

Vier Jahre nach dem Management-Buy-out des Unternehmermagazins

## impulse in der Gewinnzone: „Qualität zahlt sich aus“

**Deutschlands führendes Unternehmermagazin erreicht schwarze Null / Fokussierung auf unabhängigen Journalismus und Akademie-Angebote / Chefredakteur und Verleger Nikolaus Förster: „Was zählt, ist Relevanz. Unsere Abkehr von überkommenen Verlagsrezepten – absurden Abopremien, versteckten Laufzeiten und anonymen Call-Centern – zahlt sich langsam aus.“**

**Hamburg, 16. März 2017** – Im vierten Jahr nach dem Management-Buy-out schreibt impulse schwarze Zahlen. Mit einem Gewinn von 5089 Euro erzielt der Hamburger Verlag Impulse Medien, der Deutschlands führendes Unternehmermagazin herausbringt, nach zwei Verlustjahren eine schwarze Null. „Ich freue mich über diese positive Entwicklung“, sagt impulse-Chefredakteur und Verleger Nikolaus Förster. „Was zählt, ist Relevanz: Nur wer auf inhaltliche Qualität setzt, wird sich auf Dauer durchsetzen. Unsere Abkehr von überkommenen Verlagsrezepten – absurden Abopremien, versteckten Laufzeiten und anonymen Call-Centern – zahlt sich langsam aus.“

Nikolaus Förster hatte die Marke Anfang 2013 vom Hamburger Konzern Gruner + Jahr übernommen und mit seinem Team den Verlag Impulse Medien gegründet. Mit dem Neustart verzichtete er auf Abopremien und Laufzeiten. Statt wie üblich Call-Center zu beauftragen, baute er eine eigene Kundenbetreuung auf, übernahm den Abovertrieb selbst und hob den Preis an. 2015 gründete er die impulse-Akademie – mit Weiterbildung und Coaching für Unternehmer. Das ursprünglich 20-köpfige Team verdoppelte er. Die Investitionen in Personal und IT drückten den Verlag zwei Jahre lang in die roten Zahlen, 2015 betrug das Minus 158.000 Euro.

Das Erreichen der Gewinnzone ist das Ergebnis eines Zusammenspiels positiver Entwicklungen:

- 2016 gelang es dem Team, die verbreitete **Magazinauflage** konstant zu halten. Sie liegt aktuell bei 74.691 Exemplaren (IVW 04/2016), erreicht werden 119.000 Entscheider (LAE 2016). In einem schwierigen Marktumfeld konnten die **Printanzeigenerlöse** konstant gehalten und die **Digitalanzeigenerlöse** gesteigert werden. „Unsere Fokussierung auf Unternehmer, auf echte Entscheider, zahlt sich aus“, sagt Förster. „Für die Werbeindustrie ist das eine sehr relevante, kaufkräftige Zielgruppe.“
- Das Geschäft der **impulse-Akademie** konnte verdoppelt werden: Es gab 60 Veranstaltungen mit insgesamt 1000 Teilnehmern – vom Unternehmerlunch im kleinen Kreis über Firmenbesuche bis zu Konferenzen mit hunderten Unternehmern. Das

Spektrum der Seminarteilnehmer („Storytelling“, „Visioning“, „Spezialisierung“, „Akquise“) reicht inzwischen vom Gründer über Familienunternehmer bis zum Dax-Konzern. „Die positive Resonanz auf die Akademie zeigt, wie wichtig ambitionierten Unternehmern der persönliche Austausch und die Weiterentwicklung ist“, sagt der Verleger. Gemeinsam mit dem ZEIT-Verlag, Convent und dem Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz startete impulse 2016 – mit Veranstaltungen in sechs Städten und insgesamt 2000 Teilnehmern – zudem die Digitalisierungsinitiative „Smarter Mittelstand“. Die Initiative wird 2017 fortgesetzt – los geht es am 8. Mai in Mülheim an der Ruhr ([www.impulse.de/digitaler-mittelstand](http://www.impulse.de/digitaler-mittelstand)).

- Die **digitale Reichweite** konnte impulse 2016 stark ausbauen – vor allem mit Ratgeberartikeln und inspirierenden Tipps für Unternehmer. Die Anzahl der Visits auf [www.impulse.de](http://www.impulse.de) legte 2016 um 36 % zu und erreichte im Jahresdurchschnitt 465.000 Visits/Monat (IVW). Bei den Page Impressions (PI) konnte impulse erstmals die Millionengrenze knacken und erreichte im Durchschnitt 1.025.000 PIs im Monat.
- Neu war auch der Einstieg ins **Buchgeschäft**: Der Titel „Mein größter Fehler. Erkenntnisse erfolgreicher Unternehmer“ (siehe [www.impulse.de/fehlerbuch](http://www.impulse.de/fehlerbuch)) war in der Subskriptionsphase binnen drei Wochen ausverkauft und erschien angesichts der hohen Nachfrage vor Weihnachten bereits in zweiter Auflage. Die dritte Auflage wird im Herbst 2017 herauskommen; weitere Buchprojekte sind geplant.

„Diese positive Entwicklung bestärkt uns darin, unsere Premiumstrategie fortzusetzen“, sagt Förster. „Titel wie impulse mit einer klaren Zielgruppe und einem hohen Qualitätsanspruch werden auch künftig attraktiv sein“, ist Förster überzeugt. „Schließlich messen wir uns daran, unseren Kunden über Ideen, Tipps und Kontakte einen spürbaren Nutzen zu stiften.“

### **Kontakt für Rückfragen:**

Maike Pleyn

Assistenz der Geschäftsführung

Impulse Medien GmbH, Hammerbrookstr. 93, D-20097 Hamburg

Tel. 040-6094 522-23

[pleyn.maike@impulse.de](mailto:pleyn.maike@impulse.de)

[www.impulse.de](http://www.impulse.de)

### **Über impulse**

impulse ermöglicht Unternehmern, erfolgreicher zu werden und zu wachsen. Ob im Magazin, auf [impulse.de](http://impulse.de) oder in Seminaren der impulse-Akademie – stets geht es darum, Ideen zu vermitteln und konkrete Tipps zu geben: Inspiration und Mehrwert. Grundlage ist der Qualitätsanspruch – impulse steht für unabhängigen Journalismus, fundierte Recherche und Fairness. Ge-gründet 1980 als Unternehmermagazin, das mit einer verbreiteten Auflage von etwa 74.000 Exemplaren 119.000 Entscheider (LAE 2016) in Deutschland erreicht, nutzt impulse heute auch digitale Kanäle und Veranstaltungen, um Unternehmer mit Ideen, Tipps und Kontakten zu versorgen. Als inhabergeführter Mittelständler ist impulse seit dem Management-Buy-out von Gruener + Jahr Anfang 2013, als Chefredakteur Nikolaus Förster den Titel aus dem Konzern herauslöste und einen eigenen Verlag gründete und 2015 die impulse-Akademie ([www.impulse.de/akademie](http://www.impulse.de/akademie)) startete. Minderheitsgesellschafter ist der Hamburger Kaufmann Dirk Möhrle. Mit seinen Lesern und Kunden verbindet das Team des Hamburger Verlags der impulse-Slogan „Mach es!“ Mehr Infos unter: [www.impulse.de/wir-ueber-uns](http://www.impulse.de/wir-ueber-uns)