

Der Verlag des Hamburger Wirtschaftsmagazins "brand eins" hat sich aufgemacht in die Provinz. "Neuland" heißt das neue Magazin, das seit 5. Oktober am Kiosk auf Käufer wartet - ein Wirtschaftsmagazin für die Regionen. "In dieser Form, so gebündelt und konzentriert, gibt es in Deutschland keine Informationsquelle darüber, was in den Regionen passiert, jedenfalls nichts, was über Reiseinformationen hinausgeht", sagt "Neuland"-Chefredakteurin Susanne Risch. Dabei seien Regionen wie Marken. In einer globalisierten Welt kaufe man keinen französischen Wein, sondern den Roten aus dem Burgund.

Die Erstausgabe von "Neuland" ist der Südpfalz gewidmet. Ausführlich gewidmet, wenn die Stärke von gut 200 Seiten ein Indiz sein darf. Stilistisch dem Mutterblatt "brand eins" verpflichtet, werden Unternehmen, Unternehmer und die Eigenheiten der Region um Landau, Germersheim und Wörth vorgestellt. In den opulenten Magazinstrecken geht es da um das größte Lkw-Montagewerk der Welt in Wörth, eine große Baumarktkette aus Bornheim, Zollstöcke aus Annweiler oder den Tabakanbau in Hayna. Das Konzept ist so einfach, wie es spannend ist: "Wir grenzen ein Gebiet ab und schauen dann ganz genau hin. Was passiert da? Was macht diese Region aus?", erklärt es Risch. "Die Grenzen ziehen wir dabei so, wie es die Menschen dort selbst tun und wie es sinnvoll ist." Im Fall der Südpfalz heißt das, dass auch über die Grenze nach Frankreich geschaut werden darf. "Das Blatt richtet sich an Leser wie mich, die etwas über ihr Land erfahren und spannende Wirtschaftsgeschichten lesen wollen." Vor der Arbeit an dem Heft habe sie selbst nicht so genau gewusst, wo die Südpfalz liegt.

Vier bis sechs Mal im Jahr soll das Blatt erscheinen, in einer Auflage von 60.000 Heften. "Formal gibt es 439 Kreisfreie Städte und Gemeinden, von denen wir viele zu einer Region zusammenfassen würden." Zwanzig Ausgaben werde man sicher machen können. "Generell gilt, wir gehen dahin, wo es spannend ist und wo uns die Leute haben wollen", sagt Risch.

Neben dem stolzen Einzelverkaufspreis von zehn Euro finanziert sich das Heft durch Anzeigen. Der besondere Clou: Für den derzeitigen Seitenanzeigenpreis von 12.500 Euro erhält der Anzeigenkunde 500 "Gratisexemplare". Weitere Großabnahmen dieser "Visitenkarten für die Region" sind ausdrücklich erwünscht. Sicher kein schlechtes Geschäftsmodell. Wer seinen Kunden und Geschäftspartnern etwas aufwendiger Produziertes bieten will als die örtliche IHK-Postille, greift vermutlich gerne zu. "Neuland" versteht sich denn auch ganz offen als Dienstleister und lässt sich - wie es auf der Internetseite heißt - auch gerne hinweisen auf interessante Regionen und Unternehmen. Susanne Risch versichert, das Interesse sei groß, die Vorschläge überwältigend. Aber wie sieht es mit der Unabhängigkeit aus, wenn regionale Unternehmen gleich doppelt, durch Anzeigen und Auflagenkäufe, Einfluss nehmen können? "Eine Region muss journalistisch interessant und jede Geschichte spannend sein", versichert Risch. "Ob und worüber wir berichten, hat nichts damit zu tun, welche Anzeigen wir im Blatt haben. Da sind wir unabhängig."