

Keine Lust mehr aufs Managerleben

Zeron: Ex-Pleon-Chef Timo Sieg meldet sich zurück – als Unternehmer und Senior Partner einer kleinen Düsseldorfer PR-Agentur

Von Mehrdad Amirkhizi

Ist er es oder ist er es nicht? Man muss schon genau hinschauen, um Timo Sieg wiederzuerkennen. Der ehemalige Europa-CEO und Global Partner des PR-Networks Ketchum Pleon hat sein Äußeres verändert: Haare kinnlang, Vollbart, dicke Kreativenbrille. Auch den Businessanzug hat der 47-Jährige gegen legere Kleidung getauscht. Kurzum: Mit dem Bankerlook von einst hat Siegs Auftritt nichts mehr zu tun.

Das soll auch so sein. Der Typwandel ist bewusst gewählt. Sieg will zeigen, dass er mit dem hektischen Managerleben abgeschlossen hat. Heute New York, morgen London, übermorgen Shanghai – das ist nicht mehr seine Welt. Dabei hat es durchaus Angebote gegeben, nach seinem Ausstieg bei Ketchum Pleon vor einem Jahr bei einer anderen Agenturkette anzuheuern, sagt Sieg. Er habe aber keins davon ernsthaft geprüft. Für ihn stand fest, dass sich in seinem Leben etwas Grundsätzliches ändern muss. „Ich wollte wieder mehr Zeit für mich, für meine Kinder und meine vielseitigen anderen Interessen haben. Ich möchte nur noch Dinge tun, auf die ich Lust habe – mit Leuten, die ich mag“, betont Sieg.

Davon hat es bei Ketchum Pleon bestimmt auch einige gegeben, zuletzt aber wohl immer weniger. Siegs Ausstieg bei dem Omnicom-Network, bei dem er Mitglied im obersten Entscheidungsgremium war, verlief sehr geschäftsmäßig. Man könnte auch sagen: stilllos. Nach 15 Jahren in Diensten der Agentur, davon viele an der Spitze, gab es nur ein paar warme Worte via Pressemitteilung. Sie

wurde während Siegs Urlaub veröffentlicht. Sein Name und Bild verschwanden sofort von der Website, obwohl er laut offizieller Sprachregelung bis Ende 2011 an Bord bleiben sollte.

Sieg, für seine rationale Sichtweise bekannt, blickt dennoch ohne Groll zurück und verweist auf die Mechanismen, die bei einer Trennung greifen. Gleichzeitig will er mit dem Vorurteil aufräumen, dass er in dem fusionierten Network keinen Gestaltungsspielraum mehr hatte. „Das ist Quatsch“, sagt Sieg. Vielmehr sei es so: „Als Networkmanager genießt man zahlreiche Privilegien, muss aber auch jede Menge einbringen – zum Beispiel bedingungslosen Einsatz, hohe Kompromissfähigkeit und sehr viel Zeit. Wenn man das nicht mehr kann oder will, ist in der Regel relativ schnell Schluss.“

Bei Sieg war beides der Fall. Er konnte nur noch wenig bieten, weil das Angebot von Pleon deutlich geschrumpft war. Der Bereich Finanzkommunikation hatte ge-

litten, das Gleiche gilt für Public Affairs und Corporate Communications. So etwas verschiebt natürlich die Gewichte. Aus dem Merger unter Gleichen wurde de facto eine Übernahme. Hinzu kommt: Sieg wollte auch gar nicht mehr bieten. Weiter rund um die Uhr in der Weltgeschichte unterwegs zu sein, kam für ihn nicht infrage. Zudem war für ihn in dem US-dominierten Network als Europa-CEO karrieretechnisch ohnehin das Ende der Fahnenstange erreicht. Also einigte man sich, getrennte Wege zu gehen – kurz und schmerzlos. Bei solchen Dingen können die manchmal recht trägen Networks sehr schnell agieren.

Jetzt meldet sich Sieg zurück: als Unternehmer und PR-Mann, Letzteres aber nur in Teilzeit. Er steigt als Senior Partner bei der jungen Düsseldorfer PR-Agentur Zeron ein. Dort wird er ein bis zwei Tage die Woche tätig sein und Gründerin Vivian Stürmann als Sparringspartner zur Seite stehen. Darüber hinaus hat Sieg eine

Beteiligungsgesellschaft gegründet, mit der er bei verschiedenen Unternehmen engagiert ist, darunter eine stahlverarbeitende Firma sowie je eine aus der Systemgastronomie und der IT-Branche. Geplant ist zudem eine 25-prozentige Beteiligung an der Agentur Zeron, die bislang Stürmann allein gehört.

