10 Jahre „Verkehrsnachrichten aus Berlin und Brandenburg“

Im Februar 2005 erschien die erste Ausgabe der Mitgliederzeitschrift ***„Verkehrsnachrichten aus Berlin und Brandenburg“***. Damaliger und heutiger Anspruch des Innungsvorstandes und der Redaktion war und ist, den Innungsmitgliedern und potentiellen Neumitgliedern aktuelle Informationen über die Tätigkeit der Innung, aber auch Informationen zu aktuellen Themen der Gewerbepolitik und des Gewerberechts in den verschiedenen Beförderungssegmenten zu vermitteln.

Ein weiteres Ziel ist, auch der regionalen Politik, Partnerverbänden, den Kammern und Verwaltungen der Länder Berlin und Brandenburg, den regionalen Niederlassungen der Nutzfahrzeugindustrie und gewerbenahen Dienstleistern sowie den Medien Informationen über das Engagement der Innung zugänglich zu machen. Zudem soll das regionale Profil der Innung stärker betont werden.

Zwar ist mit den *„Verkehrsnachrichten aus Berlin und Brandenburg“* 2005 ein neues Medium entstanden, völliges Neuland hat die Innung indes nicht betreten. Bereits 1947 wurde mit **„Transport und Verkehr – Fachzeitschrift für das Verkehrsgewerbe“** ein eigenständiges „Organ der Fuhrherren-Innung Groß-Berlin und der Kraftverkehrsgenossenschaft Berlin e. G. m.b.H.“ geschaffen.

TRANSPORT UND VERKEHR

FACHZEITSCHRIFT FÜR DAS VERKEHRSGEWERBE

Organ der Fuhrherren-Innung Groß-Berlin und der Kraftverkehrsgenossenschaft Berlin e.G.m.b.H

1. Jahrgang — Berlin, den 1. November 1947 — Heft 1

Zum Start!

Nachdem sich verschiedene mehr oder weniger berufene Interessenten um die Lizenz einer Fachzeitschrift für das Transportgewerbe lange Zeit vergeblich bemüht hatten, sah sich die Fuhrherren-Innung veranlaßt, diese Angelegenheit in die eigenen Hände zu nehmen. Der Erfolg dieser Bemühungen liegt heute vor uns in der Gestalt der ersten Ausgabe der Zeitschrift „Transport und Verkehr“. Sie tritt heute den Weg in die Öffentlichkeit an, begleitet von den besten Wünschen weiter Kreise unseres Gewerbes.

Genau wie die Fuhrherren-Innung es bis jetzt verstanden hat, Parteipolitik aus ihren Reihen fernzuhalten, soll und muß auch unsere Fachzeitung sich davon freihalten. Sie soll eine Fachzeitung im besten Sinne des Wortes sein, sie soll Verkehrspolitik treiben, die sich sinnvoll in den Rahmen einer gesamtdeutschen Wirtschaftspolitik eingliedert.

Eine fachlich hochstehende, sachlich korrekte Schriftführung braucht nicht hinderlich zu sein, um zu den das Gewerbe berührenden Ereignissen des Tages kritisch Stellung zu nehmen.

Grenzen waren schon im Mittelalter Feinde des Verkehrs, um so mehr sind es heute Sektoren-, Stadt-, Landes-, Nahverkehrs- und Zonengrenzen. Unsere Zeitschrift muß daher eine Brücke werden zwischen uns und dem Gewerbe im übrigen Reich. Sie muß ein Fortbildungswerk werden für die vielen neu in unser Gewerbe eingetretenen Unternehmer und muß darüber hinaus so lebendig gestaltet werden, daß sie nicht nur gelesen, sondern am Erscheinungstage voll Spannung erwartet wird.

Mit diesen guten Vorsätzen hat sie den Weg beschritten und muß ihn weitergehen, immer mit dem Leitmotiv vor Augen, Helferin des Gewerbes sein zu wollen.

Obermeister der Fuhrherren-Innung Groß-Berlin

Das Gewerbe ehren,
Die Jugend belehren!

