

brand eins Online

Bilanz, Sonderausgabe Frauen

Montag, 3. Mai 2004

„Das Geschlecht ist in Zukunft Detail“

Sie hat "brand eins", das Wirtschaftsmagazin mit dem anderen Blickwinkel, lanciert. Gabriele Fischer über Unabhängigkeit, Insider und Existenzängste. Interview: Corinne Amacher und Iris Spogat Kuhn

Bilanz: Frau Fischer, was halten Sie von der Idee, eine Frauen-Bilanz zu lancieren?

Gabriele Fischer: Nicht sehr viel. Ich glaube, wir kommen in eine Zeit, in der es in vielen Bereichen nicht mehr viel Sinn macht, nach Frauen und Männer zu trennen. Dazu kommt, dass sich das Thema nun wirklich langsam überholt hat: Vor fast zwanzig Jahren habe ich beim Manager-Magazin meine ersten Artikel über Frauen in der Wirtschaft geschrieben. Seither lamentieren wir an der immer gleichen Stelle und blicken auf die immer gleichen Details.

Bilanz: Das Geschlecht ist doch kein Detail.

Fischer: Wenn es um Kinder geht, sicher nicht. Wenn es um Wirtschaft geht, schon. Dort nähern sich die guten, weil kommunikationsfähigen Männer und Frauen immer mehr an. Früher zum Beispiel konnte ich schon an den Formulierungen erkennen, ob ein E-Mail von einer Frau oder von einem Mann geschrieben wurde, heute kann ich das nicht mehr. Der Geschlechterunterschied ist nicht mehr das Thema. In Zukunft werden sich die Menschen im Beruf und in der Gesellschaft nicht nach männlich und weiblich unterscheiden, sondern nach veränderungswillig und veränderungsresistent.

Bilanz: Was macht Sie so sicher, dass sich überhaupt etwas verändert?

Fischer: Die Industriegesellschaft, die eindeutig von Männern geprägt wurde, neigt sich dem Ende zu. In der Wissensgesellschaft haben die Frauen eine Chance, neue Rollen zu besetzen. Es entsteht viel Neues. Die Produkte von Morgen sind nicht mehr in erster Linie Stahl und Beton, sondern Gesundheit, Beratung und Unterhaltung. Wenn Vertrauen verkauft wird, steigen die Chancen der Frauen.

Bilanz: Erfahrungen in grossen Organisationen zeigen, dass sich die Frauen widerstandlos in die von Männern geprägten Strukturen einfügen. Glauben Sie tatsächlich, dass Frauen veränderungswillig sind?

Fischer: Am resistentesten gegenüber Veränderungen sind die Menschen, die am meisten zu verlieren haben. Das zeigt die Geschichte. In Deutschland sind das im Moment nicht die Frauen, sondern die Männer. Allerdings werden sie die Strukturen selber verändern müssen – und sie werden ein Geschäft daraus machen müssen. Denn der Staat hat kein Geld und kann ihnen nicht helfen. Aber das ist auch eine Chance: Statt über fehlende Kindergartenplätze zu klagen, sollten die Frauen selbst etwas dagegen unternehmen. Eigene Firmen gründen, Netzwerke knüpfen und neue Formen der Zusammenarbeit entwickeln.

Bilanz: Können Sie sich vorstellen, wieder in einem grossen Unternehmen zu arbeiten?

Fischer: Nein. Ich möchte das Gefühl von Freiheit nicht missen - das Gefühl, meine eigenen Fehler machen zu können, ohne dass mich zwanzig Leute vorher davor warnen. Natürlich ist viel Kampf und Stress mit der Selbstständigkeit verbunden, aber man bekommt auch sehr viel zurück. Ich hätte keine Lust, jemand fragen zu müssen, ob ich heute mit der Bilanz ein Interview führen darf.

Bilanz: Welcher Topmanager beeindruckt Sie?

Fischer: Götz Werner, der Geschäftsführer von DM Drogeriemarkt.

