. Der Großteil der Literatur befasst sich mit der Konsumgüterindustrie und weniger mit der Investitionsgüterindustrie. Für mich gibt es ein Traumziel: Das ist, dass die Europäer lernen, dass sie in der Kreativität besser

sind als alle übrigen Nationen, besser als Amerikaner und besser als alle Asiaten. Nur müssen die Europäer gegenseitig ein bisschen Verständnis aufbringen. Es müssen germanisch denkende Konstrukteure mit romanischen kreativen Designern auf eine Linie kommen und dabei sollte die Einfachheit, die Slawen und besonders Russen im Grundansatz haben, nicht vergessen werden. In dem Moment, da uns das gelingt, kann niemand in der Welt gegen Europa an. Momentan arbeite ich zusammen mit einer Partnerin daran, dies alles niederzuschreiben und eventuell einmal zu veröffentlichen.

WING-business: Sie haben mit Ihrer Dissertation „Denkanstöße zur Funktionserfüllung von Einseilumlaufbahnen“ ein wissenschaftliches Standardwerk für den Seilbahnbau geschaffen. Welchen Leserkreis sprechen Sie damit an?

Die Seilbahnbranche ist eigentlich eine sehr kleine Gruppe, in welcher jeder jeden kennt, wo aber noch viele verschiedene andere Sparten hineinspielen. Derzeit gibt es an der ETH Zürich, aber auch in Österreich und in Deutschland Vorlesungen über Seilbahnwirtschaft, aber das sind Vorlesungen über Konstruktion. Das gesamte Seilbahnwesen besteht aber nicht nur aus der Kon-

n i c h t k o n s t r u i e r e n k o n n t e "

struktion. Ich bin der Meinung, dass die Fähigkeit, Randbedingungen entsprechend berücksichtigen zu können für den Konstrukteur entscheidender sind als sein Wissen, das er an einer Hochschule oder an einer Ingenieurschule mitkriegt.

Der Leserkreis hat sich gegen meine Erwartungen eigentlich wesentlich vergrößert. Wenn Sie den Kreis ansehen, kann ich Ihnen jetzt zwei Jahre nach der Veröffentlichung sagen, dass in verschiedenen Ländern meine Dissertation als Ahnbuch aller Seilbahn-Abnahmebeamten benützt wird, dass sie als Prüfungsunterlage von Betriebsleitern benützt wird und das mehr und mehr. In der Zwischenzeit wird die Arbeit jetzt auch ins Französische übersetzt, weil die Franzosen von vielen anderen gehört haben, dass hier drinnen Dinge geschrieben stehen, die man sonst nirgendwo lesen kann. Die erste Übersetzung, die ich weder finanziert noch beeinflusst habe, ist die Übersetzung der Arbeit in die chinesische Sprache.

WING-business: Sie blicken auf beinahe ein halbes Jahrhundert erfolgreichen Berufslebens zurück. Was waren für Sie wichtige Meilensteine bis zum jetzigen Erfolg?

Für den jetzigen Erfolg war mein Glück, dass ich nicht die Eigenschaften meines Vaters mitbekommen habe. Mein Vater war ein 100%iger Konstrukteur, und in unserer Branche hat sich in den letzten 30 Jahren gezeigt, dass jene, die Konstrukteure sind, nicht erfolgreich sind, weil sie glauben, dass das, was sie denken, auch die Kunden wollen. Das ist das große Problem vieler Konstrukteure, besonders germanischer Konstrukteure. Dadurch, dass ich nicht konstruieren konnte, habe ich mich auf das Marketing und auf den Verkauf spezialisiert. Dabei habe ich z. B. herausgefunden, dass eigentlich nicht die Männer bestimmen, ob oder wohin man Schifahren

geht, sondern die Frauen. Und ich habe mich bei meinen Aktivitäten eindeutig auf frauliches Denken eingestellt und habe versucht, unsere Konstruktionen „frauengerecht“ auf den Markt zu bringen.

WING-business: Wie sehen Sie die Entwicklung des unternehmerischen Umfelds in den letzten Jahrzehnten und wie reagieren Sie als Unternehmer darauf?