So lautet der Wahlspruch, der als Inschrift auf dem aus den Trümmern geborgenen Banner der im Jahre 1887, also vor 60 Jahren, neuerstandenen „Fuhrherren-Innung zu Berlin“ angebracht ist. — 59 Jahre Fuhrgewerbe in Berlin mit dem ganzen Auf und Nieder der darin enthaltenen Wirtschaftsepochen und den „tausend Jahren“, mit deren Untergang gleichfalls die alte Berliner Fuhrherren-Innung ihr Dasein beendete. — Nach dem Zusammenbruch im Jahre 1945 wurde die „Fuhrherren-Innung Groß-Berlin“ neu errichtet, die die Zusammenfassung des Berliner Fuhr-, Transport- und Verkehrsgewerbes vornahm, um damit dem Berliner Gewerbe einen Rückhalt zu bieten.

Die heute herauskommende Fachzeitschrift will, aufbauend auf den Erfahrungen seiner Träger, zur Ehre des Gewerbes die neu Hinzukommenden belehren, indem sie zum Schutze aller für Sauberkeit des Gewerbes eintritt und damit dem Wahlspruch der alten Fuhrherren-Innung nicht nur wieder Geltung verschafft, sondern ihn auch für die Zukunft in die Tat umsetzt.

Chefredakteur

Ausgabe 1 „Transport und Verkehr“ 1947
(Quelle: FGI)

Einleitend stellte der damalige Obermeister Martin Hempel seinerzeit fest: *„Nachdem sich verschiedene mehr oder weniger berufene Interessenten um die Lizenz einer Fachzeitschrift für das Transportgewerbe lange Zeit vergeblich bemüht hatten, sah sich die Fuhrherren-Innung veranlasst, diese Angelegenheit in die eigenen Hände zu nehmen.Unsere Zeitschrift muss eine Brücke werden zwischen uns und dem Gewerbe im übrigen Reich. Sie muss ein Fortbildungswerk werden für die vielen neu in unser Gewerbe eingetretenen Unternehmer und muss darüber hinaus so lebendig gestaltet werden, daß sie nicht nur gelesen, sondern zum Erscheinungstage voll Spannung erwartet wird.“*

Diese Zeitschrift erschien bis Mitte 1949, ehe sie im November 1949 vom **„Berliner Verkehrsspiegel“** abgelöst wurde. Der **„Verkehrsspiegel“** begleitete die Innung mehrere Jahrzehnte bis in die 70er Jahre.

Ausgaben des Verkehrsspiegel 50er (hinten) und 70er Jahre

Daran – den Besonderheiten der deutschen Teilung und der „Insellage“ des damaligen West-Berlin geschuldet – schloss sich die Kooperation der Innung mit den Verbänden in Hamburg, Bremen und Schleswig-Holstein an, die unter redaktioneller Verantwortung des Hamburger Verbandskollegen die Zeitschrift „Nord-West“ veröffentlichte.

Mit stärkerer norddeutscher Ausrichtung erhielt die Zeitschrift in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre den Titel „Nordverkehr“, den sie für die Mitglieder der Nordverbände bis zum heutigen Tag führt.

2004 griff die Innung ihre Verbandstradition wieder auf und entwickelte die „Verkehrsnachrichten aus Berlin und Brandenburg“ mit klar regional auf Berlin und Brandenburg ausgerichtetem Fokus.

Von der ersten Ausgabe an ist die Redaktion bemüht, mit dem jeweiligen Titelbeitrag ein aktuelles Thema für die Innungsbetriebe, aber auch für andere am Geschehen in der Verkehrswirtschaft interessierte Leser zu beleuchten.

So stand Ausgabe Nr. 1 im Jahr 2005 im Zeichen von Lärmminderung und Luftreinhaltung, ging es doch damals aktuell um den Berliner Luftreinhalteplan, der ab 2008 die Einrichtung der ersten Umweltzone in Deutschland vorsah.