Bilanz: Warum?

Fischer: Der Mann sagt so schöne Sätze wie: Gewinn ist nicht das Ziel eines Unternehmens, sondern seine Voraussetzung. Er hat es geschafft, im hart umkämpften Drogerie-Discount ein grosses Unternehmen aufzubauen, in dem die Achtung vor den Menschen und die Entfaltung der Mitarbeiter an oberster Stelle stehen. Und dies in einer Branche, in der solche Mitarbeiterorientierung nicht eben üblich ist.

Bilanz: Brand eins hat sich gut etabliert, dennoch stehen Sie unter grossem wirtschaftlichem Druck. Vor vier Jahren gegründet, hat das Unternehmen die Gewinnzone noch nicht erreicht.

Fischer: Die Entwicklung ist in Ordnung: Wir haben jedes Jahr weniger Verlust und mehr Umsatz gemacht. Aber der Einbruch des Anzeigenmarktes hat den Break-Even verzögert. Nächstes Jahr wird uns die schwarze Null gelingen.

Bilanz: Seit 2002 verschieben Sie das Erreichen der Gewinnschwelle. Wie können Sie das gegenüber ihren Geldgebern vertreten?

Fischer: Unsere Geldgeber sind alle selbst Unternehmer, die wissen, dass in einer sich verändernden Welt Pläne nicht immer aufgehen. Die Konsequenz für mich ist: So lange wir kein Geld verdienen, muß ich weiterhin Investoren suchen und um Geld betteln. Aber der Preis ist angemessen, verglichen mit der Freude, die wir alle daran haben, brand eins zu machen.

Bilanz: Sie haben Ihre Wohnung verpfändet, um an Geld zu kommen.

Fischer: Ich hätte den Bankkredit nicht bekommen, wenn ich das nicht getan hätte. Es ist normal und vermutlich für keinen Unternehmer eine besondere Nachricht.

Bilanz: Haben Sie Existenzängste?

Fischer: Heute weniger als früher. Das war für mich eine der interessantesten Erfahrungen: Die Entscheidung, nicht mehr zum Manager Magazin zurückzugehen und ein eigenes Magazin zu gründen, fiel in einer einzigen Nacht. Am Morgen wusste ich: Wenn ich scheitere und dadurch alles, was ich mir bisher erarbeitet habe, verliere, dann ist das halt so. Angst hatte ich von da an keine mehr. Das war ein faszinierender Vorgang.

Bilanz: Welches Ziel verfolgen Sie mit Brand eins? Das Unternehmen für hunderte von Millionen Euro an einen grossen Verlag zu verkaufen, wie das etwa bei Fast Company geschehen ist?

Fischer: Es gibt zwei Ziele. Eines für die Investoren: Ihnen ihr Geld zurück zu geben, möglichst mit einem Aufschlag. Und eines für mich: Dieses Magazin so lange wie möglich zu machen.

Bilanz: Wie häufig bekommen Sie Übernahmeangebote von grossen Verlagen?

Fischer: Selten und wenn, dann habe ich das Gefühl, die wollen nur herausfinden, wie es uns geht. Für die Branche ist es immer wieder überraschend, dass wir überleben und wachsen.

Bilanz: Inhaltlich haben Sie ihre Ziele erreicht, Brand eins wird rundum hoch gelobt. Und finanziell sind sie auf der Zielgeraden. Entsteht da nicht der Wunsch nach etwas Neuem?

Fischer: Brand eins ist gut – aber es kann immer noch besser werden. Es ist ein grosses Glück, ein solches Magazin jeden Monat neu zu denken und viele neue, spannende Leute kennen zu lernen. Zudem haben wir die eine oder andere Idee, wie wir das Unternehmen entwickeln können, etwa mit einer Hörversion des Magazins oder dem Ausbau des Corporate-Publishing-Bereichs. Wenn ich Glück habe, mache ich für den Rest meines Lebens das grossartigste Heft der Welt. Was will ich mehr? Soll ich etwa mit dem Spass aufhören?

