



## Vom erfolgreichen M&A-Magazin zur relevanten digitalen Plattform

### Interview mit M&A REVIEW-Redaktionsleiter Stefan Schneider

Seit fast drei Jahrzehnten ist die M&A REVIEW das Sprachrohr der deutschsprachigen M&A-Branche. Trotz einer treuen Leserschaft mit einem festen Abonnementkreis steht das Magazin vor der Herausforderung, das digitale Angebot sinnvoll zu ergänzen und weiter auszubauen. Über dieses und andere Themen sprach inpuncto mit dem redaktionellen Leiter Stefan Schneider.

Sie haben Anfang des Jahres die redaktionelle Leitung bei der M&A REVIEW übernommen. Wie ist es zu der Zusammenarbeit gekommen? Mein früherer Studienkollege Markus Rieger, Vorstand der GoingPublic Media AG, hat mich aufgrund meines umfangreichen M&A- und Post-Merger-Integration-Netzwerkes im Mai 2017 angesprochen, ob ich nicht jemanden kennen würde, der kurzfristig die Redaktion der M&A REVIEW übernehmen könne. Und da ich zu diesem Zeitpunkt noch in der Phase der technischen Realisierung meines eigenen Start-ups, der Xperience-Connect-Plattform, stand und zudem die M&A REVIEW aus meinem eigenen Studium kannte, habe ich ihm bis Ende 2017 Unterstützung zugesagt. Wie Sie sehen, bin ich immer noch an Bord, denn die Arbeit in diesem herausfordernden Umfeld macht mir Spaß!

#### Was sind für Sie die Herausforderungen bei der Positionierung der M&A REVIEW?

Ich sehe die M&A REVIEW als führende Fachzeitschrift im M&A-Bereich in ihrer relevanten Zielgruppe grundsätzlich gut positioniert. Als Publikationsorgan für den Bundesverband Mergers & Acquisitions e. V. haben wir einen starken Partner inmitten unserer Hauptzielgruppe, der M&A-Professionals. Herausforderungen sehe ich jedoch vor allem in der Aufrechterhaltung der Attraktivität für Leser\*innen, Autor\*innen und Werbetreibende.

#### Welche Herausforderungen sind dies konkret?

Wie alle anderen Printmedien auch, ist die M&A REVIEW von den Themen der Digitalisierung betroffen. Die M&A REVIEW ist das älteste deutschsprachige Fachmagazin im M&A-Umfeld. Sie ist auf allen relevanten M&A-Konferenzen in der DACH-Region als Printmagazin vertreten. Fast jede\*r M&A-Professional im deutschsprachigen Raum kennt dieses Printmagazin mit seinem Archiv aus nahezu 30 Jahren.

Dies sehe ich als die erste große Herausforderung: Während die erfahrenen M&A-Professionals noch gerne einmal eine Printlektüre zur Hand nehmen, zeigt sich insbesondere bei jungen Absolvent\*innen der Hochschulen der Trend zu digitalen Medien. Print – auch wenn edel aufbereitet – wird als Luxus angesehen und gehört nicht mehr in die Wohnräume dieser Berufseinsteiger. Dennoch freuen sich die M&A-Professionals aller Altersgruppen, wenn sie die hochwertige Printausgabe der M&A REVIEW mit ihrem eigenen Artikel in den Händen halten. Die Gewinnung von guten und relevanten Autor\*innen, seien sie aus Wissenschaft oder Praxis, sehe ich als zweite Herausforderung. Die M&A REVIEW wurde von Professor Müller-Stewens von der



renommierten Universität St. Gallen gegründet und 2015 von Professor Schalast von einer der besten privaten Hochschulen im deutschsprachigen Raum, der Frankfurt School of Finance and Management, in der Herausgeberschaft übernommen. Diesem Erbe muss die Redaktion gerecht werden. Unser Ziel ist es, eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis zu schlagen und dies dauerhaft auf einem sehr hohen Niveau. Die Autor\*innen müssen die Zeit und Mühe aufbringen, einen mit fünf bis sechs DIN-A4-Seiten doch sehr umfangreichen Artikel für ein Fachmagazin mit relevantem Fachpublikum zu schreiben.

Und als dritte Herausforderung sehe ich natürlich – wie bei jedem anderen Wirtschaftsbetrieb auch – die Finanzierung. Die M&A REVIEW als hochwertiges Fachmagazin im Kompetenz- und Wissensumfeld des Bereiches M&A arbeitet nur mit Werbepartnern aus dieser Zielgruppe. Wir sind stolz, dass wir als kleines Fachmagazin nun fast 30 Jahre am Markt sind – 2019 feiern wir tatsächlich unseren 30. Jahrgang –, und wir sind unseren Partnern dankbar, die uns dies ermöglicht haben.

