

Vorstandsinterview

Markus Rieger, Vorstand der
GoingPublic Media AG

Herr Rieger, was bedeutet die Kooperation mit dem Deutschen Aktieninstitut (DAI) für die GoingPublic Media AG?

Zunächst einmal bedeutet die ab sofort regelmäßige Erstellung der DAI-Zeitschrift „Finanzplatz“ unseren größten Corporate Publishing-Auftrag seit dem Jahr 2000. Wenn man sich ansieht, dass wir seit 2002 mit dem GoingPublic- sowie dem VentureCapital Magazin kumuliert immer rund 85 % unseres Jahresumsatzes erzielen, ist es außerdem schön, dass wir durch den Auftrag nun einen kleinen Schub im Dienstleistungsbereich erfahren und ein wenig diversifizieren können. Darüber hinaus ist es natürlich eine Ehre, „das Sprachrohr“ des deutschen Kapitalmarktes, von dem rund 10.000 Exemplare im In- und Ausland verbreitet werden, mitgestalten zu dürfen. Vielleicht hebt uns das mittelfristig sogar in eine andere „Liga“, gerade im Umgang mit den Großkonzernen im DAX oder EuroStoxx sowie deren Beratern, die ja auch potenzielle Werbekunden sind.

GoingPublic Media sitzt in Relation zum Geschäftsvolumen auf relativ hohen Barreserven, die zum Jahresende bereits einen Euro je Aktie ausmachen könnten. Denken Sie mittelfristig auch an Übernahmen?

Das ist selbstverständlich nicht ausgeschlossen und wir sehen uns auch den einen oder anderen Fall an. Trotzdem müsste sich da schon eine klare Win-Win-Situation ergeben, um die Transaktions- und Integrationsrisiken für eine so kleine Gesellschaft wie die unsrige beherrschbar zu machen. Auf jeden Fall haben Sie Recht damit, dass es eine der wesentlichen Fragen für uns sein wird, wie wir unsere „Kriegskasse“ in Zukunft sinnvoll nutzen. Aufgrund der Barreserven aus einem Gefühl der Sicherheit heraus agieren zu können, ist aber in jedem Fall ein wesentlicher Vorteil im Vergleich zu früher.

GoingPublic Media profitiert auch von der Aufwärtsbewegung an den Wertpapiermärkten. Ist die jetzige Hausse nachhaltiger als zur Jahrtausendwende?

„Nachhaltiger“ mit Sicherheit ja. Denn nach März 2000 blieb ja von der Nachhaltigkeit des Aufschwungs nicht mehr viel übrig... Heute spürt man meines Erachtens immer noch genug Pessimismus im Markt, der als gesunde Basis dient. Doch selbst wenn es einen Rücksetzer an den Aktienmärkten um 10-15 % geben sollte, wäre das eher die Gelegenheit für eine nächste Kaufwelle denn das Einläuten einer nachhaltigen Schwächephase. Was unser Geschäft betrifft, sollte das heute in jedem Fall viel konjunkturrestenter als zur Jahrtausendwende und selbst ohne Börsengänge profitabel sein.