Seither bot sich ein bunter Themenstrauß, der allein deutlich macht, welches Spektrum die Innungsbetriebe bedienen, jedoch auch, wie vielfältig die zu bewältigenden Probleme sind. Es gab Rechtsthemen, über die informiert wurde, mehrmals standen die von der Innung und ihren Aktions-/Kooperationspartnern veranstalteten ***„Tage der Verkehrssicherheit“*** und andere Themen der Verkehrssicherheitsarbeit im Mittelpunkt, auch die IAA Nutzfahrzeuge war mehrmals Gegenstand des Titelbeitrags.

Mit der Rubik *„Servicepartner“* erhalten Hersteller, Händler und andere Dienstleister für die Unternehmen der Verkehrswirtschaft eine Präsentationsplattform, die auch zur Vorstellung neuentwickelter Produkte und Dienstleistungen genutzt werden kann und genutzt wird. Rubriken der einzelnen Beförderungssegmente enthalten spezifische Informationen und ergänzen den ebenfalls umfangreichen Rundschreiben- und Newsletternachrichtendienst der Innung.

Zum Teil langjährige Begleiter – einige von Anbeginn an – sind auch die Anzeigenkunden, die die Zeitschrift gerade auch zur Ansprache ihrer regionalen Kunden nutzen können und nutzen.

Diesen sei hier ausdrücklich für ihr Engagement gedankt, bilden doch die Anzeigenerlöse einen wesentlichen Baustein, die Qualität der Zeitschrift zu sichern und dennoch wirtschaftlich zu bleiben.

Natürlich sind 10 Jahre „Tradition“ ein Ansporn zum „Weiter so!“, denn Bewährtes gilt es im wahrsten Sinne des Wortes zu bewahren. Andererseits sollte ein solcher Anlass auch genutzt werden, Neues zu wagen.

Die Redaktion hat deshalb im jetzt zu Ende gehenden Jahr ein neues Designkonzept erarbeitet.

Das bedeutet: ab **Ausgabe 01/2015** erscheinen die „**Verkehrsnachrichten aus Berlin und Brandenburg**“ im neuen Outfit, der Leser findet aber die vertrauten Rubriken, gelegentlich – je nach aktuellem Erfordernis – ergänzt um eine neue Rubrik **„Recht und Rechtsprechung“.** Lassen Sie sich überraschen …

Braucht man im Zeitalter von Facebook und Twitter noch eine Verbandszeitschrift?

„Verkehrsnachrichten aus Berlin und Brandenburg“ (VN) im Gespräch mit dem **Vorsitzenden** der Innung **Ulrich Schulz** und dem **Ehrenvorsitzenden Michael Eichen**

VN: *Herr Eichen, in Ihrer Amtszeit fiel 2004 die Entscheidung, für die Innung nach mehr als zwei Jahrzehnten wieder eine eigene Verbandszeitschrift zu entwickeln. War die Entscheidung in der Rückschau richtig?*

Eichen: Die Fuhrgewerbe-Innung hat sich – soweit ich das beurteilen kann – eigentlich immer schon um ein individuelles Verbandsprofil bemüht. Das wurde über viele Jahrzehnte allein dadurch bedingt, dass wir als Westberliner Verband einem gewissen „Inseldasein“ ausgesetzt waren, was zwangsläufig dazu führt, dass alle Mitglieder auf vergleichsweise engen Raum ansässig waren. Erst nach dem Ende der deutschen Teilung 1989 und aufgrund verschiedener verbandspolitischer Entwicklungen hat sich die Mitgliederbetreuung ins Flächenland Brandenburg erweitert. Inzwischen besetzen wir gewerbepolitische Themen sehr intensiv in beiden Bundesländern, das machte es erforderlich, auch ein medial klares Profil herzustellen. Was lag also näher, als eine eigene Verbandszeitschrift zu entwickeln.

VN: Hätte das nicht auch früher passieren können?

