

# Post von Herrn Maurischat

Das Internet-Portal Gomopa betreibt am grauen Kapitalmarkt recht eigentümliche Geschäfte

VON CHRISTOPH GIESEN

Der Name klingt vertraut: Goldman, Morgenstern & Partners LLC. Ein wenig nach Investmentbank, nach Geldadel und Wall Street. Meistens wird der Name jedoch nur abgekürzt als Gomopa. Das klingt eher nach Babynahrung, trotzdem ist der Internetdienst Gomopa eine der zentralen Größen auf dem grauen Kapitalmarkt, jenem unüberschaubaren Umschlagplatz, auf dem sowohl redliche Fondsanbieter als auch Architekten von Schneeballsystemen unterwegs sind. Es ist ein Markt, auf dem Anleger zu Mitbesitzern einer Fabrik werden, ihr Geld in Edelmetalle investieren oder mit Nachrangdarlehen versuchen reich zu werden. Manche der Anbieter hantieren mit Genussscheinen, andere finanzieren Hollywood-Filme oder sie bündeln das Geld der Anleger in Schiffsfonds und kaufen davon Frachter.

Welche Geschäftsidee Firmen auch immer verfolgen, eines ist sie: Sie werden sehr viel laxer überwacht als die Banken oder der Aktienmarkt. Die Folge: Wo es nur eine eingeschränkte Regulierung gibt, ist Vertrauen enorm wichtig. Unternehmen, die hochspekulative Fonds verkaufen, möchten schließlich nicht, dass ihre Anleger verunsichert sind. Wer in dieser Branche Misstrauen erzeugen kann, der hat die Macht, Geschäftsmodelle zu zerstören.

## Am Telefon beklagen sich Kunden über die Methoden der Firma aus Manhattan

Seit der Gründung vor 15 Jahren ist Klaus Maurischat der Chef von Gomopa. Sein Dienst hat sich sehr viel Einfluss aufgebaut. Auf den ersten Blick wirkt die Gomopa-Webseite wie ein journalistisches Portal, mindestens fünf Mitarbeiter haben amtlich anerkannte Presseausweise, es gibt auch einen Chefredakteur. Beinahe täglich berichten sie auf gomopa.net über den grauen Kapitalmarkt. Maurischat sagt dazu: Gomopa verstehe sich „nicht als publizistisches Organ, sondern als Unternehmensberatung.“ Dennoch verbreiten sich die Gomopa-Texte über angeblich bevorstehende Insolvenzen, dubiose Geschäfte oder mögliche Schneeballsysteme sehr schnell im Netz. Für die angegriffenen Firmen sind diese Berichte oft unangenehm.

Doch es gibt offenbar einen Ausweg, damit die Negativ-Schlagzeilen wieder aus dem Netz verschwinden. SZ und NDR liegen mehr als ein Dutzend „Beratungsverträge“ vor, sie geben Aufschluss darüber, wie Gomopa auf den grauen Kapitalmarkt Einfluss nimmt. Hunderte Seiten an internen Unterlagen und E-Mails zeigen dies. Zu den mutmaßlich Geschädigten gehören Dutzende deutscher Firmen. Sie alle verkaufen ihre Anlageprodukte am grauen Kapitalmarkt.

Der Ablauf ist in vielen der vorliegenden Fälle ähnlich: Zunächst berichtet Gomopa negativ über ein Unternehmen. Dann findet man sich zusammen und schließt einen Vertrag, wonach Gomopa die „strategische Beratung für sämtliche öffentlichkeitsrelevanten Fragen“ übernimmt. Kritische Berichte erscheinen danach gewöhnlich keine mehr und auch die alten Artikel werden üblicherweise offline genommen. Mal zahlte die Firmen 1500 Euro im Monat, mal sind es 5000 Euro. Andere wiederum liegen monatlich bei 10 000 Euro.

