

Die 25 wichtigsten Personalberater

Wer die Spitzenjobs im Mediengeschäft vergibt:
Headhunter, die Sie kennen sollten.

von Roland Karle und Markus Wiegand

TOP 25 VON A BIS Z

- 1 Frank Birkel
- 2 Nicolas Bogs
- 3 Markus Böhler
- 4 Helena Bommersheim
- 5 Constanze Buchheim
- 6 Stephan Buchner
- 7 Thomas Danz
- 8 Remo de Masi
- 9 Adrian Fischer
- 10 Philipp Fleischmann
- 11 Maren Freyberg
- 12 Christoph Hartlieb
- 13 Christian G. Hirsch
- 14 Hans Hofmann
- 15 Gabriele Kaminski
- 16 Robert Kämper
- 17 Stefan Koop
- 18 Martin Ludwig
- 19 Ewald Manz
- 20 Claudia Michalski
- 21 Kathrin Schulte
- 22 Olaf Schwan
- 23 Kirsten Steffen
- 24 Gert Stürzebecher
- 25 Georg Unger

(in alphabetischer Reihenfolge)

Vieles im Geschäft von Personalberatern spielt sich im Hintergrund ab. „Diskretion ist mein zweiter Vorname“, sagte ein Berater, der sich an dieser Stelle nicht zitieren lassen möchte. Viele der Headhunter in der vorliegenden Liste haben für „kress pro“ eine Ausnahme gemacht und Einschätzungen zum Arbeitsmarkt für Führungskräfte in der Branche abgegeben und gesagt, wie sie arbeiten und Kandidaten finden.

Der Arbeitsmarkt

Die Digitalisierung verändert den Arbeitsmarkt für Führungskräfte in der Medienbranche nachhaltig, sind sich führende Personalberater sicher. „Es wird deutlich, dass digitale Transformationserfahrung aus Klientensicht mittlerweile in nahezu allen Positionen eine Bedingung für eine erfolgreiche Tätigkeit ist“, sagt etwa Philipp Fleischmann, Berater bei AvS – International Trusted Advisors. Die Coronakrise beschleunigt diese Entwicklung und verschärft den Veränderungsdruck. „Gesucht werden gut ausgebildete Führungskräfte, sowohl für Content wie auch im Management, die die digitale Transformation verstanden haben und leben“, meint Christian G. Hirsch (AmropCivitas).

Deutlich enger wird der Markt in der mittleren Führungsebene. Viele Medienunternehmen zentralisieren wichtige Abteilungen bis hin zu Redaktion und Vermarktung und sparen dabei attraktive Stellen ein, die bisher als unantastbar galten.

Je höherrangig die zu besetzende Position, desto weniger spüren Personalberater die Coronakrise. Notwendige Einstellungen werden auch jetzt vorgenommen. „Spitzenkräfte sind immer gefragt“, fasst ein Berater zusammen. Daher spüren die meisten Headhunter seit dem Ende des ersten Lockdowns kein Abflauen der Nachfrage. Andererseits hält es Maren Freyberg (Dwight Cribb) für möglich, dass Corona „noch länger der Grund dafür sein wird, dass Unsicherheit herrscht und weniger Führungspositionen entstehen oder besetzt werden können“. Sollte es dazu kommen, ähnlich wie in den Jahren 2001 bis 2004 nach der Dotcom-Krise, würde

erst eine Kompetenz- und Entwicklungslücke in den Unternehmen entstehen – und danach wäre es umso schwerer, den steigenden Bedarf an Führungskräften adäquat zu besetzen.

Aufseiten der Kandidaten gebe es keine Veränderung der Wechselbereitschaft, hält ein anderer Berater fest. Ewald Manz (Odgers Berndtson) rät Führungskräften, gerade jetzt die Möglichkeiten für eine Veränderung zu sehen: „Überall werden die Geschäftsmodelle einer gravierenden Veränderung unterzogen und damit einhergehend auch das Management, nicht vorhandenes Know-how wird neu geschaffen – und darin liegen auch die Chancen. Wer jetzt die Gunst der Stunde nutzt und mutig ist für einen Wechsel in eine neue Branche, neue Aufgaben, der hat auch echte Chancen.“

Die Personalberater

Im deutschsprachigen Raum ist der Markt von Beratern rund um die Personalsuche ziemlich heterogen. Grob unterteilt gibt es drei unterschiedliche Arten.

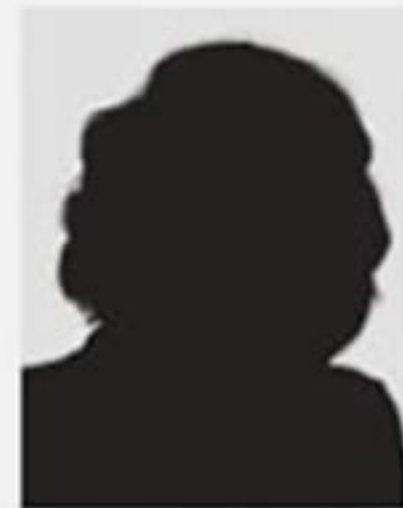
1. Große internationale Beratungen (wie Zehnder und Korn Ferry): Diese Generalisten suchen erst ab einer geschätzten Flughöhe von 250.000 bis 300.000 Euro Jahresgehalt und helfen bei der Vergabe der raren Spitzenjobs. Das wiederum hat auch zur Folge, dass die Beraterinnen und Berater der Firmen sich nicht nur auf die Medienbranche konzentrieren, weil der Markt sonst zu klein wäre.
2. Auf die Medienbranche spezialisierte Beratungen (wie Hartliebpartner oder Dwight Cribb): Sie konzentrieren sich auf den Mediensektor und die verwandten Bereiche und suchen auch Führungskräfte unterhalb der obersten Flughöhe. Bei etwa einem Jahresgehalt von 100.000 Euro liegt die Einstiegschürde für Mandate.
3. Einzelberater mit gutem Netzwerk (wie Michael Ludwig): Unterhalb der großen Beratungen gibt es kleine Firmen, die Marktlücken besetzen. Sie leben meist von ihren Branchenkontakten und operieren mit niedrigen Fixkosten. Solche Berater suchen nicht nur Führungskräfte, sondern auch



