

PORTRÄT

Oberösterreicher macht Playboy-Hasen Beine

Der Oberösterreicher Christoph Pachler ist seit 2010 im Management des weltberühmten Entertainment-Konzerns.

Von Pia Niederwimmer

Als 2010 der Anruf vom Headhunter kam, hat Christoph Pachler erst einmal lauthals aufgelacht. Zu dieser Marke hat jeder seine eigenen Assoziationen. Doch die Neugierde hat gesiegt. Und so steht der gebürtige Oberösterreicher nun drei Jahre später in der brandneuen Playboy-Unternehmenszentrale in Beverly Hills, deren Aufbau und Design er schon mitbestimmt hat.

Die Firmenzentrale als Sinnbild für einen neuen Weg des Hasen: Modernes Design statt 70er-Mief. Mit Retro-Elementen wird hier nur gespielt. Der Playboy bekommt neben dem Gesicht, das ihm sein 87-jähriger Gründer Hugh Hefner gegeben hat, auch ein modernes. Dafür wurde Pachler mit damals 43 Jahren als Executive Vice President und Chief Financial Officer an Bord geholt.

Von Otnang nach Los Angeles

Aufgewachsen ist er in Otnang am Hausruck und Linz. Sein Studium schloss Pachler an der Wirtschaftsuniversität in Wien ab, bevor er in Amsterdam noch ein Post-Graduate-Studium „International Relations“ machte. Dort hat der Liebhaber klassischer Musik auch seine Frau kennengelernt, die aus San Francisco stammt. 1995 sind beide nach Los Angeles gezogen, eine Stadt, die den Oberösterreicher nach wie vor fasziniert, „weil man sich hier immer wieder neu definieren kann“. Auch die bunte Mischung an Menschen mit den ausgefallensten Lebensgeschichten begeistert ihn.

Nach mühsamen und völlig überqualifizierten Anfängen bei kleineren Filmfirmen schaffte er 1997 den Sprung zu Sony, wo er die internationalen Märkte bearbeitete

»Ich kenne einige Oberösterreicher in Kalifornien, und ich finde, dass gerade dieser Menschen-schlag hier gut herpasst und erfolgreich ist.«

Christoph Pachler, Finanzchef des Playboy-Konzerns

und in elf Jahren die Karriereleiter hochklettete. Der Start bei Playboy war wieder ein Neuanfang, und es gab bestimmt keine Flitterwochen: Das Unternehmen steckte in der Krise mit sinkenden Leserzahlen des Magazins, der Konkurrenz anderer Medienriesen und aus dem Internet sowie einem schlüpfrigen Image. Aber es hatte einen großen Trumpf: eine Marke samt Logo, die zu den weltweit bekanntesten zählt. „So ein Turnaround ist extrem interessant. So schön die Zeit bei Sony auch war, ich genieße die junge Unternehmenskultur hier bei Playboy. Die Entscheidungsprozesse sind viel schneller und weniger bürokratisch“, erzählt der Oberösterreicher.

Playboy will Image-Wandel

Es war zu spät, den Medienmarkt zu reparieren, das wusste Pachler. Von 600 Mitarbeitern mussten fast zwei Drittel gehen. Der Markenname aber, der sollte genutzt werden. In Asien und Brasilien ist Playboy mittlerweile eine Lifestyle-Marke, die keine größeren Assoziationen mit Nacktheit hat. Das Geld wird dort mit Markenlizenzen verdient, und verkauft werden Anzüge, Sportkleidung oder Parfum mit dem Bunny-Logo darauf.

Auch in Europa und Amerika wird an der Image-Wende gearbeitet. Und: Die Marke Playboy muss sich für die Frau öffnen. Auffällig viele weibliche Mitarbeiter sitzen auch an den Computern in den modernen Büros und arbeiten an der neuesten Ausgabe des Playboy-Magazins, das neben all den profitableren Geschäftszweigen immer noch Herzstück des Konzerns ist. Man will wieder mehr zum ursprünglichen Konzept zurückgehen und die Leser mit einer Mischung aus gutem Journalismus, qualitativ hochwertigen Fotos und

Gastbeiträgen von Künstlern erreichen.

In einem großen, gekühlten Archivraum sind die Hefte und diverses Fotomaterial der vergangenen Jahrzehnte fein säuberlich geordnet untergebracht. Hier stapelt sich ein immenser Sammler-Wert: Auch unzählige Prominente von Bo Derek bis Madonna haben die Hüllen fallen lassen.

Frautraum Playmate

Noch immer ist es der Traum tausender junger Frauen, sich für den Playboy ablichten zu lassen. In einem der Großraumbüros im dreistöckigen Headquarter sitzt ein attraktives, natürlich wirkendes Mädchen bei einem Bewerbungsgespräch als Model über einem Stapel Fotos. Visagisten und Fotografen werden aus ihr womöglich schon bald ein Bunny machen. Bei allen Veränderungen: Hefners Philosophie vom ganz normalen, hübschen Mädchen von nebenan als Glamour-Girl für Playboy bleibt erhalten.