Da ist zum Beispiel die Firma Dolphin Trust, ein Immobilienentwickler aus Langenhagen bei Hannover. „Den Kontakt zu Gomopa nahmen wir seinerzeit auf, als die Gomopa-Redaktion Nachrichten über Dol-

phin Trust publizierte, die zum einen fehlerhaft waren und damit zum anderen negativ für unser Unternehmen hätten wirken können“, erklärt ein Unternehmenssprecher. 22 500 Euro zahlt Dolphin Trust alle drei Monate. Doch warum? „Zweck des Vertrages ist, dass Gomopa Journalisten, Redaktionen und Medienportalen im Internet wahrheitsgemäße und instruktive Informationen zur Geschäftstätigkeit von Dolphin Trust in Deutschland als Projektentwickler und Bauträger im Bereich denkmalgeschützter Immobilien zur Verfügung stellt“, heißt es wolkig.

Ein anderer Kunde ist die Primea Invest AG aus Berlin. Das Unternehmen nennt sich selbst einen „Vertriebskoordinator von anteilsgebundenen und versicherungsummantelten Finanzprodukten“. Seit Mai 2014 zahlt Primea Invest 1000 Euro im Monat. „Aufgabe von Gomopa war das Screening und Monitoring des Marktes / des Internets bzgl. Berichterstattung über Primea“, teilt Primea-Geschäftsführer Holger Stabernack mit.

Wenige Monate vor Vertragsunterzeichnung schrieb Gomopa noch selbst über das Unternehmen: „Primea Invest AG: Sachwert-Wundertüte getarnt als Lebensversicherung“, titelte der Dienst am 3. Februar 2014. „Eine Lebensversicherung mit sechs Prozent Rendite. Das Ganze sicher und jederzeit kündbar. Keine Provisionen, keine versteckten Kosten! So lautet das Versprechen der Primea Invest AG. Doch das scheinbar perfekte Produkt hat seine Tücken“, urteilte Gomopa. Inzwischen ist der Text auf den Internetseiten des Dienstes nicht mehr aufzufinden. „404 Not Found. Zu dieser Pressemitteilung liegen keine Informationen vor. Das kann daran liegen, dass diese Pressemitteilung nicht (mehr) existiert oder gesperrt worden ist“, heißt es lapidar auf der Webseite.

Wer nicht regelmäßig an Gomopa zahlen möchte, kann offenbar, wie vorliegende Rechnungen zeigen, auch einzelne Artikel gegen Geld sperren lassen. Laut einer dieser Rechnungen, die an die inzwischen insolvente Deutsche Immobilien und Grundbesitz AG ging, verlangte Gomopa für die „Nutzungsrechte“ an drei Artikeln insgesamt 150 000 Euro.

Eine ähnliche Forderung erhielt der Leipziger Immobilienunternehmer Bernd Ehret. 25 000 Euro sollte er überweisen. „Dieser Betrag wurde für Dienstleistungen der Gomopa bezahlt“, teilt er mit. Laut Rechnung bekam er im Gegenzug die Nutzungsrechte für den Artikel „Immoselect AG und Heli GmbH: Die Katze lässt das Mäusen nicht“ eingeräumt, in dem Gomopa Ehrets Firma, jene Immoselect AG, scharf angegriffen hatte.

SZ und NDR haben mehr als ein Dutzend Firmen, die mit Gomopa einen Beratungsvertrag abgeschlossen haben, per E-Mail kontaktiert. Keines der Unternehmen kritisierte in seiner schriftlichen Antwort den Geschäftspartner Gomopa. Telefonisch meldeten sich jedoch mehrere der angegriffenen Firmen zurück. „Natürlich werde ich von denen erpresst“, sagt ein Unternehmer. „Die machen dich fertig, da hast du keine Chance“, meint ein anderer. „Der Graumarktpate Maurischat“ könne Misstrauen säen und Vertrauen wiederherstellen, sagt er.