Bilanz: Welches war das am besten verkaufte Heft?

Fischer: Lustigerweise jenes über Beziehungen. Lustig deshalb, weil wir bei dem den Preis von 4,50 auf 6,00 Euro erhöht haben. Ich persönlich fand das Titelblatt etwas blass und hatte darum ein bisschen Bammel. Aber die Leser hat das Thema offenbar sehr interessiert.

Bilanz: Die Leitung von Brand eins liegt in Händen von Frauen. War das ein bewusster Entscheid?

Fischer: Nein. Wir fragen uns so etwas gar nicht. Es hat sich ganz natürlich ergeben. Verlagsleiterin Eva-Maria Büttner zum Beispiel ist seit 25 Jahren meine beste Freundin, wir kennen uns genau und können uns hundertprozentig aufeinander verlassen. Das war in den turbulenten Aufbaujahren überlebens-wichtig.

Bilanz: Ihr Verlag realisiert auch ein Kundenmagazin für die Beratungsgesellschaft McKinsey. Der Auftrag ist sicher lukrativ, aber die Gefahr, die journalistische Unabhängigkeit zu verlieren, ist gross...

Fischer: ...Nicht für uns. In der Arbeit an den Kundenmagazinen lassen wir uns von den gleichen Werten leiten wie bei Brand eins. Der Autor muss eine Geschichte nie umschreiben, weil sie dem Kunden nicht passt. Gibt es zwei Meinungen über einen Artikel, wird er nicht gedruckt. So sichern wir die journalistische Unabhängigkeit.

Bilanz: Aber es schreiben die gleichen Autoren für McKinsey wie für Brand eins.

Fischer: Das tun wir bewusst. Dank dem Corporate Publishing haben wir die Möglichkeit, unsere freien Autoren besser auszulasten. Anfangs wollten wir dadurch verhindern, dass uns gute Mitarbeiter von zahlungskräftigen Verlagen weggekauft werden. Inzwischen ist der Markt für Journalisten härter geworden, und die Kollegen sind einfach froh, dass es mit brand eins Wissen einen weitere gute Adresse gibt.

Bilanz: Worauf sind Sie stolz?

Fischer: Ich bin immer nicht so ganz sicher, ob ich stolzer darauf bin, dass es uns gelungen ist zu zeigen, dass es für diese Form von Journalismus einen Markt gibt oder dass ich mit meinem Mann nun seit mehr als 30 Jahren zusammen bin.

Bilanz: Karriere und Beziehung – wie bringen Sie das unter einen Hut?

Fischer: Mein Mann arbeitet in Bremen, ich in Hamburg. Wir führen eine Wochenendbeziehung.

Bilanz: Das reicht Ihnen?

Fischer: Ja. Mein Mann und ich haben nur eine Regel: Freitag Abend und Samstag gibt es keinen Termin, keine Veranstaltung. Diese Zeit gehört nur uns beiden.

Bilanz: Kaufen Sie Bücher, die Sie nie lesen?

Fischer: Ja, jede Menge. Ich lese in den Ferien, und die haben sich in den letzten Jahren reduziert auf ein paar Tage im Jahr, in der Weihnachtszeit. Ich versuche immer wieder, Bücher in meinen Alltag zu integrieren. Aber das ist ein bisschen wie mit dem

Sport: Ich fange immer wieder damit an ... Ich bin eben schon den ganzen Tag am Lesen und darum am Abend nicht immer so scharf darauf.

Bilanz: Sie haben keine Kinder. Warum?

Fischer: Ich bin dreissig geworden mit der Information, dass ich keine Kinder kriegen kann. Mein Mann und ich konnten gut damit leben. Dann stellte ein anderer Frauenarzt das Gegenteil fest. Es folgte eine kurze Zeit, in der wir uns überlegten, was wir mit dieser Nachricht anfangen sollen. Dann haben wir bewußt entschieden, auf Kinder zu verzichten.