#### Wie begegnen Sie diesen Herausforderungen?

Im Juli 2018 haben wir einen Relaunch des Internetauftritts der M&A REVIEW vorgenommen. Mit dem neuen Auftritt [www.ma-review.de](http://www.ma-review.de) soll die M&A REVIEW moderner und für unsere Partner attraktiver werden. Mit der neuen Website versuchen wir, Leser\*innen, Autor\*innen wie auch Werbetreibenden eine digitale Plattform für den Bereich M&A im deutschsprachigen Raum »



**Stefan Schneider**

Redaktionsleiter M&A REVIEW



anzubieten. Die integrierte Newsletterfunktion wird uns sicherlich dabei helfen, die M&A Professionals noch stärker anzusprechen. Sukzessive werden wir die Plattform mit weiteren Services anreichern. So kann im Verbund mit den anderen Magazinen der GoingPublic Media AG eine Vielzahl von zusätzlichen News, wie Deals aus unterschiedlichen Branchen, auch in der M&A REVIEW abgebildet werden. Bisher haben wir von all unseren Partnern positive Signale erhalten: Leser\*innen, Autor\*innen wie auch Werbetreibende begrüßen diesen Schritt.

#### Planen Sie Veränderungen im Heft?

Wenn wir über Layout und Formate der Printversion sprechen, so beabsichtige ich keine große Veränderung. Inhaltlich würde ich sehr gerne noch stärker themenspezifische Hefte erstellen. Ob dies gelingt, wird die Zeit zeigen! Es hängt von der Attraktivität des Themas für die Autor\*innen und dem für sie notwendigen Zeitaufwand ab.

**Sie sind neben Ihrer redaktionellen Tätigkeit Gründer und Geschäftsführer der Xperience Connect GmbH, ein B2B-Marktplatz für professionelle Beratungsdienstleistungen. Gibt es Überschneidungen bei Ihren beiden Tätigkeitsbereichen und nutzen Sie Synergien?**

Ganz klar: ja. Natürlich versuche ich, bei den auf Xperience Connect gelisteten Beratungshäusern auch Autor\*innen für die M&A REVIEW zu gewinnen. Dies liegt auf der Hand, wenn große Corporates diese Beratungshäuser als relevant und geeignet für Transformations- oder M&A-/Post-Merger-Integration-Themen ansehen. Und umgekehrt habe

ich bei meiner Arbeit mit der M&A REVIEW immer wieder Kontakt mit neuen, potenziell für Corporates interessanten Beratungshäusern. Daher sehe ich durchaus eine Win-win-Situation in den beiden Tätigkeitsbereichen.

**Die M&A REVIEW richtet sich vornehmlich an M&A-Professionals aus dem deutschsprachigen Raum. Ist zukünftig auch eine Internationalisierung angedacht?**

Als Publikationsorgan des Bundesverbandes Mergers & Acquisitions e. V. sollte die M&A REVIEW meiner Ansicht nach den Fokus auf jeden Fall auf den deutschsprachigen Raum legen. Es gibt hier noch erhebliches Potenzial, M&A-Professionals für Verband und Zeitschrift – sowohl im Print als auch online – zu gewinnen. Dieses sollte zunächst gehoben werden. Insbesondere für den deutschen Mittelstand bietet die M&A REVIEW mit ihrem fast 30 Jahre alten Archiv eine enorme Wissensbasis im M&A-Bereich. Und mit den integrierten Online-services auf der Website, beispielsweise im Bereich Veranstaltung und Weiterbildung, können gerade diese Gruppen schnell Wissen aufbauen.

**Warum sind strategische Partnerschaften, wie z. B. mit dem Bundesverband für M&A, für die M&A REVIEW so wichtig?**

Der Bundesverband Mergers & Acquisitions e. V. ist eine sehr wichtige Säule für die M&A REVIEW. Der Verband stellt Teile der Leser\*innenschaft, aber auch Autor\*innen. Fokusthemen, die M&A-Professionals beschäftigen, werden im Bundesverband geprägt. Der BM&A ist somit eine wichtige Triebfeder für die M&A REVIEW.

**Was sind aktuell die wichtigsten M&A-Themen?**

Allen voran möchte ich tatsächlich die beiden Themen Investitionskontrolle und Digitalisierung im Bereich M&A nennen. Beide Themen prägen die Konferenzen im deutschsprachigen Raum. Und beide waren Schwerpunktthemen in den letzten beiden Ausgaben der M&A REVIEW. Vielleicht finden sich ja unter Ihren Leser\*innen auch nochmals Interessent\*innen für unser Fachmagazin – mit seinen mittlerweile tatsächlich sehr attraktiven Onlineangeboten. Ich würde mich auf jeden Fall über reges Interesse freuen.

.....  
Webseite:

[www.ma-review.de](http://www.ma-review.de)

.....