Der Gomopa-Chef dagegen betont in seinen Antworten auf die Fragen von SZ und NDR immer wieder, dass die Aufgabe seines Unternehmens allein in der „strategische Beratung für öffentlichkeitsrelevante Fragen und Aufgabenstellungen“ seiner Kunden bestehe. Zu den Details der Geschäfte mag er nichts sagen: „Über Verträge mit unseren Klienten geben wir öffent-

lich selbstverständlich keinerlei Stellungnahme ab“, erklärt Maurischat.

Sein Unternehmen hilft auch dann, wenn anderswo unangenehme Berichte erscheinen, etwa im Fall der Erneuerbare Energie Versorgung AG (EEV). Das Unternehmen aus Göttingen hat bislang von Anlegern 21 Millionen Euro eingesammelt, um in ein Biomasseheizkraftwerk und einen Offshore-Windpark zu investieren. Es gibt nur einen Makel: Das Windpark-Areal in der Nordsee liegt mitten in einem Übungsgebiet der Bundeswehr. Die Marine schießt dort mit scharfer Munition. Ob der Windpark dort jemals gebaut werden darf, ist völlig unklar.

## „Der Kern der Veranstaltung ist, Recherche zu diskreditieren und mit Dreck zu schmeißen.“

Bei der EEV weiß man davon seit 2012 und hat das Projekt in einem internen Schreiben als „im Grunde genommen wertlos“ bezeichnet. Die Anleger wurden darüber jedoch nicht aufgeklärt. Jens Heitmann, ein Journalist der *Hannoverschen Allgemeinen Zeitung* (HAZ), berichtete über die Probleme zuerst.

Aufgrund der negativen Veröffentlichungen habe sich Gomopa bei der EEV gemeldet, erklärt ein Anwalt des Unternehmens. Anschließend bot die EEV „Gomopa an, sämtliche Unterlagen einsehen und alle beteiligten Personen befragen zu können. Schnell stellte sich heraus, dass der Umfang dieser Informationen, sowie daraus abzuleitende Tätigkeiten die „n-

ormalen“ Kapazitäten der Gomopa überstieg“, sagt der Anwalt. Die EEV habe sich deshalb bereit erklärt, „einen Unternehmensberatungsvertrag mit Gomopa zu schließen und die anfallenden Kosten im Rahmen einer monatlichen Pauschale zu übernehmen.“ Zunächst waren es 1000 Euro pro Monat. „Die EEV wurde unseren Recherchen nach von ehemaligen Angestellten bestohlen und genötigt. Daher haben wir auf Bitten des Kunden die strategische Beratung für sämtliche öffentlichkeitsrelevanten Fragen und Aufgabenstellungen übernommen“, sagt Maurischat dazu.

Was offenbar Teil einer „strategischen Beratung“ sein kann, lässt sich auf der Gomopa-Webseite nachlesen: Dort erscheint am 5. September 2014 ein Artikel mit der Überschrift „Unterstützt HAZ-Redakteur Jens Heitmann eine vermutlich kriminelle Bande?“ Heitmanns Quellen und Gesprächspartner werden im Text mit vollem Namen genannt und verunglimpft. Später tauchen Blogs im Internet auf, in denen diese Anschuldigungen wiederholt werden. Dazu sagt Heitmanns Chef, HAZ-Chefredakteur Hendrik Brandt: „Der Kern der ganzen Veranstaltung ist, nicht sachlich zu informieren, sondern harte, für die einzelnen Unternehmen möglicherweise auch schmerzhaft journalistische Recherche zu diskreditieren und schlichtweg mit Dreck zu schmeißen.“

Am 15. September 2014 schreibt Maurischat der EEV per E-Mail: „Ihre Betreuung erweist sich als weitaus problematischer als ursprünglich angenommen. Durch unsere „Gefechte“ gegen die HAZ und ihren Chefredakteur werden wir in „Graben-

kämpfe“ mit hineingezogen, die wir nicht zu verantworten haben.“ Das Beratungshonorar steigt von 1000 auf 5000 Euro.