MARTIN LUDWIG
Ingenium-konsult

Er arbeitete zuvor u. a. in führenden Positionen in der Radiovermarktung (u. a. RMS, FFH) und als Sales Director der Textilwirtschaft (dfv Mediengruppe). Mit seiner Personalberatung vermittelt er Führungskräfte an Medien, Publisher und Verlage, hilft aber auch bei der Besetzung von Spezialisten und Fachkräften. Zuletzt vermittelte er etwa einen Director Sales für einen Digitalvermarkter, einen Geschäftsführer Logistik und einen Chief Digital Officer für ein Audiounternehmen.

Warum in der Liste? Gut im Geschäft bei mittelständischen Medienhäusern und im Audiobereich.



KATHRIN SCHULTE
Korn Ferry

Kümmert sich bei der namhaften Beratung Korn Ferry um den Medienbereich. Besetzt Top-Positionen der ersten und zweiten Führungsebene. Dazu zählen etwa: CEOs, Geschäftsführer, Bereichsleiter, Chefredakteure, Chief Digital Officer, Chief Transformation Officer. Ist bei Spitzenleuten in der Branche bekannt. Hat allerdings kein tiefes Netzwerk, weil ihr Unternehmen erst in der oberen Flughöhe Mandate annimmt.

Warum in der Liste? Besetzt Spitzenjobs im Medienbereich.



EWALD MANZ
Odgers Berndtson

Der frühere Walt-Disney-Manager ist seit rund zwei Dekaden im Executive Search aktiv, bei Odgers Berndtson spezialisiert sich der 62-Jährige auf Media/Entertainment, digitale Transformation und seit einigen Jahren auch Sport Business. Die erfahrene Führungskraft (Nestlé, 3M, BASF, Hasbro) plädiert dafür, Schlüsselpositionen künftig auch mit Kandidaten aus anderen Branchen zu besetzen, „um frisches Denken und neue Ansätze gerade in tradierte Medienunternehmen zu bekommen“.

Warum in der Liste? Einer der alten Hasen im Headhunting mit breitem Management-Hintergrund und Gespür für Trends, Teams und Transformation.



GERT STÜRZEBECHER
Truesearch

Als Vice President Corporate Management Development (1994 bis 2006) rekrutierte er für Bertelsmann viele Persönlichkeiten, die sich heute wie das Who's who der deutschen Medienbranche lesen. Als Partner bei Truesearch, einer internationalen Personalberatung, hat er „für viele der namhaften Medienkonzerne, aber auch für den dynamischen Mittelstand weltweit unzählige Searches, zumeist auf ‚C-Level‘, erfolgreich durchgeführt“.

Warum in der Liste? Zählt zu den einflussreichsten Beratern in Deutschland.



CLAUDIA MICHALSKI
OMC OpenMind
Management Consulting

Die ehemalige Geschäftsführerin der Handelsblatt Media Group und des Beuth Verlags ist keine Headhunterin, sondern geht das Geschäft aus der Perspektive der Kandidaten an: Beratung von Führungskräften in der Phase der Neuorientierung. Bezahlt wird dieses sogenannte Outplacement von Unternehmen, die sich von Mitarbeitern trennen. Michalski ist mit diesem Ansatz seit fünf Jahren tätig, durchaus kritisch beäugt von anderen in der Personalberater-Szene.

Warum in der Liste? Hat im Outplacement eine Marktlücke besetzt und vermittelt so Führungskräfte in die Branche.



GEORG UNGER
NGS Global (Österreich)

Auf dem kleinen österreichischen Markt gibt es nur wenige Headhunter, die im Medienbereich tätig sind. Um die Besetzung von hochrangigen Jobs in der Branche und verwandten Bereichen kümmert sich Georg Unger. Als Managing Partner des internationalen Personalvermittlers NGS Global in Wien ist er seit mehr als 20 Jahren im Geschäft. Er besetzt in Print, TV und Digital: Geschäftsführer, CFOs, Marketing- und Verkaufsdirektoren, HR-Direktoren, Head of Digital und Chefredakteure.

Warum in der Liste? Ist in Österreich der Platzhirsch, wenn es um hochrangige Positionen in der Medienbranche geht.

FOTOS: RAIMAR VON WIENSKOWSKI, FRANK BLÜMLER, KNUT STRITZKE, ELISABETH KESSLER

GROß WIRD MAN NICHT ÜBER NACHT.

APOTHEKEN
Umschau

Reichweite:

18,71 Mio.
LpA*

*AWA 2020, Apotheken Umschau A + B

Mehr erfahren Sie unter: www.wub-media.de

Wir gestalten Gesundheit.

WORT & BILD VERLAG