Eichen: Solche Entscheidungen sind nicht allein politischen, sondern auch wirtschaftlichen Erwägungen geschuldet. Wir haben in der Tat bereits in den 90er Jahren, als aus der Zeitschrift „Nord-West“ der „Nordverkehr“ wurde überlegt, ob damit nicht zu sehr der Bezug zur hiesigen Region verloren geht. Aus Kostengründen zum Vorteil aller mitwirkenden Verbände haben wir die Kooperation mit den norddeutschen Kollegen aber weiter fortgesetzt. Anfang des nächsten Jahrzehnts haben wir die Überlegungen aber wieder aufgegriffen und unter verbandspolitischen Gesichtspunkten dann auch umgesetzt.

VN: Herr Schulz, Sie sind jetzt ca. 2 Jahre Vorsitzender der Innung, haben also die Zeitschrift faktisch als vorhanden übernommen. Soll alles bleiben, wie es ist?

Schulz: Mein Unternehmen gehört ja der Innung an, seit ich 1990 in das Unternehmen meines Schwiegervaters eingetreten bin. Die Verbandszeitschrift habe ich also nicht erst kennen gelernt, als ich Vorsitzender wurde. Ich habe den Entstehungsprozess der „Verkehrsnachrichten“ als Vorstandsmitglied mitbegleitet, halte das Konzept für gelungen und habe auch als Leser vor der Übernahme des Innungsvorsitzes in der Zeitschrift viel Wissenswertes gefunden.

VN: *Die Frage an beide – ist denn eine „analoge“ Zeitschrift im digitalen Zeitalter überhaupt noch sinnvoll?*

Eichen: Das kommt natürlich ganz darauf an, was und wen man mit einer Zeitschrift erreichen will. Nach wie vor erfüllen Zeitschriften ihren Zweck, stellen auch ein gewisses corporate identity her. Und regional haben wir mit der Zeitschrift im Gewerbe und in den Netzwerken, in denen wir mitwirken, ein Alleinstellungsmerkmal, das wir erhalten sollten.

Schulz: Meiner Meinung nach hält sich die Anwendung von Facebook und Twitter auf der Unternehmerebene in unserem Gewerbe stark in Grenzen. Das muss nicht immer so bleiben, ich glaube aber, in den nächsten fünf Jahren wird sich da soviel auch nicht ändern. Ich bin der Meinung, dass es für unser Medium weiterhin unverändert Interesse gibt. Das schränkt uns ja an anderer Stelle nicht ein. Wir nutzen natürlich auch elektronische Medien zur Informationsvermittlung, aber bei der heutigen Fülle elektronisch übermittelter Informationen ruft die Zeitung einen Wiedererkennungseffekt hervor, und vor allem liegt sie noch da, wenn das Outlook-Postfach schon geleert ist.

VN: Was soll dennoch anders werden?

Schulz: Ich möchte mal vorausschicken, dass in der Erstellung einer solchen Zeitschrift sehr viel Arbeit steckt, kreative beim Design und redaktionelle bei jeder Ausgabe. Dafür möchte ich dem Innungsteam einmal herzlich danken. Denn letztendlich werden 90 % der Beiträge selbst geschrieben, selbst recherchiert oder selbst verfasst. Gastbeiträge gibt es verhältnismäßig wenige. Der Satz der Zeitung erfolgt in Verantwortung der Tochtergesellschaft der Innung, also auch „inhouse“. Wir haben uns gemeinsam Gedanken über ein neues Design gemacht, dafür besonders unserer langjährigen Mitarbeiterin Yvonne Eggert, die das „alte“ wie das „neue“ Design der Zeitschrift maßgeblich gestaltet hat, ein besonderes Dankeschön!

Eichen: Natürlich haben wir dabei auch überlegt, ob wir die Rubriken ändern oder neue entwickeln. Letztendlich haben wir – mit einer Ausnahme – aber herausgearbeitet, dass die bisherige Aufteilung zur Zeit die zweckmäßigste ist. Und man muss ja nicht zwanghaft etwas ändern, was optimal ist.