Die Rechnungen, die Gomopa ihren Kunden stellt, sind nicht sehr umfassend, meistens sind es nur ein paar Worte: „Strategic consulting, Research, Detection of irregularities in the financial market“, heißt es oft. Eine Mehrwertsteuer wird nicht ausgewiesen. Zwei Wochen haben die Kunden Zeit, das Geld auf ein Konto bei der Bank of America zu transferieren. Sind sie einmal spät dran, kann Maurischat sehr unangenehm werden.

In einer E-Mail, die SZ und NDR vorliegt, schreibt er am 4. Februar 2015 unter dem Betreff: „Noch immer kein Zahlungseingang!“ an einen PR-Berater, der die Firma Proven Canadian Oil (POC) betreut: „Wenn ich jetzt schreibe, dass Abzocker eben Abzocker bleiben, dann wäre das doch nicht verwunderlich. Für solche Fälle habe ich einen ‚Spezialkontakt‘, wenn ich den zum Einsatz bringe, wird Frau Galba (Anm d. Red: die POC-Geschäftsführerin) und alles, was um POC herum ist, ihr Verhalten bitter bereuen. Das soll keine Drohung sein, sondern nur ein Rat für die Zukunft, den ich über Sie an Frau Galba sende.“ 10 000 Euro muss POC laut Verträgen monatlich an Gomopa zahlen. Maurischat dementiert, „dass diese Mail eine derartige Formulierung enthalte“.

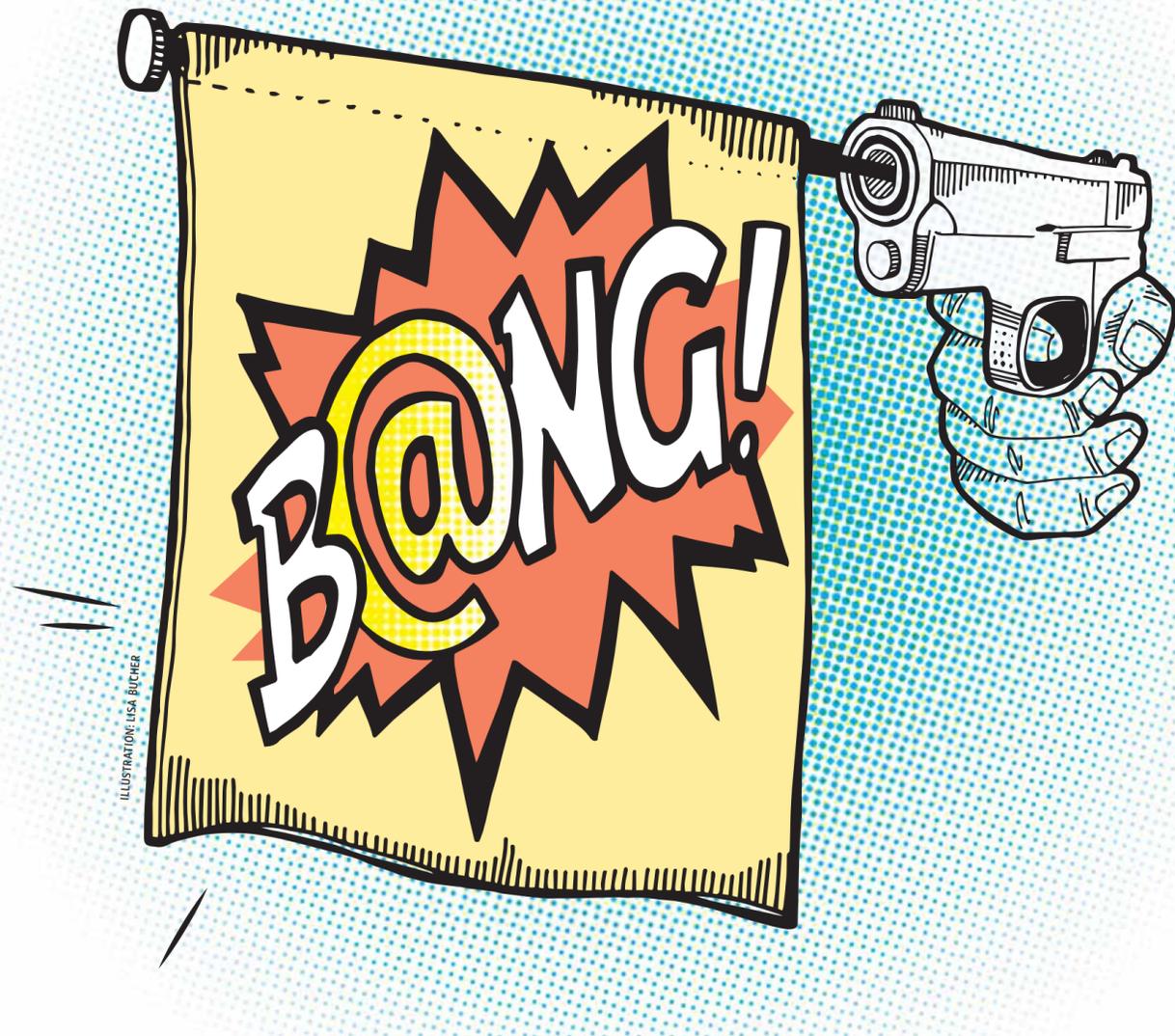
Wer versucht, gegen Maurischats Unternehmen juristisch vorzugehen, hat oft Schwierigkeiten. Denn offiziell sitzt Gomopa in der Madison Avenue in Manhattan, nur ein paar Blocks vom Central Park entfernt. Ruft man dort an, meldet sich eine