Christoph Pachler in der neuen Playboy-Zentrale und eine Reminiszenz an Marilyn Monroe, die das erste Playboy-Cover zierte. Es folgten prominente Damen, die sich auszogen. Foto: pia



DIE GESCHICHTE DES PLAYBOY

Hugh Hefner als Rebelle der 1950er



Playboy-Gründer Hugh Hefner (dpa)

Das Männermagazin **Playboy** wurde 1953 von Hugh Hefner in **Chicago** gegründet. Hefners Mutter steuerte 1.000 Dollar bei. Am Cover der ersten Ausgabe war die damals noch unbekannte **Marilyn Monroe**. Hefner erstand Aktfotos von ihr bei einer Kalender-Druckerei für 500 Dollar. Datum trug die Erstausgabe keines, da der seinerzeit 27-Jährige nicht wusste, ob er sich eine zweite leisten konnte. Doch nach 50.000 verkauften Zeitschriften war die Zukunft klar. Das berühmte **Bunny-Logo** wurde vom damaligen Art Director Art Paul ab der zweiten Ausgabe etabliert. Hefners Tochter Christie war von 1982 an für die Geschäfte verantwortlich. Nach 20 Jahren trat sie von ihrem Vorstandsposten zurück und Scott Flanders folgte ihr. Er holte 2010 Christoph Pachler als CFO und stellvertretenden Vorsitzenden an Bord. Mit dem Einstieg einer **Private Equity Firma** kaufte das Unternehmen 2011 die Anteile an der Börse zurück. Offizielle

Zahlen werden seitdem nicht mehr genannt. Die **harten Zeiten** für den Playboy sind noch nicht vorbei, aber die Restrukturierung trägt Früchte. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) hat sich laut Wall Street Journal im Jahr 2012 im Vergleich zu 2009 auf knapp **40 Millionen Dollar** verdoppelt. Zurückzuführen ist das auf eine Verschlankung der Strukturen sowie eine Vermehrung der Einnahmen durch Markenlizenzierungen. Die erste **österreichische Playboy-Ausgabe** wurde am **15. März 2012** publiziert und ging mit einer Auflage von 60.000 Stück in den Verkauf. Vor Verkaufsbeginn dieser ersten österreichischen Fassung wurden monatlich ungefähr 15.000 Exemplare der deutschen Ausgabe in Österreich vertrieben.

3 FRAGEN AN ...

CHRISTOPH PACHLER, FINANZVORSTAND PLAYBOY

- 01 -

„Vom Tellerwäscher zum Millionär“: Trifft dieses Klischee, dass in Amerika karrieretechnisch die Möglichkeiten unbegrenzt sind, auch in den 2010er-Jahren noch zu?

Gerade in L.A. ist es noch möglich. Die Unterhaltungsindustrie ist ja sehr informell, es gibt keine so vorgezeichneten Wege und man wird schneller in Kreisen aufgenommen. Der Nachteil ist: Es schert sich auch niemand um dich, wenn es dir nicht so gut geht. Man braucht eine Mischung aus Talent, Glück und eisernem Willen, um nach oben zu gelangen. Ich kenne einige Oberösterreicher in Kalifornien, und ich finde, dass gerade dieser Menschenschlag hier sehr gut herpasst und erfolgreich ist. Oberösterreicher haben einen praktischen und pragmatischen Ansatz und schaffen es gut, sich zu rechtzufinden.

- 02 -

Haben Sie sich je vorstellen können, wieder in die Heimat zurückzukehren?

In meiner Zeit bei Sony war es drei Mal angedacht. Aber es wäre gar nicht so einfach. Man gewöhnt sich doch an den kalifornischen Lebensstil. Es gibt hier einen gewissen Grundoptimismus, der mir einfach sehr gut gefällt. Meine 13-jährige Tochter kann sich aber ein Auslandssemester an einer Linzer Schule vorstellen. So gerne ich es auch öfter tun würde, schaffe ich es nur ungefähr alle zwei Jahre, einen Abstecker in die Heimat zu machen. Durch die Landstraße zu gehen, im Traxlmayr einen Kaffee zu trinken und das Mühlviertel zu entdecken, das genießen ich und meine Familie dann schon sehr.

- 03 -

Wie wohnen Sie in Kalifornien? Mit meiner Frau Colleen, meiner 13-jährigen Tochter Ella und meinem 12-jährigen Sohn Liam lebe ich in Manhattan Beach, das liegt eine dreiviertel Stunde außerhalb von Beverly Hills am Meer. Wir haben vorher in den Hollywood Hills gewohnt. Mit den Kindern ist es aber in Manhattan Beach besser. Es ist sauber, sicher und hat ganz tolle öffentliche Schulen. Wir leben am Strand. Und: Im kalifornischen Klima schafft es sogar jemand wie ich, einen Zitronenbaum hochzuziehen!

