

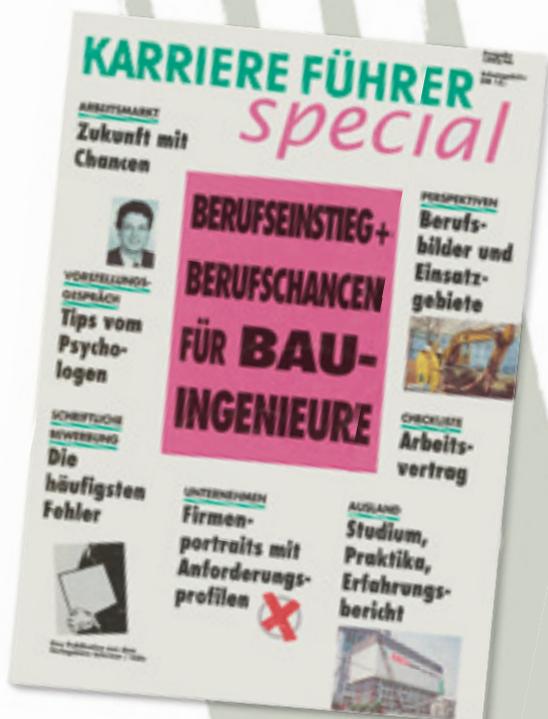


# Studenten-Futter seit 25 Jahren



# Verlagsgründer **Dietrich Schirmer** verrät, was der **karrierefürher** und gutes Essen gemeinsam haben

**Seit 25 Jahren** produziert der **karrierefürher** Studenten-Fut-ter für den Berufseinstieg. Die Reihe steht seitdem für nahr-hafte Informationen, geschmacklich abgerundete Geschichten und gut portionierte Tipps. Als Gründer war Dietrich Schirmer der Chefkoch des Verlags – und zwar im doppelten Sinne, denn seit jeher ließ er sich vom Ko-chen inspirieren und übertrug seine Kennerschaft auf die Medienarbeit. Ende 1997 reichte er dann Rezeptbuch und Kochlöffel weiter an Viola Strüder, die bereits während ihres BWL-Studiums an der FH Köln hinter diversen Töpfen für den **karrierefürher** gearbeitet hatte. Der Gründer Diet-rich Schirmer wurde dieses Jahr 70 Jahre alt und lebt heute in der Provence. Er kocht weiterhin gerne, züchtet Tomaten und baut eigenen Wein an. Zum Jubiläum sprach *Fred Blumenthal* mit ihm über die Originalrezeptur des **karrierefürher**.



**Herr Schirmer, ein guter Koch weiß, mit welchem Gericht er seinen Gästen eine Freude machen kann. Welche Zielgruppe hatten Sie vor Augen, als Sie vor 25 Jahren den karrierefürher ins Leben riefen?**

Absolventen der Fachhochschulen. Es gab Mitte der 80er-Jahre bereits einige Medien mit Hochschulbezug, angesprochen wurden dort aber immer nur Uni-Absolventen. Zusammen mit meinem Freund Dr. Georg von Landsberg, der damals als Unternehmensberater und später als Fachhochschulprofessor arbeitete, kam ich zu der Ansicht, dass es ein Medium geben müsse, das gezielt dem FH-Absolventen Informationen für den erfolgreichen Berufseinstieg und die berufliche Weiterentwicklung bietet. Einen „Karrierefürher Fachhochschulen“ eben. Wir wollten, dass die „Underdogs“ von der FH zu den Uni-Absolventen aufholen. Das hat schließlich so gut funktioniert, dass wir 1993 unsere Zielgruppe erweiterten und uns dann auch an die Universitäts-absolventen richteten.

