



Warum es **Harald Fortmann** nicht mehr reicht, nur Manager für die Digitalisierung zu suchen

Schon bei Dwight Cribb hat Harald Fortmann im digitalen Bereich Köpfe an Unternehmen vermittelt. Aufgrund des Executive-Fokus waren das meist Führungskräfte. Das reicht ihm nicht mehr, deshalb kehrt er ins Unternehmerfeld zurück. Dem Digitalen und dem Feld Personalberatung bleibt er zwar in seiner neuen Funktion treu, aber er hat auch Neues vor: So verlässt der 45-Jährige Dwight Cribb und steigt zum 1. September als Mitgesellschafter in Katharina Wolffs Premium Consultants ein. Gemeinsam wollen die beiden die Full-Service-HR-Beratung im digitalen Sektor vorantreiben.

Künftig will Fortmann Unternehmen auch strategisch beraten, nicht nur Konzepte erstellen, sondern ganze Teams und Abteilungen aufbauen und als Sparringspartner durch die digitale Transformation führen. Hierfür schaffen Wolff und er ein Partnernetzwerk mit HR-Dienstleistun-

gen – von der Karriereberatung und dem Coaching bis hin zu Interims-Teams.

Das Schlagwort „Netzwerk“ trifft ohnehin eine von Fortmanns Stärken: In der digitalen Wirtschaft ist er seit Mitte der 90er aktiv, hat Advertising.com und AOL Advertising geführt und später die Agentur Yellow Tomato (später Pixelpark Performance) mitgegründet. Er kennt also die operative Seite wie auch die Akteure der digitalen Wirtschaft bestens.

Auch der Kontakt mit Katharina Wolff kam durch das Netzwerk zustande: Vor rund drei Jahren lernten sie sich bei der Moderation des Online-Karrieretags von Thomas Promny kennen und blieben danach im Austausch. Nun hat sie ihn als erfahrenen Partner an Bord geholt. **rp**



Bei Ogilvy & Mather wird **Björn Bremer** neuer Kreativchef in Frankfurt

Das ging dann doch schnell: Kurz nachdem Ogilvy den Wechsel des Kreativen Felix Fenz ins Berliner Büro bekannt gegeben hatte (W&V 34/2016), folgte die nächste Personalie. Den freien Posten als Kreativchef des Frankfurter Hauptstandorts übernimmt Björn Bremer, bislang CCO und Partner bei M&C Saatchi. Im November soll er anfangen.

Für das WPP-Network bedeutet Bremers Wechsel vor allem Zeit zum Durchschnaufen. Stephan Vogel, CCO von Ogilvy Deutschland und bisher verantwortlich für den Standort, kann sich dann seinen europäischen Aufgaben widmen. Die waren ihm im Juli zusätzlich übertragen worden. Und Ogilvy-CEO Ulrich Klenke muss sich künftig weniger mit Personalthemen beschäftigen, sondern kann sich wieder ganz aufs operative Geschäft konzentrieren. In der vergangenen Woche hatte unter anderem der geplante Wechsel des BBDO-Kreativen Ton Hollander zu Ogilvy für Gesprächsstoff gesorgt. Hollander war lieber seinem angestammten Arbeitgeber treu geblieben. Neuzugang Bremer war bislang für Kunden wie Ferrero und Coca-Cola tätig. Coca-Cola erwartet ihn auch bei Ogilvy – das Network ist die deutsche Leadagentur der Marke. Außerdem gehören die Deutsche Bahn, Schöffel und MAN zu seinen neuen Auftraggebern. **ds**