

„Das hat Gruner + Jahr besser gemacht“

TAZ-GESPRÄCH Wie findet man einen Chefredakteur für das wichtigste Politmagazin des Landes? Eine Anleitung von Personalberater Frank A. Linden

taz: Herr Linden, angenommen, Sie hätten einen neuen Chefredakteur für den *Spiegel* suchen müssen, wie wären Sie vorgegangen?

Frank A. Linden: Bei einer Besetzung, die von derart großem öffentlichem Interesse begleitet wird, geht dies nur über die diskrete Direktansprache. Zunächst muss man mit den Verantwortlichen, in diesem Fall den Gesellschaftern des *Spiegels*, ein Profil diskutieren. Dann erstellt man eine sogenannte Short List mit potenziellen Kandidaten. Das wäre in diesem Fall ein überschaubarer Kreis. Es gibt nicht viele Journalisten, die für die Position des *Spiegel*-Chefredakteurs infrage kommen.

Warum das?

Man hat hier zwei Prioritäten. Er muss erstens ein herausragender Redakteur, Netzwerker und Ideengeber sein und zweitens ein exzellenter Chef, der sich mit persönlicher und fachlicher Autorität in der komplexen Gemengelage des *Spiegels* durchzusetzen weiß.

Wie geht es dann weiter?

Die Identifikation und Ansprache der Kandidaten geht in diesem Fall rasch, alle Spieler sind ja bestens bekannt. Was danach kommt, dauert oft länger. Bis sich die Beteiligten geeinigt haben, vergehen oft mehrere Wochen.

Wie garantieren Sie, dass niemand der Beteiligten Namen ausplaudert?

Obwohl wir überwiegend für die Industrie tätig sind, haben mein Team und ich eine Reihe von Chefredakteuren gesucht. Die Beteiligten selbst halten sich immer an die Diskretion.

Beim Spiegel sickerte die Entlassung der beiden alten Chefredakteure Mathias Müller von Blumencron und Georg Mascolo durch.

Das hatte etwas damit zu tun, wie die beiden entlassen wurden. Ein Plan war offensichtlich nicht dahinter. Es sieht so aus, als ob mehrere Ebenen nicht mehr miteinander konnten: Die Chefredakteure hatten Probleme unter sich und mit den Kollegen, die Verlagsleitung mit ihren Füh-

rungskräften. Die Kontroverse um die Bezahlschranke für *Spiegel Online*, die öffentlich angeführt wurde, kann jedenfalls nicht der Auslöser gewesen sein: Das ist in erster Linie ein Thema der Geschäftsführung und taugt nicht als Erklärung für Hauruck-Entscheidungen. Da ist wohl einfach jemandem der Geduldsfaden gerissen.

Woran machen Sie das fest?

Mich hat erstaunt, dass der Prozess der Kandidatensuche offenbar nicht vor der Entlassung der beiden alten Chefredakteure begonnen hat. In gut geführten Industrieunternehmen ist dies bei exponierten Positionen gang und gäbe: Man beauftragt eine Executive-Search-Firma im Vorfeld, um diskret einen möglichst geregelten Übergang zu gewährleisten. Auch beim *Spiegel*-Miteigentümer Gruner + Jahr konnte man in letzter Zeit mehrfach besichtigen, wie man es besser macht.

Denken Sie, dass für die Suche ein Personalberater engagiert wurde?

Die Verlage sind bei solchen Positionen eigentlich in der Lage, selbst jemand Geeigneten zu finden. Es kann natürlich sein, dass sie sich einen Headhunter zur Unterstützung an die Seite geholt haben.

Jetzt haben Sie gerade selbst die Bezeichnung „Headhunter“ benutzt. Ist das in Ihrer Branche nicht ein völlig verpönter Begriff?

Das mag für bestimmte Firmen gelten, ich halte das für Dünkel. Unser Job ist die Suche nach guten Köpfen. Warum sollte ich dafür den sperrigen Begriff „Executive-search-Berater“ verwenden? Headhunter passt da besser.

Herr Linden, ich danke Ihnen für das Gespräch.

INTERVIEW: MAREN HENNEMUTH

Frank A. Linden

■ ist Geschäftsführer der Personalberatung Linden & Company, die er 2001 gründete. Zuvor arbeitete er als Wirtschaftsredakteur bei *Busi-*



Foto: privat