Telefonistin, die mitteilt, dass niemand zu sprechen sei. Sie diktiert dann die E-Mail-Adresse von Gomopa. Es handelt sich den Unterlagen zufolge um den Büroservice der Firma Alton North America Inc. 160 Dollar kostet der Dienst Gomopa im Monat. Die Post wird regelmäßig nach Deutschland geschickt.

## Der Gomopa-Chef verteidigt sich: Es gehe nur um die „strategische Beratung“ seiner Kunden

Gomopa habe ganz bewusst seinen Firmensitz in New York gewählt, sagt Maurischat: „Aufgrund einer Gesetzeslage, die unsere Unabhängigkeit jedenfalls teilweise einschränkt, bevorzugen wir es, mit einer ausländischen Unternehmung zu arbeiten.“ Trotzdem hat Gomopa einige Urteile in Deutschland kassiert. Der Grund: Es existiert noch eine Gomopa GmbH. Offiziell hat sie mit der amerikanischen Gesellschaft nichts zu tun.

Anfang Januar 2015 lässt Maurischat dennoch seine Sekretärin eine E-Mail verschicken, die alle Gomopa-Teilhaber, die eine Verschwiegenheitserklärung unterzeichnet haben. Die Gomopa GmbH befindet sich seit dem 1. Januar 2015 in Auflösung, schreibt er. „Die Gesellschaft ist weder überschuldet noch von der Bonität her angeschlagen“, lässt Maurischat die Teilhaber wissen. „Der einzige Grund für unser Handeln ist darin zu suchen, dass wir keine zustellfähige Adresse für die Goldman Morgenstern & Partners LLC mehr in Deutschland möchten.“



## Mit Charlie Brown ist nicht zu spaßen

Warum ein Ladeninhaber aus Dortmund Ärger mit den Erben des Peanuts-Erfinders hat

Fürs Skateboardfahren ist Charlie Brown eigentlich nicht lässig genug. Seine Baseballwürfe sind ja schon miserabel, Drachen, die er steigen lässt, enden meist im nächsten Baum, der nervöse Junge scheitert an so vielem. Seine ständigen Niederlagen machen – natürlich zusammen mit Snoopy – den Charme der Peanuts-Comics aus. Nun ist Charlie Brown, der gar nicht coole Junge, ein Problem für einen Laden geworden, der Skater-Mode verkauft. Der hat voriges Jahr in Dortmund aufgemacht und heißt: „New Peanuts Dortmund.“ Und das ist das Problem.