**Wie hat sich der karrierefürher als Qualitätsmedium definiert? Was war – und ist – hier die besondere Würze?**

Zum einen hat der **karrierefürher** von Beginn an aktuelle und zielgruppenspezifisch aufbereitete Informationen zu allen Aspekten des Berufseinstiegs angeboten. Wir waren immer besonders nah dran an den Lesern – auch, weil unsere jungen Autoren vielfach selber noch Studenten waren und sich auf die Sprache und die Themen der Zielgruppe verstanden. Es ist immer wieder wohltuend zu beobachten, dass alle neu geschaffenen **karrierefürher**-Publikationen der vergangenen 25 Jahre diesem Prinzip treu geblieben sind. Hinzu kommt, dass es immer unser Ziel war, den Lesern gewisse Extras mit Mehrwert zu bieten. Dazu zählten zunächst Service-Rubriken mit Adressen; später kamen dann Unternehmensporträts potenzieller Arbeitgeber sowie ab 1996 der Internetauftritt hinzu. Mit unserer ersten Homepage waren wir früh dran, weil wir erkannten, dass unsere Zielgruppe das Internet schnell für sich entdecken wird. Wenn ich heute ab und zu mal reinschaue, sehe ich die Weiterentwicklung des heutigen Teams hin zu den Social Media und Apps.

**Ihre Kochkünste sind legendär – und immer wieder fanden Sie Analogien zwischen einem guten Essen und einem guten Medium. Welche Zutaten braucht man, um ein ausgezeichnetes Essen zubereiten zu können?**





Dietrich Schirmer hat sich vor rund zehn Jahren aus dem Verlag zurückgezogen und lebt heute in Südfrankreich. Auf dem Foto sieht man ihn in seinem kleinen Weinberg.

## Dietrich Schirmers Pesto-Rezept

### Zutaten für 4 Personen

2 Handvoll frisches Basilikum  
(auch dünne Stiele dürfen verarbeitet werden)  
8 Würfel (ca. 2 x 2 cm) Parmesankäse  
(ggf. auch 4 Parmesan- und 4 Pecorino-Käse-Würfel)  
6-8 Knoblauchzehen (so frisch wie möglich)  
Am besten: Lila Knoblauch. Ist der Knoblauch „alt“, z. B. im Winter gekauft, geschälte Zehen hälftig schneiden und den ggf. grünlichen Kern entfernen (kann sonst leicht bitter wirken).  
1 Handvoll Pinienkerne (Achtung: sind nicht ganz billig), evtl. können auch Walnusskerne verwendet werden, doch sind Pinienkerne wirklich besser.  
2-3 Tassen bestes Olivenöl, frisch gepresst  
1 Teelöffel Meersalz (Fleur de Sel)  
ca. 10 Pfefferkörner (hälftig weiß und schwarz)

### Zubereitung

Variante 1 (einfach)  
Alle Zutaten in den Elektromixer geben und gut durchmischen bis zur cremigen Konsistenz  
Variante 2 (aufwendiger, aber besser)  
Das Basilikum in einem geeigneten Handmörser unter Zugabe von 3-4 Esslöffeln Olivenöl „zermahlen“, sodann alle anderen Zutaten im Mixer bis zur cremigen Konsistenz mixen und abschließend „zermalmtes“ Basilikum untergeben, abschmecken, falls erforderlich nochmals (vorsichtig) salzen und pfeffern.

### Schlussbemerkung

Wegen der doch erhöhten Knoblauchdosierung ist nach dem Genuss dieses Pestos intensiver Kontakt in der Öffentlichkeit für die Dauer von ca. 12 Stunden zu meiden.

„Gute Zutaten braucht man auch in den Medien. Und das ist in dieser Branche ein gut zusammengesetztes Team aus Redakteuren, Autoren und Marketing-spezialisten.“

Ein ausgezeichnetes Essen verlangt frischeste Produkte von Strauch, Beet, Baum, Wiese oder Kuh. Ausgereift müssen sie sein, keine Äpfel, die monatelang in der Kühlkammer gelegen haben, bevor sie endlich in den Verkauf kommen.

**Einige Unternehmen zahlen Boni, Sie haben Ihrem Team nach guten Leistungen mit exzellenten Abendessen gedankt. Mit welchem aktuellen Lieblingsrezept würden Sie Ihre Mannschaft heute belohnen?**

25 sauber gedüngte, gut ausgereifte Kirschtomaten von meinem eigenen Strauch im Backofen rund 20 Minuten bei 180 Grad backen. Vorher bestes Olivenöl – natürlich aus der Provence – darübergerben, leicht mit „Fleur de Sel“ bestreuen, etwas gemahlener weißer Pfeffer, eine Prise gemahlener Cayenne. Nach dem Backen die Tomaten mit dem Pürierstab zerkleinern und über al dente gekochte Spaghetti oder Tagliatelle geben. Dazu gehobelter Parmesan und einige Blatt Basilikum obendrauf – das schmeckt göttlich!

