

Pressemitteilung

## Zehn-Jahres-Feier des impulse-Management-Buy-outs

**Hunderte Unternehmer feierten in Hamburg das zehnjährige Jubiläum des impulse-Management-Buy outs / Kultur- und Medien Senator Carsten Brosda: „Ausprobieren neuer Wege“ / Spiegel-Chefredakteur Steffen Klusmann: „ein kleines Medienwunder“ / Mitgesellschafter Dirk Möhrle: „Stärke der Unabhängigkeit“**

**Hamburg, 16. Januar 2023.** Etwa 200 Unternehmerinnen und Unternehmer waren am Freitag nach Hamburg gekommen, um das zehnjährige Jubiläum des Management-Buy-outs (MBO) von impulse zu feiern – mit Reden von Kultur- und Mediensenator **Carsten Brosda**, Spiegel-Chefredakteur **Steffen Klusmann** und Mitgesellschafter **Dirk Möhrle**. Nach der Zerschlagung der Wirtschaftsmedien-Gruppe von Gruner+Jahr hatte der damalige Chefredakteur **Nikolaus Förster** im Januar 2013 das Magazin aus dem Konzern herausgelöst und einen eigenen Verlag gegründet: die Impulse Medien GmbH – eine Premiere in der deutschen Mediengeschichte.

Der **Hamburger Kultur- und Mediensenator Dr. Carsten Brosda** gratulierte impulse-Verleger Nikolaus Förster und seinem Team zum 10-jährigen MBO-Jubiläum. Der Neustart, den er damals als Amtsleiter Medien eng begleitet habe, sei „ein ziemliches verrücktes Unterfangen gewesen“. Viele seien damals skeptisch gewesen; auch die Behörde habe manche Entscheidungen anfangs verwundert, beispielsweise nur noch auf harte Magazinauflage zu setzen. „Aber selbst das hat funktioniert.“ impulse sei „auf einem wirklich beeindruckenden Weg“. Als eine Kernentscheidung beschrieb Brosda den Ansatz, sämtliche Kunden kennenlernen zu wollen, was „die wenigsten Medienhäuser“ leisten könnten. Wenn man so wolle, sei dies wie in der FAZ-Werbung „Dahinter steckt immer ein kluger Kopf“, allerdings für Fortgeschrittene: „Dahinter steckt ein kluger Kopf, und ich weiß auch, wer es ist.“

Angesichts schwieriger Entwicklungen in der Medienbranche sei Brosda „dankbar für das Ausprobieren neuer Wege.“ Impulse sei kein klassisches Medienhaus mehr, sondern zeige, wie sich neue Geschäftsmodelle und Informationsangebote entwickeln ließen. Es gehe „um Wissen und Diskurs, miteinander und voneinander Lernen und um gemeinsames Machen“. Letzteres habe für impulse – mit dem Slogan „Mach es!“ – eine besondere Bedeutung: Es gehe nicht darum, „einfach nur im Hamsterrad zu sein, sondern eine Idee zu haben, was geschehen soll, sie dann aber nicht zu zergrübeln, sondern loszulegen.“ Genau diesen Ansatz wünsche er sich an vielen Stellen auch für die Gesellschaft.

Brosda ermutigte das impulse-Team und die Unternehmerinnen und Unternehmer, die zur MBO-Feier nach Hamburg gekommen waren, „weiter kreativ zu sein.“ Die Gesellschaft brauche „die Kreativität derjenigen, die sich vorstellen können, dass es morgen anders sein wird, als es heute ist.“ Genau daran mangle es uns. Angesichts einer disruptiven Umwelt reiche es nicht aus, einfach nur die bisherigen Erfahrungen weiterzudenken. „impulse ist ein Beispiel dafür, dass dies im Kleinen gehen kann“, so der Senator. „Nehmen wir aus diesem wunderbaren Beispiel die Zuversicht mit, dass es auch im größeren Kontext unserer Gesellschaft gelingen kann.“ Brosda wünsche sich, „dass die Community, die impulse in den letzten zehn Jahren aufgebaut hat, weiter wächst und weiter Lust hat, Dinge, die man für richtig erkannt hat, auch zu machen und nicht noch mal 20 Jahre lang zu diskutieren, ob es nicht vielleicht noch einen anderen Weg gebe.“

