Tamedia
Unternehmenskommunikation

Medienmitteilung

Philipp Mankowski verlässt Tamedia: Martin Lütgenau und Sarah Rothberger führen Tamedia Advertising a.i.

Philipp Mankowski, Managing Director von Tamedia Advertising, verlässt Tamedia nach zehn Jahren per Ende Jahr, um sich einer neuen Herausforderung zu widmen. Die Führung übernehmen Martin Lütgenau als Leiter Sales a.i. und Sarah Rothberger, Leiterin Operations, im Co-Lead.

Zürich, 26. November 2026 – Marc Isler, Managing Director Digital und verantwortlich für den Werbemarkt bei Tamedia: «Philipp Mankowski hat die Vermarktung von Tamedia während zehn Jahren erfolgreich geprägt und Tamedia Advertising durch einen tiefgreifenden Wandel des Werbemarktes geführt. Dafür danke ich ihm, wie die gesamte Tamedia-Geschäftsführung, herzlich. Mit Martin Lütgenau und Sarah Rothberger übernehmen zwei Persönlichkeiten, die den digitalen Werbemarkt und unser Haus bestens kennen. Zusammen mit dem bisherigen Führungsteam führen sie das wichtige Print-Geschäft weiter und treiben das digitale Wachstum für unsere Kundinnen und Kunden voran.»

Wie es weitergeht

Martin Lütgenau und Sarah Rothberger führen Tamedia Advertising gemeinsam, bis die definitive Nachfolge feststeht. Das bestehende Führungsteam mit Sascha Müller, Cristiano da Silva, Giselle Vaugne und Lea Müller stellt gemeinsam mit ihnen die Kontinuität in der Vermarktung sicher. Martin Lütgenau war von 2002 bis 2024 in Geschäftsführerfunktionen für die digitale Vermarktung bei Burda tätig, zuletzt als Co-Geschäftsführer von BurdaForward. Anfang 2026 leitete er bereits den Werbemarkt von 20 Minuten ad interim.

Philipp Mankowski hat zehn Jahre lang die Werbevermarktung von Tamedia geprägt

Philipp Mankowski kam 2016 zu Tamedia und baute als Chief Sales Officer den nationalen Werbemarkt auf. Unter seiner Mitwirkung bündelte Tamedia die Vermarktungsaktivitäten unter dem Dach von Tamedia Advertising. Ab 2020 gehörte Philipp Mankowski zur Geschäftsleitung der Goldbach Group und Goldbach Publishing. Seit 2025 führte er Tamedia Advertising als eigenständige Vermarktungseinheit und entwickelte unter anderem das Geschäft mit Commercial Content weiter.

Philipp Mankowski wird sich nach über 10 erfolgreichen Jahren bei Tamedia einer neuen beruflichen Herausforderung widmen. Um einen reibungslosen Übergang sicherzustellen, steht er Tamedia noch bis Ende März 2027 beratend zur Verfügung.

Kontakt
Edi Estermann, Kommunikation Tamedia
kommunikation@tamedia.ch

Über Tamedia
Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1.300 Mitarbeitende in der Deutschschweiz und der Romandie und umfasst das führende Redaktionsnetzwerk. Die Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Newsplattformen von Tamedia sind lokal verankert und international vernetzt. Sie schaffen Öffentlichkeit und bieten Orientierung sowie Unterhaltung. Zu den namhaften Medienmarken von Tamedia zählen unter anderem 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève sowie die Zürcher Regionalzeitungen (ZRZ). Darüber hinaus gehören auch Zeitungsdruckereien und eine eigene Vermarktungseinheit zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.
www.tamedia.ch

Über Tamedia Advertising
Tamedia Advertising vermarktet die Medienmarken von Tamedia in der Deutschschweiz und der Romandie in Print und Digital: Tages-Anzeiger, Berner Zeitung, Basler Zeitung, 24 heures, Der Bund, Tribune de Genève, SonntagsZeitung, Le Matin Dimanche, Finanz und Wirtschaft, Bilan, Schweizer Familie, Das Magazin, encore!, Femina, Zürcher Unterländer, Zürichsee-Zeitung, Der Landbote, Sihltaler und Thalwiler Anzeiger.
https://advertising.tamedia.ch