Der Beginn des Bauens von Schleppliften und Sesselliften hat Mitte der 30er Jahre begonnen und wurde durch den 2. Weltkrieg unterbrochen. Ich selbst mußte durch den 2. Weltkrieg und habe das Glück gehabt, dass ich danach in diesen Boom einsteigen konnte. Dieser Boom hat sich in verschiedenen Ländern zu verschiedenen Zeiten ereignet. In jedem Lande kriegte dieser eine bestimmte Höhe und ging dann wieder auf ein Normalmaß zurück. Das Schifahren war in Europa und in Amerika Mitte der 50er Jahre bis Mitte der 70er Jahre eine Sportart, die ein wirkliches Renommee gehabt hat. In der Zwischenzeit haben sich so viele andere Sportarten etabliert, dass man heute mit dem Schifahren allein in den Schigebieten nicht mehr das Auslangen findet. Der große Boom an Schleppliften ist heute vorbei, weil in der Zwischenzeit Snowboarding, Kurzschifahren und andere Arten aufgekommen sind. Aus diesen und anderen Gründen müssen auch wir andere Lifte machen. Die Leute wollen schneller nach oben kommen und sitzen ungern auf kalten Sesselliften. Vom einfachen Schlepplift kommt man heute zur kuppelbaren Bahn oder zur Umlaufbahn. Die klassischen Beförderungsmittel, die im Wintersport im Einsatz waren, das waren der Schlepplift und die Pendelbahn, sind jetzt nach hinten gerückt. Den Leuten kann man heute auch nicht mehr signalisieren „Geh hinein in die Kabine, damit ich die Kapazität erreiche“, sondern ich muss heute jeden sehr vorsichtig behan-

deln. Dadurch hat sich die gesamte Branche geändert.

WING-business: Heißt das, dass innovative Produkte für Sie derzeit wichtiger sind als die Erschließung neuer Märkte mit bestehenden Produkten?

Beides ist wichtig, neue Gebiete sind für uns Russland und ein Teil der Oststaaten. Ich rechne damit, dass Russland in den nächsten fünf bis zehn Jahren ungefähr 50–60 neue Anlagen pro Jahr bauen wird, und wir sind dort schon vertreten.

WING-business: Sie selbst sind Wirtschaftsingenieur. Welche Bedeutung hat dieses Berufsprofil in Ihrem Unternehmen?

Wir haben nicht sehr viele Leute, die von der Hochschule kommen. Wir haben eigentlich mehr Ingenieure, die von Ingenieurschulen und Fachhochschulen kommen. Wir können nicht Stützen oder Stahlkonstruktionen von Wolfurt irgendwo nach Neuseeland oder Australien liefern. Wir sind daher gezwungen, in den einzelnen Ländern auch Produktionsbetriebe aufzuziehen, und da brauchen wir dann ortsansässige Leute. Aber wir haben hier in der Zentrale auch einige Wirtschaftsingenieure eingesetzt.

WING-business: Wird in diesen Außenstellen auch konstruiert?

Konstruiert wird nur in Wolfurt, und zwar für die ganze Welt. Davon ausgenommen ist Italien, weil Italien eine komplett andere Denkweise in der gesamten Technik hat. Auch die Vorschriften sind in Italien komplett anders. Das Handelshemmnis, mit dem wir zu kämpfen haben, ist nicht der Zoll. Um in anderen Staaten erfolgreich zu sein, muss bei uns die Frage „Wie komme ich mit den Aufsichtsbehörden zurecht?“ gelöst werden. Erst jetzt in der Zeit, wo Österreich den Vorsitz in der EU gehabt hat,

war es möglich gewesen, eine gemeinsame europäische Vorschrift zu erarbeiten. Leider ist diese Vorschrift nicht in dem Sinne, wie wir Unternehmen das wollten, entwickelt worden. Da haben alle führenden Nationen ihre speziellen Ideen mit eingebracht und dadurch dürften am Anfang, wenn diese Vorschriften einmal Gültigkeit erlangen, die Lifte um 20 % teurer werden, und das ist ein Problem.

WING-business: Sie sind mit Ihrem Unternehmen weltweit erfolgreich vertreten. Was ist das Erfolgsgeheimnis der Fa. Doppelmayr?

Ich war nach meinem Studium ein Jahr lang im Ausland tätig und habe bei dieser Tätigkeit festgestellt, dass die ganze Welt nur mit Wasser kocht, mit besserem oder schlechterem Wasser. Ende der 50er Jahre sind Personen aus verschiedenen Teilen der Welt an uns herangetreten, und ich habe diese Möglichkeit genutzt, um mit unseren Produkten in diese einzelnen Länder zu gehen. Ich habe dort Vertretungen aufgebaut, das waren keine eigenen Büros, sondern ich habe mit den Leuten dort zusammengearbeitet, die das Umfeld besser kennen als wir.

Ich habe dabei festgestellt, dass die Voraussetzungen, wie man sie von der Hochschule mitbekommt, im Verkauf nicht unbedingt notwendig sind. Wir haben als Erste den skandinavischen Markt aufgebaut, parallel dazu Nordamerika und Kanada. Wir haben dazu in Norwegen einen ehemaligen Sportler gehabt, in Schweden einen Diplomingenieur und in Finnland einen Allrounder, der viel konnte, nur über Technik nichts gewusst hat.

Ich habe mich auch nie gescheut, ganz klein anzufangen und habe sehr viel Geduld aufgebracht, weil man für den Aufbau des Marktes für irgendein Land einen Zeitraum von fünf bis zehn Jahren rechnen muss bis es soweit ist, dass man kostendeckend arbeitet.