Der **Unternehmer Dirk Möhrle**, der 2013 als Mitgesellschafter in die Impulse Medien GmbH eingestiegen war, unterstrich in seiner Rede die Unabhängigkeit der Marke. Es gebe keinerlei Fremdkapital und keinerlei Abhängigkeiten von Banken, Verbänden oder Ämtern. „Was hier erarbeitet und als Know-how weitergegeben wird, ist frei von jedem anderen Interesse“, sagte Möhrle. „Das macht uns einzigartig und stark.“ In der Wirtschaft sei dies keineswegs selbstverständlich. „Wir sind heute nicht nur ein Magazin, sondern wir sind *das* Netzwerk für Unternehmen“, sagte Möhrle. „Wir sind die Know-how-Box, die alles bietet, was erforderlich ist, um ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Und wir vernetzen alle miteinander.“

Der Erfolg von impulse sei nicht von vornherein absehbar gewesen, räumte Möhrle ein. Die ersten zehn Jahre seien „keine einfachen Jahre“ gewesen. „Sie waren von Veränderung geprägt, von Neuanfängen, von Aufbruch, Rückschritt und Unsicherheit.“ Entstanden sei aber eine Substanz, auf die man vertrauen und auf der man aufbauen könne. Was in den zehn Jahren aufgebaut worden sei, sei „eine großartige Leistung“. Nikolaus Försters Ansatz, sich bewusst von Konventionen der Medienbranche zu lösen, könne man mit einem Satz von Hermann Hesse zusammenfassen: „Man muss das Unmögliche versuchen, um das Mögliche zu erreichen.“

**Spiegel-Chefredakteur Steffen Klusmann**, der die Herauslösung von impulse aus Gruner+Jahr – als langjähriger Chefredakteur der „Financial Times Deutschland“ - hautnah miterlebt hatte, erinnerte in seiner Rede daran, dass Nikolaus Förster stets „extrem belastbar und immer fokussiert“ gewesen sei. „Er hatte – und das hat er bis heute – vor nichts Angst.“ Deshalb habe er auch nicht vor dem Management-Buy-out zurückgeschreckt. Zusammen mit Dirk Möhrle habe er „seither alles anders gemacht als der Rest der Medienbranche“. Die wenigsten hätten geglaubt, dass impulse dies überleben könne. „Am Ende hat er gezeigt, dass es doch geht.“ Dies sei ein „kleines Medienwunder.“ Nikolaus Förster sei „ziemlich bekloppt, aber im besten Sinne: so wie Unternehmer immer ein bisschen irre sein müssen, wenn sie erfolgreich sein wollen.“

**impulse-Verleger Nikolaus Förster** betonte in seiner Dankesrede, dass es nicht nur Mut und Entschlossenheit brauche, sondern vor allem eine gute Firmenkultur und eine gemeinsame Unternehmensvision. Nur als Team sei es möglich gewesen, solche Schritte – jenseits des Mainstreams – zu gehen. Er dankte seinem Team, das sich – wie die Marke – stark weiterentwickeln musste, seinem Mitgesellschafter und Sparringspartner Dirk Möhrle sowie den impulse-Mitgliedern, die der Marke zum Teil schon seit Jahrzehnten treu seien. „Zehn Jahre seit dem MBO bedeuten auch zehn Jahre Freiheit, sich vom Status quo zu lösen, sich nicht an das zu halten, was andere für machbar halten, neu zu denken, anders zu denken und vor allem: einfach zu machen.“

## Hintergrundinformationen zu impulse

**Warum impulse?** Unternehmerinnen und Unternehmer müssen eine Vielzahl an Disziplinen beherrschen: Vertrieb und Marketing, Recruiting und Mitarbeiterführung, Produktentwicklung und Kommunikation etc. Bei alledem müssen sie ihre eigenen Kräfte – und Grenzen – im Blick haben. Das ist äußerst anspruchsvoll. Deshalb gibt es impulse: als Sparringspartner für Menschen, die anpacken, Neues wagen und für ihre Entscheidungen einstehen. impulse unterstützt sie mit Recherchen erprobter Tipps, Ideen aus kleinen und mittelständischen Firmen, die in keinem BWL-Buch stehen, sowie dem Austausch mit anderen erfolgreichen Unternehmern. Ziel ist es, voneinander zu profitieren. Der impulse-Slogan lautet „Mach es!“