Der 33-jährige Antonio Milanese verkauft in dem Laden Wollmützen und Rucksäcke von Szene-Marken, an den Wänden Graffiti von Könnern. Dazu hat er kleine Design-Ideen auf Lager, wie den Pizzaschneider in Form eines gangschalungslosen „Fixie“-Bikes, angeblich Lieblingsschneidrad städtischer Stil-Eliten.

Milanese hat im Februar Post bekommen, von der internationalen Anwaltskanzlei Hogan Lovells aus Hamburg. Sie vertritt die Herren über das Erbe des im Jahr 2000 gestorbenen Zeichners und Peanuts-Erfinders Charles Schulz: die Peanuts Worldwide LLC aus New York. Die Anwälte wollen, dass Milanese sein Geschäft umbenennet und 2305 Euro Anwaltskosten zahlt. Milanese sagt: „Ich habe erst mal meinen Anwalt gefragt, ob das seriös ist.“ Ist es. Dabei hat er doch mit Charlie Brown nichts zu tun.

In der Welt des Stils spielt Snoopy, der meist auf seiner Hundehütte davon träumt, Pilot zu sein, keine Rolle. Gleiches gilt für den Kinder-Klavierspieler Schroeder und Charles Baseball-Nemesis, die rothaarige Peppermint Patty. Dennoch haben Charlies Anwälte beim Deutschen Patent- und Markenamt in München Einspruch gegen „New Peanuts“ eingelegt – sicherheitsshalber, wie sie sagen, weil sonst die Einspruchsfrist abgelaufen wäre. Ihr Vorwurf: Es bestehe eine „hohe Gefahr der Verwechslung“, schreibt Hogan Lovells. „Der Geschäftsauftritt erweckt den Eindruck eines neuen örtlichen Geschäfts für Peanuts-Merchandise in Dortmund.“ Milanese entgegnet: „Hier ist noch nie jemand reingekommen und hat nach einem Peanuts-Comic gefragt.“

Hogan Lovells betont, man sei an einer gütlichen Einigung interessiert. Das würde aber einen neuen Namen für Milanese's Geschäft bedeuten. Die Webseite new-peanuts.de musste er schon vom Netz nehmen. Weil er viele „Peanuts“, also Kleinigkeiten, anbietet, wie das Schneidbrett in Form eines Skateboards, habe er sich für den Namen entschieden. „Ich hätte ja nie gedacht, dass mir dann die Peanuts aus New York schreiben.“

Was ihm wohl nicht bewusst war: Die Peanuts sind mehr als ein sympathischer Comic-Strip. Sie sind eine Geldmaschine, die seit Jahrzehnten rattert. Die Marke ist nicht nur deshalb so wertvoll, weil welt-



Weltweit beliebt: Charlie Brown. Wer ihn aber zu kommerziellen Zwecken nutzen will, der muss zahlen. FOTO: REUTERS

weit Zeitungen für den Abdruck der Comics zahlen. Vor allem Merchandising und Lizenzierung sind viel wert.

Hinter Peanuts Worldwide stehen die Schulz-Erben und Iconix, einer der größten Rechteinhaber. Iconix verdient sein Geld mit mehr als 1100 Lizenzen. Mit denen machte das Unternehmen 2014 mehr als 400 Millionen Dollar Umsatz. Die Peanuts-Figuren treten in Videospiele auf, werden auf T-Shirts gedruckt, werben für die Versicherung MetLife. Mehrere US-Freizeitparks haben Lizenzen für Attraktionen wie „Planet Snoopy“ gekauft. Ein animierter 3D-Film soll im Herbst in die Kinos kommen. Auch Zara, Nestlé und der Einzelhändler Target nutzen die Peanuts-Charaktere.

So eine Marke ist aus Sicht der Inhaber schützenswert – aber sind Milanese und sein Nischen-Laden der richtige Gegner? Er habe, argumentiert Hogan Lovells, seine Marke nun mal für das Kerngeschäft der Peanuts Worldwide angemeldet: Bekleidung und Druckereierzeugnisse.

