

## 6 Berliner Wohnungsbaugenossenschaften,

40.000 Mitglieder,

1 Zeitung!

**Mitgliederzeitschriften haben** in vielen Genossenschaften **eine lange Tradition**. Sie dienen ihnen neben den neuen Medien noch immer **als Kommunikationsplattform für und mit ihren Mitgliedern**. Dabei soll die Mitgliederzeitschrift **nicht nur Informationen vermitteln und zur Interaktion** mit und zwischen den Lesern bzw. der Genossenschaft auffordern, **sondern auch das Image und den Genossenschaftsgedanken fördern**.

Mit dem Beginn der gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Kampagne der Berliner Wohnungsbaugenossenschaften entstand auch die Idee einer gemeinsamen Mitgliederzeitschrift. Schließlich **berichten die Genossenschaften darin nicht nur über sich** und ihre eigenen Mitglieder, **sondern auch über aktuelle Themen, die jede Genossenschaft betreffen**. Auch **gehört die redaktionelle Arbeit eben nicht zu den Kerngeschäftsfeldern** einer Genossenschaft und muss nicht selten von Vorständen und Mitarbeitern „nebenbei“ erledigt werden, da es häufig wenig wirtschaftlich ist, hier eigenes Personal vorzuhalten.

Aus diesem Ansatz heraus ist eine **gemeinsame Mitgliederzeitschrift für zunächst 6 Genossenschaften** entwickelt worden. Ziel ist es, **Kräfte zu bündeln** und **Synergien zu erzielen**.

**Die Zielgruppe** sind insbesondere **die eigenen Mitglieder und Mitarbeiter**, also ein **einkommensstarkes Leserpublikum** mit hohem Vertrauen in ihre Genossenschaft und den in der Mitgliederzeitschrift vermittelten Informationen und Empfehlungen.

