

Neues gestalten, Werte erhalten



JOCHEN THORNS
BRANDSCHUTZ-Chefredakteur

Stuttgart

jochen.thorns@kohlhammer.de

Genau vor 78 Jahren – im Mai 1947 – erschien die erste BRANDSCHUTZ-Ausgabe: 16 dünne Seiten auf einem maisgelben Papier gedruckt, aber bereits mit fachlich hochwertigen Inhalten, bedeuteten den Start der ersten Feuerwehrfachzeitschrift in den drei westlichen Besatzungszonen Deutschlands. Dabei war der Start holprig: Denn im Herbst 1946 scheiterte der Druck der Zeitschrift erst einmal am allgemeinen Papiermangel. Im Januar 1968 erfolgte dann die Integration der Deutschen Feuerwehr-Zeitung in den BRANDSCHUTZ, sodass der Titel seitdem BRANDSCHUTZ/Deutsche Feuerwehr-Zeitung lautet.

Bereits seit damals gibt es in drei Punkten eine hohe Kontinuität: BRANDSCHUTZ/Deutsche Feuerwehr-Zeitung wird schon immer im Verlag W. Kohlhammer herausgegeben. BRANDSCHUTZ/Deutsche Feuerwehr-Zeitung legt seit der Gründung Wert auf eine hohe Fachkompetenz. Und deshalb besteht die Redaktion schon seit Anbeginn aus Feuerwehrfachleuten oder aus aktiven Mitgliedern in der Freiwilligen Feuerwehr. Bis 1995 wurde die gesamte Redaktion übrigens nebenamtlich geleistet – alle Redaktionsmitglieder arbeiteten hauptberuflich im Feuerwehrwesen. Seit 1995 ist die Redaktion am Stuttgarter Stammsitz hauptberuflich und wird durch nebenberufliche, im Feuerwehrwesen verwurzelte und anerkannte Fachredakteure ergänzt. Das heißt, dieses Jahr gibt es seit 30 Jahren eine hauptberufliche BRANDSCHUTZ-Redaktion. Und ich persönlich freue mich, dass ich auf den Tag genau seit 25 Jahren in dieser Redaktion hauptberuflich mitarbeiten darf.

Für Richard Wagner sind sie das Leben, für Friedrich Schiller das Salz des Vergnügens und ein chinesisches Sprichwort pflegt die Furcht vor dem Stehenbleiben – gemeint sind Veränderungen. Wenn Sie dieses Editorial lesen, ist Ihnen sicherlich schon das neue Erscheinungsbild des BRANDSCHUTZ/Deutsche Feuerwehr-Zeitung aufgefallen. Im 79. Jahrgang war eine Modernisierung unumgänglich. Immer öfter kam das zur INTERSCHUTZ 2005 vorgestellte Layout an seine Grenze: Damals waren soziale Medien und digitale Online-Ausgaben noch unbekannt; auch die redaktionellen Inhalte haben sich weiterentwickelt. So hieß es auch für uns: Neues gestalten, aber Werte erhalten.

Genau 20 Jahre nach der Einführung des bisherigen Erscheinungsbildes gibt es mit dieser Ausgabe nicht nur ein neues, modernes und frisches Layout, sondern auch ein leicht geändertes Logo sowie damit eine neue Titelseite. Aus Feuerrot wird Weiß; die BRANDSCHUTZ-Schreibweise ist leicht geändert. Und auch die Schriftart wurde angepasst. Die Vorteile des neuen Erscheinungsbildes sind nicht nur ein „ruhigeres“ Lesebild mit mehr Weißraum, sondern sie liegen vor allem in der besseren Lesbarkeit in Onlinemedien und damit auch in der digitalen BRANDSCHUTZ-Ausgabe in der BRANDSCHUTZ-App. Dies ist heute wichtiger denn je. Bei aller Veränderung halten wir selbstverständlich an unseren Werten fest: In BRANDSCHUTZ/Deutsche Feuerwehr-Zeitung finden Sie auch weiterhin den gewohnten fachlichen Inhalt und hochwertige Informationen.

Ich hoffe, Ihnen gefällt das neue Layout des BRANDSCHUTZ/Deutsche Feuerwehr-Zeitung genauso gut wie mir. Ich freue mich über Ihre Reaktionen. Viel Spaß beim Lesen – und Entdecken!