**Haben Sie denn damals tatsächlich im Verlag gekocht?**

Ja, ich rückte mit vier Camping-Kochplatten und einem Kofferraum voll Utensilien an – und los ging es. Ich habe meine mobile Küche kreuz und quer zwischen den Computern hindurch verkabelt und versucht, meinen Leuten in diesem ungewöhnlichen Kochumfeld eine gute Mahlzeit zuzubereiten. Und ganz nebenbei gab es einen wunderbaren Lerneffekt für mich und mein Team: Wenn man in diesem Geschäft eines können muss, dann ist das Improvisieren.

**Was hat der Verleger Dietrich Schirmer vom Koch Dietrich Schirmer gelernt?**

Gute Zutaten braucht man auch in den Medien. Und das ist in dieser Branche ein gut zusammengesetztes Team aus Redakteuren, Autoren und Marketingspezialisten. Dabei kommt es immer auf die Qualität an, ich mag weder Fastfood noch Fastfood-Journalismus. Beim Kochen heißt es: Das Auge isst mit. Auf die Medien übertragen bedeutet dies, dass ein gutes Layout den Wert eines Textes noch erhöht. Rezepte und auch Publikationen gelingen dann, wenn man mit Begeisterung und Esprit an die Sache herangeht. Entscheidend ist zudem, dass die Präzision und das Timing stimmen. Schlecht geschnittenes Gemüse und zu lange gekochte Pasta stehen für ein missratenes Essen, schwache Texte, längst überholte Informationen für ein wenig qualitatives Medium.





„1997, 1998 war nach der Gründungsphase die zweite große Pionierzeit des Verlags und ich merkte: Das junge Gemüse macht das gut.“

**Sprechen wir über Karrieren: Guter Wein ist nicht für 1,50 Euro zu haben, auch ein gutes Steak hat seinen Preis. Ist das auch das Geheimnis einer erfolgreichen Karriere: dass man viel Selbstwertgefühl besitzt und sich nie unter Wert verkaufen darf?**

Selbstwertgefühl ist sicher wichtig, jedoch kann es sehr leicht in Selbstüberschätzung abdrehen. Ich glaube, es gibt nur sehr wenige Menschen, die ihren Wert tatsächlich richtig einschätzen. In bestimmten Situationen war es mir immer lieber, wenn jemand dachte: „Der Schirmer hat mehr drauf, als er von sich preisgibt.“ Ich habe den Spruch „Bescheidenheit ist eine Zier, doch weiter kommt man ohne ihr“ immer für falsch gehalten.

**Sie haben in Ihrem Leben viele unterschiedliche unternehmerische Dinge getan. Ihr Tipp für Einsteiger in die Berufswelt: Wie kann es gelingen, die Augen immer offen für neue Chancen zu haben?**

Das ist oft nicht einfach. Ich habe immer sehr gründlich geprüft, ob meine neuen Produkte wirklich Chancen auf dem Markt haben. Die Leitfrage lautet: Gibt es eine ausreichend große Zielgruppe? Dabei hatte ich meistens das Glück, dass ich die Einführung neuer Produkte intensiv mit bewährten Mitarbeitern diskutieren konnte, um dann letztlich eine Entscheidung zu treffen. Ein Beispiel aus der Geschichte des **karrierefürher**: Anfang der 90er-Jahre las ich in den Medien immer wieder Schlagzeilen wie „Bauingenieur-Absolventen in neuen Bundesländern dringend gesucht“. Da war er, der Markt. Innerhalb von höchstens drei Wochen hatten wir die Nullnummer eines „**karrierefürher** Spezial Bauingenieure“, eine gut aufgestellte Redaktion sowie am Ende ein beachtliches Anzeigenergebnis.