**Die Strategie:** Die Entwicklung von impulse zog in den vergangenen Jahren immer wieder Aufmerksamkeit auf sich, weil der Verlag sich mit seinen Entscheidungen bewusst vom Mainstream der Branche abkoppelte: 2013 mit der Abschaffung sämtlicher Aboprámien und -laufzeiten sowie der Staffelung der Anzeigenpreise nach Unternehmensgröße; 2014 mit dem Verzicht auf externe Callcenter zugunsten festangestellter Kundenbetreuerinnen und dem Einstieg in deutliche Preiserhöhungen: Während der Jahrespreis 2013 noch 90 Euro brutto betrug, liegt er aktuell bei 590 Euro netto. 2017 stoppte impulse zudem die klassische Reichweitenvermarktung auf der Grundlage aufgebauschter Magazinauflagen; durch den Verzicht auf verbilligte Abonnements, Bordexemplare, Lesezirkel-Exemplare und sonstige Verkäufe wurde die Auflage um 90 % reduziert, so dass es seither nur noch voll bezahlte Magazinexemplare gibt – nach dem Motto „100 % Zielgruppe, 0 % Streuverlust“. 2022 führte impulse schließlich – ebenfalls ein Novum – ein Auswahlverfahren für neue Mitglieder ein: Aufgenommen ins impulse-Netzwerk werden seither nur noch Inhaber und Inhaberinnen sowie Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen, die Lust auf unternehmerische Weiterentwicklung haben, offen für Innovation, Austausch und Wissensvermittlung sind, auf Akquise im Netzwerk verzichten und sich zu den Werten des ehrbaren Kaufmanns bekennen.

**Die Firma:** Die Impulse Medien GmbH wurde 2013 vom damaligen Chefredakteur Nikolaus Förster in Hamburg gegründet. Mitgesellschafter ist der Unternehmer Dirk Möhrle, der auch am Suhrkamp-Verlag beteiligt sowie in der Immobilien- und Luftfahrtbranche investiert ist. Die Marke impulse stammt aus dem Jahr 1980. Damals gründete Gruner+Jahr das Unternehmermagazin, dessen Chefredaktion Nikolaus Förster 2009 übernahm, bevor er 2013 impulse aus dem Konzern herauslöste und – mit der Impulse Medien GmbH – selbst Unternehmer wurde.

**Das Team:** Das Team ist seit dem Neustart stark gewachsen. Im Zuge des Management-Buy-outs, der am 9. Januar 2013 besiegelt wurde, übernahm Nikolaus Förster 15 Redakteure und Verlagsmitarbeiter sowie 5 Volontärinnen und studentische Aushilfen. Heute zählt das impulse-Team 50 Köpfe, darunter 7 Azubis, Volontärinnen und studentische Aushilfen. Geführt wird das Team von Chefredakteurin Nicole Basel und Verlagsleiterin Laura Blindow. Nikolaus Förster ist Herausgeber und geschäftsführender Gesellschafter.

**Das MachWerk:** Im Frühjahr 2013 bezog das impulse-Team Verlagsräume im Industriebau in Hamburg-Hammerbrook. Seit dem Herbst 2022 gibt es einen neuen Verlagssitz: das MachWerk in Hamburg-Bahrenfeld. Das Team hat das vierstöckige denkmalgeschützte Backsteingebäude so umgestaltet, dass ein lebendiger Ort der Inspiration, Kreativität und persönlichen Begegnung entstanden ist. Neben dem impulse-Team bieten die knapp 1000 Quadratmeter auch Platz für Konferenzen, Workshops, Foto- und Filmaufnahmen. [www.impulse.de/machwerk](http://www.impulse.de/machwerk), [www.impulse.de/machwerkbuch](http://www.impulse.de/machwerkbuch)