Schulz: Was ich auch noch hervorheben möchte, ist die Partnerschaft mit unseren Anzeigenkunden. Das sind ja im Regelfall alles Partner, mit denen wir auch an anderer Stelle zusammenarbeiten, die uns in unterschiedlichster Weise - auch redaktionell – unterstützen. Was mich wirklich besonders freut, ist der Umstand, dass auch das langjährige Partnerschaften sind. Auch hier gilt der Grundsatz: aus der Region – für die Region.

Herr Schulz, Herr Eichen – Vielen Dank für das Gespräch.

Verbandszeitschriften im Fokus der Forschung

Verbandszeitschriften fristen meist ein Schattendasein in der Presseforschung. Daher stiess vor einigen Jahren eine Veröffentlichung von Prof. Dr. Burkhard von Velsen-Zerweck und Dr.-Ing. Walter Gora sicher nicht nur in der Verbändelandschaft auf Interesse, in der die Autoren eine umfangreiche empirische Analyse zu den Erfolgsfaktoren von Verbandszeitschriften vorgelegt hatten. Zu den Ergebnissen der Arbeit gehörten u. a. folgende Erkenntnisse:

Typische Funktionen der Verbandszeitschrift

Typischerweise erfüllen Verbandszeitschriften **zehn** Aufgaben:

- Informationsfunktion: aktuelle Fachinformationen liefern
- Meinungsfunktion: Meinungen bilden und multiplizieren
- Bildungsfunktion: als Instrument der Weiterbildung dienen
- Imagefunktion: das Verbandsimage positiv beeinflussen
- Dialogfunktion: Dialog zwischen Mitglied, Leser und Verband halten
- Kompetenzfunktion: Kompetenzen des Verbandes darstellen
- Kontaktfunktion: Beziehungen zu Meinungsführern pflegen
- Servicefunktion: Serviceleistungen des Verbandes kommunizieren
- Forumfunktion: Forum für die Mitglieder und Leser darstellen
- Finanzfunktion: Einnahmequelle durch Anzeigenerlöse bilden

Fakten zur quantitativen Analyse von Verbandszeitschriften

Die quantitative Analyse der 600 untersuchten Verbandszeitschriften lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Verbandszeitschriften sind vor allem Fachzeitschriften.
- Viele Verbandszeitschriften sind zwischen 26 bis 50 Jahre alt.
- Die meisten Verbände geben ihre Zeitschrift selbst heraus.
- Die Redaktionen arbeiten oft verbandsintern.
- Die große Mehrheit der Verbandszeitschriften hat einen Untertitel.
- Sehr viele geben auf dem Titelblatt den Verbandsnamen und das Verbandslogo an.
- Der Großteil der Verbandszeitschriften schaltet Anzeigen.
- Das Text-Anzeigen-Verhältnis ist in der Regel ausgewogen.
- Die Mediadaten sind oft aktuell.

Neun Erfolgsfaktoren für Verbandszeitschriften

Die Autoren haben in ihrer Analyse neun Erfolgsfaktoren von Verbandszeitschriften herausgefiltert, die sie wie folgt beschreiben:

- ▶ Der spezifische Lesernutzen muss die zentrale Bestimmungsgröße sein.
- ▶ Die meisten Verbandszeitschriften sind zu umfangreich; optimal sind 48 Seiten.
- ▶ Eine prägnante, informative und professionelle Titelseite lädt zum Lesen ein.
- ▶ Ein übersichtliches und informatives Inhaltsverzeichnis erlaubt das schnelle Diagonallesen.
- ▶ Eine abwechslungsreiche Mischung der verschiedenen Informationsarten hält das Interesse wach.
- ▶ Ein kurzer Vorspann führt in das Thema ein und fesselt das Interesse.
- ▶ Interessante Leserservices bieten Zusatznutzen.
- ▶ Mitglieder- und Leserbefragungen erhöhen die Leserbindung.
- ▶ Umfassende und aktuelle Mediadaten verbessern das Anzeigengeschäft.

(Quelle: Verbändereport 05/99)