Geduld ist meiner Meinung die größte Anforderung, die es gibt, um einen Weltmarkt aufzubauen und sich an die jeweiligen verschiedenen Erfordernisse auf dem Weltmarkt anzupassen.

Ich habe z. B. in Japan sechs Jahre gebraucht, um einen 20jährigen Kooperations-Vertrag mit einem dort ansässigen Partner zu machen. Es wäre unmöglich gewesen, selber in Japan anzufangen, da hochstehende und gut qualifizierte Japaner nie angetreten wären, um für einen Ausländer zu arbeiten. Das ist unter dem Standard eines gut situierten und gut ausgebildeten Japaners. Sie kriegten nur vierte, fünfte und sechste Garnitur. Aus diesem Grund musste die ganze Strategie umgestellt werden, und wir haben uns mit einem japanischen Partner zusammengetan. Ich habe das gegen die Unkenrufe vieler gemacht, die gesagt haben: „Wenn die Japaner einmal dein Know-how haben, dann werden sie dich überfahren und überrollen“. Ich kann ihnen heute sagen, das ist bis heute nicht eingetreten. Die Japaner brauchen zwar sehr lange, bis sie mit jemanden zu Hause zusammenarbeiten, wir haben dann aber festgestellt, dass sie sehr vertragstreu sind. Außerdem kann ich Ihnen heute sagen, dass die Produktion bei uns in Wolfurt billiger ist als in Tokyo und dass mein japanischer Partner nicht in der Lage ist, zum gleichen Preis z. B. nach Kanada zu liefern, wie wir von Wolfurt aus. Sie sind zwar sehr genau, aber wir produzieren billiger als sie.

WING-business: Welche Attraktivität hat der Standort Österreich für Sie?

Wir lassen in Spanien produzieren, wir lassen in Frankreich produzieren, in Italien, wir produzieren in allen Ländern. Aber es gibt im Moment immer mehr die Tendenz, dass wir nach Österreich zurückkommen, und zwar geht es dabei um die Kontinuität.

Sie müssen, um den gleichen Standard der Qualität erhalten zu können, viel aufwenden und haben viele Schwierigkeiten und Probleme. Den Stahlbau können wir auch in anderen Ländern machen lassen, aber bei kritischen Teilen geht das nicht, da arbeiten wir ununterbrochen an Verbesserungen, die wir bei uns in Wolfurt machen.

WING-business: Nutzen Sie Kooperation auch um Know-how aufzubauen oder sehen Sie dabei eher die Gefahr, dass Know-how abfließen könnte?

Wir haben damit kein Problem! Wir arbeiten bei bestimmten Versuchen z. B. mit der ETH Zürich zusammen. Wir haben aber auch mit der Technischen Universität Graz Kooperationen. Sehr oft geht es bei uns um die Frage: „Kann man das auf andere Standortbedingungen übertragen?“

WING-business: Sie meinen also die Erstellung von Marktstudien?

Marktstudien, das ist etwas sehr Kompliziertes bei uns. Bei Marktstudien habe ich festgestellt, dass es niemanden gibt, der für uns eine Marktstudie zuwege bringt. Wir haben Marktstudien in Auftrag gegeben, aber die sind nicht zufriedenstellend gewesen, und ich habe daher die meisten Marktstudien selbst gemacht. Ich habe z. B. Anfang der 60er Jahre festgestellt, dass es eine Grenze durch Europa gibt, und zwar eine Grenze von Doppelbügelschleppliften und Tellerschleppliften, und diese Grenze ist zwischen germanischen und romanischen Ländern zu ziehen. Da waren Länder wie Frankreich, Spanien, Italien, die fahren nur mit Teller, auch die französische Schweiz, aber alle Germanen fahren mit Doppelbügel.

Das habe ich damals aber nicht gewusst. Ich konnte daher keine Lifte mit Doppelbügel in diese Länder

liefern. Für uns war das nicht ganz verständlich. Warum soll ich doppelte Gehänge haben? Dann habe ich zwei Studenten der Universität von Lion mit Recherchen beauftragt, die beherrschten deren Sprache und konnten sich mit denen unterhalten. Die haben dann 100 Schigebiete besucht und Erhebungen gemacht, und dann habe ich gewußt, dass es gar keine Chance gibt, dort Doppelbügel zu verkaufen. Darauf habe ich umgestellt auf Teller und beides angeboten, damit ist es mir gelungen den Markt aufzurollen. Das war dann gar keine Frage.

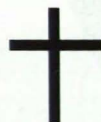
WING-business: Eine abschließende Frage: Welche persönlichen Ziele haben Sie für die Zukunft?