Bilanz: Sie haben den Wirtschaftsjournalismus im deutschsprachigen Raum neu erfunden: Die Geschichten in Brand eins sind tief sinnig und lustvoll zugleich. Wie kamen Sie dazu?

Fischer: Geholfen hat sicher, dass ich keine Insiderin bin. Ich habe Politik und Soziologie studiert. Zum Manager Magazin stiess ich damals nur, um zu schauen, wie die Wirtschaft funktioniert. Dort wurde ich aus ähnlichem Grund angestellt: Mal sehen, wie es ist mit einer Frau, die von Wirtschaft keine Ahnung hat. Ich habe schnell festgestellt, dass die Wirtschaft ein wunderbares Feld für mich als Journalistin ist, weil so viele Fragen bislang nicht gestellt worden sind.

Bilanz: Nämlich?

Fischer: Wirtschaftsleute sind in erster Linie daran interessiert, wie sich ein Unternehmen betriebswirtschaftlich rechnet und nicht, wie es sich zum Beispiel anfühlt, tatsächlich Verantwortung zu tragen. Ich habe Titelgeschichten gemacht wie «Das Selbstverständnis der Manager» oder «Karriere bis zum Knast». Diese Hefte haben sich immer besser verkauft.

Bilanz: Mit welchem Ehrgeiz gehen Sie an Geschichten heran?

Fischer: Mich hat immer gestört, dass Artikel im Bereich Wirtschaft für Insider geschrieben wurden. Ich wollte den Blickwinkel verändern, Geschichten schreiben, die ein Wirtschaftsführer genauso gerne liest wie meine Mutter.

Bilanz: Allerdings scheint ihr Stil bei den Männern besser anzukommen als bei Frauen. Drei Viertel Ihrer Leser sind männlich. Anders ausgedrückt: Nur ein Viertel ist weiblich.

Fischer: Das ist einerseits guter deutscher Durchschnitt, andererseits ein unglaubliches Potential für uns.

Bilanz: Wie wollen Sie das nutzen?

Fischer: Wir hätten es sicher einfacher, wenn wir uns nicht Wirtschaftsmagazin nennen würden. Dieser Titel schreckt Frauen ab. Aber ich bin überzeugt: Wenn wir

weiterhin ein intelligentes Heft machen, werden wir auch von Frauen zunehmend gelesen.

Bilanz: Das klingt nach Wunschdenken. Im knallharten Wettbewerb müssen sie doch die Aufmerksamkeit mit anderen Methoden auf sich lenken, etwa mit Werbung in Frauenmagazinen.

Fischer: Wir machen nur wenig Werbung in Frauenmagazinen, dafür fehlt das Geld. Wir wachsen fast ausschliesslich durch Mund-zu-Mund-Propaganda und Probeabonnements: Über 50 Prozent davon werden in feste Abos umgewandelt. Das ist fantastisch.

Bilanz: Nun sind Sie solange im Wirtschaftsjournalismus, dass Sie längst ebenfalls zur Insiderin geworden sind. Woher holen Sie sich heute die Inspiration für den anderen Blickwinkel?

Fischer: Indem ich mit Leuten zusammen arbeite, die eben keine Insider sind. Das schlägt dann auch wieder auf mich zurück.

Bilanz: Welchen Blickwinkel nehmen Sie heute ein?

Fischer: Ich bin im Nebenberuf Unternehmerin geworden. Als solche lerne ich die Wirtschaft wirklich kennen, und stelle oft fest, dass ich zuvor nur gemeint habe zu wissen, wie die Wirtschaft läuft – aber dass ich mich getäuscht habe.

Bilanz: Inwiefern?

Fischer: Wenn mir beispielsweise heute ein Gründer erzählt, das mit dem Geld sei kein Problem, dann weiss ich: Alarmstufe rot.