Die 42-Jährige und Sieg kennen sich aus gemeinsamen Zeiten in den 90er Jahren bei der Marketingberatung Ifam. Zwar haben die beiden danach nicht mehr zusammengearbeitet – Sieg ging zum Marktführer Kohtes Klewes, Stürmann zu Bluechip, später zu deren Mutter Cayenne –, sie verloren sich aber nie aus den Augen und blieben befreundet. „Wir denken gleich und haben ähnliche Vorstellungen. Da ist eine berufliche Zusammenarbeit nur konsequent. Und dann kam die passende Gelegenheit“, sagt Stürmann. Zusammen mit Sieg will sie ihrer Agentur neue Impulse geben. „Für mich ist Timo ein ganz wichtiger

Sparringspartner. Mit ihm als Partner will ich die Agentur weiterentwickeln und gern auch wachsen. Ohne dass wir dabei unseren Charme verlieren – denn auch der macht uns aus“, sagt Stürmann.

Damit spielt sie auf die überschaubar Größe ihres Teams an. Zeron, im Juli 2011 aus der früheren PR-Unit von Cayenne hervorgegangen (siehe Kasten), hat zwölf Mitarbeiter. Damit bewegt sie sich in einer anderen Welt als die, aus der Sie kommt. Dennoch sieht er großes Marktpotenzial für die Firma: „Für mich ist das Reizvolle, dass Zeron in puncto Beratungs- und Konzeptstärke, PR-Knowhow, Leistungsspektrum und Qualitätsstandards in der Liga der ganz Großen spielt, kombiniert mit der Schnelligkeit, Flexibilität und dem Spirit einer kleinen Agentur: ein perfekter Mix“, sagt der ehemalige Networkchef.

Dennoch stellt sich die Frage, wie jemand, der zuletzt mitverantwortlich war für über 120 Büros und rund 4000 Angestellte, bei einer Zwölf-Mann-Agentur zurechtkommt. Das wissen auch die neuen Partner. „Natürlich wird es eine andere Art des Arbeitens sein. Er kann sich jetzt wieder voll auf die Inhalte konzentrieren und muss sich nicht mehr überwiegend um Managementthemen kümmern, wenngleich es die bei uns natürlich auch gibt“, sagt Stürmann. Zwar soll Sie auch bei Zeron nicht voll ins operative Tagesgeschäft mit Endverantwortung für einzelne Auftraggeber einsteigen. Von seiner tiefen Kenntnis des Agentur- und Kundenmarkts sowie seiner Analysestärke verspricht sich die Agenturchefin dennoch einiges: „Ich bin mir sicher, dass Zeron, aber auch unsere Kunden von der Partnerschaft profitieren werden.“

Timo Sieg unterstützt Zeron-Chefin Vivian Stürmann



Neustart mit Kunden und Mitarbeitern der Ex-Cayenne-Unit

Die PR-Agentur Zeron (abgeleitet von „from zero on“) ging im Juli 2011 an den Start. Ein richtiger Newcomer ist die Firma aber nicht. Vielmehr handelt es sich um die frühere PR-Unit der Werbeagentur **Cayenne** (heute McGarry Bowen). Deren Co-Chefin Vivian Stürmann hat sich nach dem Komplettverkauf der Agentur an die japanische Dentsu-Gruppe selbstständig gemacht. Die Arbeit in einem Network kam für die 42-Jährige nicht infrage: „Ich bin Unternehmerin und habe keine Lust auf Reporting- und Strukturthemen.“ In die Selbstständigkeit sind ihr nicht nur alle Mitarbeiter, sondern auch die Kunden

gefolgt. Dazu gehören Krombacher, Schweppes, Kikkoman, Lieken, Kamps, Tele 2 sowie der Bundesverband Glasindustrie. Neu auf der Kunden-



Die Räume von Zeron in den Schwanenhöfen

liste des zwölfköpfigen Teams stehen der Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie sowie das IT-Unternehmen CGI. Bis Ende des Jahres peilt Zeron einen Honorarumsatz von 1,5 Millionen Euro an. Ihren Sitz hat die Agentur in einem Werkstattloft auf einem früheren Produktionsgelände von Henkel in den Düsseldorfer Schwanenhöfen. Dort entsteht derzeit ein Dienstleistungszentrum. Ebenfalls dort untergebracht ist die Werbeagentur **Rookie**, mit der Zeron eng zusammenarbeitet. Für den Bereich Online-Kommunikation gibt es eine Kooperation mit der Kölner Agentur Netzlabor.