

"Seiteneinsteiger können in den Medien viel bewirken"

Headhunter und Coach Uwe Schuricht über frisches Blut und Vitamin B als Türöffner für die Karriere

27. Januar 2005

HORIZONT4/05

Sie kamen als Branchenfremder zu Axel Springer und wurden dort Generalbevollmächtigter. War das ein Kulturschock für Sie? Uwe Schuricht: Ja, aber ein sehr angenehmer. In Verlagen sind viele kreative, meinungs- und willensstarke Menschen tätig. Die Arbeit ist bunter und durch den Bezug zum schnell wechselnden Medienalltag interessanter als in vielen anderen Unternehmen.

Täte es Medienunternehmen gut, wenn sie öfter Manager aus anderen Branchen für ihr Kerngeschäft verpflichten würden?

Schuricht: Wer mit Champagner und Schokoriegeln Erfolg hat, der schafft: das mit großer Wahrscheinlichkeit auch mit Zeitungen und Zeitschriften. Oft setzen sich Presseerzeugnisse trotz

guten Inhalts am Markt nicht durch, T-Online-Chef Thomas Holtrop, weil einfachste Regeln für Markenprodukte missachtet werden. Deshalb können Manager mit ausgeprägtem Markendenken in Verlagen viel bewirken. Mein Rat: Medienhäuser sollten sich stärker öffnen für Seiteneinsteiger mit professionellem Hintergrund. Sie bringen neue Sichtweisen und frische Ideen mit.

Zum Beispiel? Schuricht:

Ich denke an Karsten Böhrs, Logistik- und Vertriebschef bei Axel Springer, der zuvor Vorsitzender der Geschäftsführung bei der Otto-Logistiktochter Hermes war, oder an



Wünscht sich mehr Profis mit frischen Ideen: Uwe Schuricht

Umgekehrt betrachtet: Was macht Medienmanager attraktiv für andere Branchen? Schuricht:

Medienmanager sind in einem extrem schnellen Umfeld dazu gezwungen, besonders flexibel zu arbeiten und zu reagieren. Medienleute sind stärker belastbar und möglicherweise här-

ter als viele Kollegen aus anderen Branchen. Denn im tagesaktuellen Mediengeschäft unter dem Druck des öffentlichen Interesses müssen die handelnden Personen schnell reagieren - und dürfen sich wenige Fehler erlauben.

Wie besetzen Medien wichtige Positionen - über professionelle Personalrekrutierung oder mehr über Bauchgefühl und Beziehungen?

Schuricht: Personalauswahl wird immer von persönlichen Bekanntschaften, gemeinsamen beruflichen Erfahrungen und Netzwerken beeinflusst. In Medienhäusern ist professionelles Headhunting sicher weniger verbreitet als in anderen Branchen. Vitamin B hilft bisweilen, eine Tür zu öffnen. Wirklich Karriere machen am Ende aber nur die Guten.
Interview: Roland Karle