Die Frage, wie hoch die Verwechslungsgefahr ist, müssen Markenrechtler klären, notfalls vor Gericht. Immer wieder setzen internationale Unternehmen wie Apple das Markenrecht gegen Kleinunternehmer ein. Die Kräfteverhältnisse sind eindeutig: Die Kleinen haben selten die Ressourcen für einen Rechtsstreit. Milanese sagt: „Die haben so viel Geld, die lassen mich ausbluten.“ JANNIS BRÜHL

## Twitter, ein lohnendes Ziel

Google plant angeblich den Kauf des Kurznachrichtendienstes

München – Was die Welt bewegt, das bewegt auch Twitter. Und immer öfter ist es auch so: Was in Tweets, den höchstens 140 Zeichen langen Kurzmittellungen, steht, bewegt die Welt. Wer am Puls der Zeit lebt, nutzt den in den USA beheimateten Dienst, weltweit tun das im Monat fast 300 Millionen Menschen, in Deutschland sind es nur 3,6 Millionen. Es gibt zwar Überschneidungen mit anderen sozialen Netzwerken – so können sich zum Beispiel Mitglieder untereinander auch private Mitteilungen schicken wie bei Facebook. Doch die Stärke von Twitter ist es, dass Nachrichten nahezu in Echtzeit von einem Einzelnen veröffentlicht werden können – und zwar lesbar für alle, die sich dafür interessieren, man muss dafür nicht einmal Twitter-Mitglied sein.

## Der Dienst ist, so wie er ist, sehr, sehr einzigartig. Und damit kein leichter Kandidat

Es ist diese einzigartige Stärke von Twitter, die den Dienst bei repressiven Regimes verhasst macht – und bei Technologiefirmen zum höchst interessanten Übernahmekandidaten. An erster Stelle wird dabei zumeist der Internetkonzern Google genannt, so auch jetzt wieder auf einigen amerikanischen Webseiten. Weder Google noch Twitter kommentieren die Meldungen, doch gibt es durchaus Gründe für Google, die Akquise zu erwägen. Denn die Firma war bis dato mit sozialen Netzwerken alles andere als erfolgreich. Der jüngste Versuch, Google+, wird nur von vergleichsweise

wenigen Menschen aktiv genutzt, der Rest sind Karteileichen, die den Dienst niemals verwenden. Auch Googles Dienst Orkut war vor allem in Brasilien erfolgreich, sonst aber weitgehend unbekannt.

Die Gerüchte um eine mögliche Übernahme trieben den Börsenkurs von Twitter am Dienstag in New York um vier Prozent auf 52,87 Dollar, den höchsten Stand seit Oktober 2014. Am Mittwoch zeigten sich das Papier wenig verändert zum Freitag.

Den Berichten zufolge soll Twitter Berater abgeheuert haben, um eine feindliche Übernahme abzuwehren. Ob das Gerücht überhaupt stimmt, ist unklar. Klar ist jedoch, dass Twitter-Chef Dick Costolo unter dem Druck der Anleger steht, weil sein Unternehmen zwar weltweit viel Beachtung findet, aber noch immer nach einem Geschäftsmodell sucht, das langfristig Gewinne verspricht. Bis jetzt hält der Aufsichtsrat Costolo noch die Treue, aber das muss auch nicht immer so bleiben.

Die Frage ist aber auch: Was hätte ein Technologieunternehmen davon, Twitter zu kaufen? Ob die Nachrichten-Junkies, die es jetzt überwiegend nutzen, sich auch noch dafür begeistern würden, wenn es plötzlich Teil von Google, Microsoft oder wem auch immer wäre, ist durchaus zweifelhaft. Twitter ist, so wie es ist, eben sehr speziell, sehr einzigartig. Eingegliedert in ein größeres Ganzes, würde es viel von diesem Charme verlieren. Wer immer also möglicherweise erwägt, sich den Kurznachrichtendienst einzuverleiben, muss sich sehr genau überlegen, was er damit anfangen will. HELMUT MARTIN-JUNG