

Die 100 wichtigsten Macher der Branche

Wer trotz der Krise mit kreativen Konzepten? Wer hat in den vergangenen Monaten tragfähige und wegweisende Geschäftsideen entwickelt? Die W&V-Redaktion präsentiert die **Top-Manager des Jahres 2010**.

▶ Wann immer innerhalb der Medienbranche eine wegweisende Diskussion aufkam, Mathias Döpfner prägte sie maßgeblich mit. Ob es um das Selbstmitleid von Verlagen ging, Urheberrechtsverletzungen oder die Finanzierung von Qualitätsjournalismus im Netz – der Vorstandschef von Springer entwickelte sich im vergangenen Jahr zum Vordenker der Branche. Weil er zudem das eigene Unternehmen gut durch die Krise steuerte und einige strategische Investitionen tätigte, entschied sich die W&V-Redaktion, Mathias Döpfner zum besten Manager der Kommunikationsbranche im Jahr 2010 zu wählen.

Zum vierten Mal erstellt W&V nun das Ranking der 100 wichtigsten Manager. Im Gegensatz zu anderen Listen, bei denen der Blick in die Vergangenheit dominiert und lediglich die Leistung der zurückliegenden Monate honoriert wird, ist hier der Blick in die Zukunft entscheidend. Wer hat in seinem Job die Weichen so gestellt, dass er 2010 eine prägende Rolle im Markt spielen wird, lautet die zentrale Frage. Mathias

Döpfner wird dies sein. Ebenso Matthias Ehrlich, der agilste aller Online-Manager. Auch er prägt die strategischen Diskussionen und unternahm einige wegweisende Schritte. Darunter auch eine Kooperation mit Axel Springer – die Celebrity-Site Top.de. An Ehrlich, so die Überzeugung der W&V-Redaktion, führt 2010 kein Weg vorbei.

Auf Rang drei dann ein Altbekannter, den viele nicht mehr auf der Rechnung hatten – der Verleger Dieter von Holtzbrinck. Keiner der Investoren, die in den vergangenen Jahren für Schlagzeilen sorgten. Keiner, der kurzfristig Rendite machen will, sondern ein Verleger alter Schule, dem es um die langfristige Sicherung seines Familienunternehmens geht.

Die erste Frau auf Platz vier: Tina Müller, die das weltweite Kosmetikgeschäft von Henkel verantwortet. Sie hat mutig ins Marketing investiert, die Werbeausgaben gesteigert und die Traditionsmarke Schwarzkopf verjüngt. Gute Voraussetzungen, um im Jahr 2010 erfolgreich zu sein.

Helmut van Rinsum ▶ hvr@wuv.de



▶ **Ralf Heller** Gründer und CEO der Virtual Identity

Mit der Übernahme der Social-Media-Spezialisten Knallgrau hat Ralf Heller seine Firma aussichtsreich im Markt platziert. Kampagnen und Unternehmenspräsenzen im Social-Media-Segment werden 2010 stark zulegen. Bei Kunden punktet Heller dabei künftig mit der Expertise von zwei Digital-Agenturen.

Hans Fink Geschäftsführer MM Merchandising Media ◀

Der Manager hat in einem rückläufigen Musikmarkt eines der erfolgreichsten Geschäftsmodelle für Diversifikation bei ProSiebenSat.1 etabliert. Er wird neben Udo Lindenberg und A-ha weitere Künstler an die Senderfamilie binden. Auch wird er das Prinzip „Werbezeit gegen Umsatzbeteiligung“ ausbauen.