**Der karrierefürher bekam Ende der 90er-Jahre ein völlig neues Erscheinungsbild. Zudem gaben Sie das Kommando in der Verlagsküche an Viola Strüder weiter. Was war damals der Auslöser für den Relaunch?**

Der Verlag war damals in einer schwierigen Phase. Viele andere Verlage brachten Magazine für Hochschulabsolventen auf den Markt. Mir wurde klar, dass der Verlag auf diese neue Situation reagieren muss. Langjährige studentische Mitarbeiter hatten ebenfalls ihren Abschluss in der Tasche, und so gab es für den Verlag auch intern einen Umbruch und Neustart. Viola Strüder stand 1997 kurz vor dem Abschluss ihres Studiums und war bereits studienbegleitend

als studentische Mitarbeiterin erfolgreich und begeistert im Verlag tätig. Ich schlug ihr vor, meine Nachfolgerin zu werden. Als ich ihr zusagte, dass sie verändern dürfte, was sie verändern wollte, sagte sie zu. Heute würde man das wohl ein gutes Change Management nennen. In kürzester Zeit wurde alles radikal erneuert: Optik, Inhalte, es kamen neue Titel hinzu. Kooperationen und Medienpartnerschaften wurden aufgebaut, der **karrierefürher** auf Messen präsentiert. 1997, 1998 war nach der Gründungsphase die zweite große Pionierzeit des Verlags und ich merkte: Das junge Gemüse macht das gut.

**Ein weiterer Einschnitt folgte Ende 2002, als Sie den Verlag an eine große Mediengruppe verkauften.**

Ich war damals 61 Jahre alt und hatte nicht vor, bis 70 am Verlagsherd zu stehen. Trotzdem musste der Ofen für das junge Team ja weiter heizen – also habe ich, wenn man so will, den bestmöglichen Pächter gesucht und ihn mit der Medien Union Ludwigshafen gefunden.

**Und was machen Sie heute?**

Leben. (lacht) Ich züchte Tomaten, baue in ganz kleiner Menge Wein an, pflege ein Beet mit 23 Küchenkräutern, die hier prächtig gedeihen (auch, weil ich täglich mit ihnen spreche!), koche weiterhin sehr gerne und genieße das Savoir-vivre in Südfrankreich. Ehrlich gesagt, ich vermisse den **karrierefürher** zwar nicht, aber ich freue mich, wenn ich ihn zugeschickt bekomme – egal ob als Print oder Link in einer E-Mail.

**Herr Schirmer, herzlichen Dank für das Gespräch!**

**Die Küchenchefs der Gründerzeit 1987 ...**

... waren ältere Semester: Verlagsgründer und Kaufmann Dietrich Schirmer, Jahrgang 1941, Herausgeber Prof. Dr. Georg von Landsberg, Jahrgang 1943 und Professor für BWL, Informatik und IT-Controlling, sowie als Mitglied im wissenschaftlichen Beirat Dr. Elmar Mayer, Jahrgang 1923, Controlling- und Rechnungswesen-Papst. Herausgeber der **karrierefürher**-Reihe ist heute die Transmedia Verlag GmbH & Co. KG.



# Kost-Proben

Die Entwicklung der **karriereführer-Reihe** von 1987 bis heute

## Vom Generalisten zum Spezialisten

Mit einer Auflage von 17.500 Exemplaren ging der **karriereführer** fachhochschulen 1987 an den Start. Heute hat die **karriereführer**-Print-Reihe eine Auflage von 250.000 Exemplaren und die Titel erscheinen zudem als E-Paper und iPad-App.

- 1987 Start des **karriereführer** fachhochschulen
- 1993 Veröffentlichung der ersten „line-extension“ **karriereführer** bauingenieure
- 1993 Umbenennung des **karriereführer** fachhochschulen in **karriereführer** hochschulen
- 1994 **karriereführer** finanzdienstleistungen
- 1995 **karriereführer** multimedia
- 1996 **karriereführer** geht online unter [www.karrierefuehrer.de](http://www.karrierefuehrer.de)
- 1998 **karriereführer** informationstechnologie
- 2000 **karriereführer** life sciences
- 2001 **karriereführer** automobile geht online unter [www.karrierefuehrer-automobile.de](http://www.karrierefuehrer-automobile.de)
- 2002 **karriereführer** jura
- 2003 **karriereführer** recht
- 2003 **karriereführer** life sciences/chemie
- 2005 **karriereführer** consulting
- 2005 **karriereführer** handel
- 2006 **karriereführer** ingenieure
- 2006 **karriereführer** naturwissenschaften
- 2006 **karriereführer** china
- 2007 **karriereführer** vertrieb
- 2008 **karriereführer** mittelstand
- 2008 **karriereführer** asien
- 2008 **karriereführer** europa
- 2010 **karriereführer** wirtschaftswissenschaften
- 2010 **karriereführer** erneuerbare energien
- 2011 **karriereführer** frauen in führungspositionen
- 2012 **karriereführer** banken/versicherungen
- 2012 **karriereführer** green-tech



