

brand eins Online

Der Tagesspiegel
<http://www.tagesspiegel.de>

Dienstag, 28. August 2001

Die Leser-AG

Gabriele Fischers Wirtschaftsmagazin "brand eins" sucht auf alternativem Weg nach neuen Investoren

Stephan Weichert

"Es war eine einzige gemeinsame Kraftanstrengung", sagte Chefredakteurin Gabriele Fischer kürzlich über die Wiedergeburt ihres Wirtschaftsmagazins "brand eins", das ursprünglich als "Econy" im Spiegel-Verlag die Zeitschriftenwelt erblickt hatte. Heute, zwei Jahre später, hat sich so viel nicht geändert. Um das Lieblingskind der jungen Kreativen aus Medienbranche und Neuer Wirtschaft am Leben zu erhalten, braucht es weiterhin viel Kraft, Anstrengung und Geld. Trotz Hege und Pflege durch die treu ergebene Redaktion, trotz der regelmäßigen Finanzspritzen solventer Mäzene und trotz des wohlwollenden Pressechos ist für "brand eins" die Luft zum Atmen dünn.

Bis vor kurzem sah es noch so aus, als würde sich das innovative Vorzeigeprojekt nonchalant über alle Gesetze des Marktes hinwegsetzen. "brand eins" wurde ausschließlich als "Erfolgsgeschichte" von Steh-auf-Männchen erzählt. Vieles klappte ja auch seit der ersten Ausgabe im September 1999, dem "Restart" in der Hamburger Brandstwiete 1: steigende Auflagenzahlen, zufriedene Anzeigenkunden, zahlreiche Prämierungen für die puristische Gestaltung des Designers Mike Meiré und nicht zuletzt die Lobeshymne von Lesern und Journalisten auf den unverkrampften Blick, mit dem "brand eins" erstmals den Menschen in den Mittelpunkt der Wirtschaftswelt rückte.

Ginge es nach Gabriele Fischer, würden von dem Wirtschaftsblatt mit einer Auflage von derzeit rund 70 000 Exemplaren in vier bis fünf Jahren 120 000 bis 130 000 Exemplare verkauft. Schwarze Zahlen soll es ab 2003 schreiben - "wir sind auf einem guten Weg in die Profitabilität", heißt es in einem persönlichen Brief, der Mitte August an ausgewählte Abonnenten und "liebe Freunde" von "brand eins" verschickt wurde. Dennoch steigt die Nervosität in der Schauenburgerstraße 21, der jetzigen Redaktionsanschrift: Das Aufbaukapital ist aufgebraucht, "brand eins" sucht neue Investoren. "Die Aufbaufinanzierung von über vier Millionen Euro, die unsere Privataktionäre bisher der Firma zur Verfügung gestellt haben, ist verbraucht. Die weitere Finanzierung können diese Partner nicht mehr garantieren", so Fischer in dem vertraulichen Schreiben. Das Magazin sei "in einer entscheidenden Phase" und brauche "weiteres Kapital", schreibt die Vorstandschefin der Brand eins Medien AG ohne Umschweife.

Existenzangst? Nein, nicht wirklich. Eine neue Herausforderung? Schon eher. Denn auch für dieses Problem bastelt die Krisen erprobte Verlegerin und Gesellschafterin von "brand eins" an einer Lösung. In einem "einmaligen Experiment" will sie einen erlesenen Kreis von

Privatleuten zu Aktionären machen, "weil das die Basis ist, die zu "Brand eins" passt". Ein Anteil von 34 Prozent im Wert von zwei Millionen Euro würde dann von Lesern gehalten, die "wir kennen und die uns kennen, und die wir aufgrund einer gezielten Auswahl individuell ansprechen". In den ersten beiden Jahren sind die so genannten Namensaktien festgelegt. Danach können die Anteile gewinnbringend gehandelt oder an Dritte verkauft werden. "Sollte "brand eins" am Markt scheitern, ist auch ein Totalverlust möglich", sagt Fischer. Eine redaktionelle Einflussnahme sei mit dem Aktienbesitz nicht verbunden.

Der Preis einer Aktie beträgt 20 Euro, die Mindestzeichnung liegt bei 50 Aktien. Die Zeichnungsfrist endet am 10. September 2001. Sollte bis dahin nicht die Summe von 100 000 Aktien an die Kleinanleger gebracht worden sein, "lehnt die Brand eins Medien AG die Zeichnung ab", heißt es. Doch das "Private Placement" zeigt Wirkung: Kaum machte die Idee Mitte August im engen Vertrautenkreis die Runde, fand sich eine "Privatperson", die 25 000 Aktien im Wert von 500 000 Euro zeichnete. Inzwischen ist knapp die Hälfte verkauft. Potenziellen Aktionären verspricht "brand eins" den "zweifachen Gewinn": den Erhalt eines "kritischen, vordenkenden" Wirtschaftsmagazins und die Beteiligung an einem - hoffentlich bald - finanziell fruchtbaren Unternehmen.