Das beantworten ich Ihnen sehr gerne. Ich möchte noch einige Bücher schreiben und damit das Wissen und die Visionen, die ich habe, an die nächsten Generationen weitergeben, ganz einfach.

Herzlichen Dank für das Gespräch.

Das Interview mit Herrn Prof. Doppelmayr führten Michael Geiger und Reinhard Willfort

Trauer um Rektor der TU Graz



Am Sonntag, den 3. Oktober 1999, verstarb im 68. Lebensjahr Dipl.-Ing. Dr. techn. **Irolt Killmann**, Rektor der Technischen Universität Graz.

Irolt Killmann absolvierte an der damaligen Technischen Hochschule Graz das Studium des Maschinenbaus und promovierte 1965 zum Doktor der technischen Wissenschaften. Nach einer mehrjährigen Assistententätigkeit trat er einen leitenden Industriejob zunächst in den USA und danach in Deutschland an. Er kehrte schließlich nach Graz zurück und trat 1980 in die Dienste der Firma AVL-List ein. Als Leiter des Geschäftsbereiches Motorenforschung, Firmensprecher und Leiter des Bereiches Public Relations war er nach innen wie auch nach außen wirksam.

Als Höhepunkt seiner beruflichen Laufbahn ist wohl seine Wahl zum Rektor der Technischen Universität Graz ab dem Studienjahr 1996/97 zu sehen. Irolt Killmann war damit der erste Rektor, der nach dem UOG '93 als Manager von außerhalb der Universität diese wichtige akademische Funktion übernahm. Dabei war er den Anliegen der Studienrichtung Wirtschaftsingenieurwesen überaus aufgeschlossen und unterstützte die Aktivitäten des Verbandes in vielfältiger Weise.

Seine menschlich entgegenkommende, verständnisvolle Wesensart bewahrt ihm ein ehrendes Andenken aller, die ihn gekannt haben oder mit ihm zusammengearbeitet haben. Tiefes Mitgefühl gebührt seiner Frau und seiner Familie.

Josef W. Wohinz

Impressum

Medieninhaber (Verleger): Österreichischer Verband der Wirtschaftsingenieure, Kopernikusgasse 24, 8010 Graz, Tel. (0316) 873-7789
Telex 311221 tugraz a, Telefax (0316) 811320
WIV-Homepage: www.wiv.tu-graz.ac.at

Redaktion: Ursula Zmölnig, Kopernikusgasse 24, 8010 Graz, Tel. (0316) 817307, Fax: 873-7793
E-Mail: zmoelnig@iwb.tu-graz.ac.at

Schriftleiter: Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Ulrich Bauer
E-Mail: bauer@iwb.tu-graz.ac.at

Redaktionsteam:

Chefin vom Dienst & Marketingleiterin:
Ursula Zmölnig

Redakteure:

Dipl.-Ing. Josef Tuppinger,
tuppinger@iwb.tu-graz.ac.at

Dipl.-Ing. Christian Haas,
haas@iwb.tu-graz.ac.at

Dipl.-Ing. Klemens Einspieler,
einspieler@bbw.tu-graz.ac.at

Börge Kummert, kummert@iwb.tu-graz.ac.at
Bernd Neuner, halbi@sbox.tu-graz.ac.at

Anzeigenkontakt: Ursula Zmölnig, Kopernikusgasse 24, 8010 Graz, Tel. (0316) 817307, 873-7297, Fax (0316) 873-7793

Anzeigenleitung: Werbeagentur Werner Mörth GesmbH., Raiffeisenstr. 118-120, 8041 Graz, Tel. (0316) 465519, Fax 465519-17

Satz, Layout: Kufferath Ges.m.b.H., Wastiangasse 12, 8010 Graz, Tel. (0316) 837857, ISDN: -21, Fax 817857
E-Mail: office.grz@kufferath.co.at

Druck: Klampfer & Schmerzeck Druck Ges.m.b.H., 8600 Bruck/Mur, Einöd 16, Tel. (0 38 62) 58 4 27, Auflage: 3.000 Stk.

Erscheinungsweise: 4 x jährlich, jeweils Anfang der Monate April, Juli, Oktober sowie Dezember.

Bezug: Einzelpreis pro Nummer öS 70,-/5 Euro
Jahresabonnement (4 Hefte) öS 280,-/20 Euro

Die Kündigung eines Jahresabonnements ist nur am Jahresende möglich. Bezugspreis für WIV-Mitglieder im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Nachdruck oder Textauszug nach Rücksprache mit der Schriftleitung des „WING business“.

Erscheint in wissenschaftlicher Zusammenarbeit mit den einschlägigen Instituten an den Universitäten Österreichs. Wirtschaftsingenieure sind wirtschaftswissenschaftlich gebildete Diplomingenieure mit Studienabschluss an einer Technischen Universität oder an einer technischen Fakultät einer Universität. ISSN 0256-7830