## Das zweite Geschäftsfeld: **Pfiffige Beilagen aus dem medialen Catering-Service**

2003 hat das **karriereführer**-Team ein weiteres Geschäftsfeld aufgebaut. Es konzipiert und produziert kreative Jobmagazine für auflagenstarke Qualitätstageszeitungen. Sie erscheinen zweimal jährlich als Supplements der Hauptmedien. So erstellt der Verlag

seit 2005 **BERUFSTZIEL**, den **medialen Mentor für Young Professionals**, für die Süddeutsche Zeitung,

seit 2006 **S-taff – das Jobmagazin für Baden-Württemberg** für die Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten,

von 2007 bis 2010, als Begleitkampagne zu „Europas Kulturhauptstadt 2010“, **Aufsteiger – das Jobmagazin für das Ruhrgebiet** für die WAZ-Mediengruppe.

2009 als Pilotprojekt **karriere.report**, das Jobmagazin für das Hamburger Abendblatt.

Man nehme:

- Leidenschaft für Printmedien
- Begeisterung für elektronische Medien
- Gespür für Trends in Arbeitswelt und Gesellschaft
- Sinn für Ästhetik
- Kreativität, Innovationsgeist
- Umsetzungsstärke
- Veränderungsbereitschaft





### karrierefürher – Pioniere im Personalmarketing

Die **Vision**: Pionier, Voraus- und Querdenker sein – das ist der Anspruch des **karrierefürher**. Begeisterung für Berufsfelder und Branchen entfachen – das ist das Ziel des Verlages. Mit Kreativität, Innovationsgeist, Marktnähe und Schnelligkeit generiert das **karrierefürher**-Team immer wieder neue attraktive Medien und will in der demografischen Entwicklung Lösungspartner Nummer eins im Personalmarketing sein. Die **Mission**: Menschen vernetzen und zusammenführen, Hochschulabsolventen beraten und Unternehmen passgenaue Lösungen für ihren Personalbedarf anbieten.

### Wo die Buchstabensuppe gekocht wird:

Seinem ursprünglichen Standort im Herzen des Kölner Universitätsviertels, also nah dran an seiner Zielgruppe, blieb der **karrierefürher** bis heute treu. Die kreative Medienküche ist im Loft-Ambiente eines denkmalgeschützten Altbaus mit viel Licht und Luft zum Fantasieren und Umsetzen neuer Ideen untergebracht.

### Die Küchenbrigade:

Der **karrierefürher** wurde und wird von Absolventen für Absolventen gemacht. Die Mitarbeiter des Verlags fingen meist als Studierende, Auszubildende oder Trainees an – und blieben. Viele Ehemalige erinnern sich gerne an ihre Stationen im **karrierefürher**-Team. Sie gingen danach ins Ausland, bekleiden heute verantwortliche Positionen in der Medienbranche, im Personalwesen, in Agenturen oder wurden selbst Unternehmer. Etliche von ihnen halten immer noch den Kontakt zum Verlag, sind Kunden, Berater, Kooperationspartner, Dienstleister oder freie Mitarbeiter.

### Mediale Nachwuchsköche (m/w) und Nachwuchskellner (m/w):

Seit 2001 bildet der Verlag auch regelmäßig selbst aus und wurde 2009 und 2010 für „herausragende Leistungen in der Berufsausbildung“ von der IHK Köln ausgezeichnet. Angeboten wird die Ausbildung zum/zur Medienkaufmann/Medienkauffrau Digital und Print (IHK). Mehr unter [www.transmediaverlag.de](http://www.transmediaverlag.de)



### Digital neu komponiert

Seit 1996 ist der **karrierefürher** online und wurde seither kontinuierlich weiterentwickelt. Seit 2010 treibt das **karrierefürher**-Team den Ausbau der **crossmedialen Marke** über „Multi-Channel“ voran: Verschiedene **Apps** für **iPhone** und **iPod**, alle Printausgaben als **E-Paper** und **iPad-App**, eine **Mobilesite**, die Einbindung von **QR-Codes**, eine **Mediathek** mit **Arbeitgebervideos**, der Auftritt des **karrierefürher** in den **Social Media** wie Facebook, Twitter, Xing, Flickr, Youtube und im iTunes-Store.