**Die Finanzen:** impulse ist finanziell unabhängig, hat keine Verbindlichkeiten und ist seit sieben Jahren profitabel. Nach den zwei Verlustjahren 2014 und 2015 gelang es dem Verlag, Jahr für Jahr schwarze Zahlen zu schreiben. Mit einem Umsatz von 3,7 Mio. Euro und einem Vorsteuerergebnis in Höhe von

245.683 € erzielte Impulse Medien 2021 das beste Ergebnis seit dem Neustart. Auch für das Geschäftsjahr 2022 wird ein Gewinn erwartet; die Veröffentlichung des Jahresabschlusses ist für den März 2023 geplant. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen werden – als Gesellschafter der impulse-Mitarbeiter-GbR – am Gewinn beteiligt.

**Die Mitglieder:** Die Anzahl der impulse-Mitglieder beträgt 5301 (IWV-3/2022), 96 Prozent von ihnen sind Unternehmer und Unternehmerinnen oder Entscheider und Entscheiderinnen. Neben dem Zugriff auf journalistische Inhalte im Magazin und auf der Website profitieren impulse-Mitglieder von unternehmerischem Austausch mit anderen Mitgliedern – in digitalen Formaten und analogen Veranstaltungen. 200 Mitglieder nehmen am Premium-Programm ([www.impulse.de/premium](http://www.impulse.de/premium)) teil, das ihnen über eine digitale Plattform den direkten vertraulichen Videoaustausch mit anderen Mitgliedern und den Zugang zu Experten-Know-how ermöglicht.

**Die Mitgliedschaft:** impulse-Mitglieder – aktuell 5301 (IVW 3/2022) – erhalten zehn Mal im Jahr das Magazin, haben Zugriff auf Recherchen, Checklisten und Audiodateien, können sich im impulse-Forum mit anderen Mitgliedern austauschen, sich für Firmenbesuche und Unternehmer-Camps anmelden und von reduzierten Preisen bei Online-Kursen, Seminaren und Reisen profitieren ([www.impulse.de/mitgliedschaft](http://www.impulse.de/mitgliedschaft)). Für alle, die sich noch intensiver um die Weiterentwicklung ihres Unternehmens kümmern wollen, gibt es das **Premium-Programm**, in dem sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer untereinander per Video austauschen und in Fragestunden und Web-Seminaren Input von Experten erhalten. Auch haben sie Zugriff auf die Premium-Mediathek mit über 300 Videos zu allen Themen der Unternehmensführung ([www.impulse.de/premium](http://www.impulse.de/premium)). Die Mitgliedschaft kostet 59 Euro netto im Monat oder 590 Euro netto im Jahr, das Premium-Programm zusätzlich 159 Euro netto im Monat.

**Die Akademie:** Neben Inhalten für die Mitglieder gibt es seit 2015 die impulse-Akademie – mit Seminaren und Online-Kursen etwa zu Führung und Strategie sowie mit Unternehmerreisen ([www.impulse.de/akademie](http://www.impulse.de/akademie)) **Mastermind-Gruppen** treffen sich, begleitet von impulse-Chef Nikolaus Förster, ein Jahr lang digital in einer Gruppe von sechs Unternehmern, um Erfahrungen auszutauschen, an Strategien zu feilen und sich Ziele zu setzen ([www.impulse.de/mastermind](http://www.impulse.de/mastermind)).

- Nikolaus Försters **LinkedIn-Beitrag** zum 10-jährigen MBO-Jubiläum finden Sie hier: [https://www.linkedin.com/posts/nikolausf\\_maches-unternehmertum-mut-activity-7018113236650610688-Yu95?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop](https://www.linkedin.com/posts/nikolausf_maches-unternehmertum-mut-activity-7018113236650610688-Yu95?utm_source=share&utm_medium=member_desktop)
- Die **Pressemitteilung** finden Sie auch hier: <https://medien.impulse.de/ueber-uns/pressemitteilungen/>
- **Kontakt:** Elisabeth Dauer, Assistentin des Geschäftsführers, [dauer.elisabeth@impulse.de](mailto:dauer.elisabeth@impulse.de), Tel. 0151-106 239 94