
Der Geist, der zur Post wurde

Neben 125 Jahre Automobilbau feiert Opel 2024 noch ein weiteres Jubiläum. Das Mitarbeitermagazin „Opel Post“ wurde vor 75 Jahren zum ersten Mal herausgegeben und zählt damit zu den traditionsreichsten Publikationen in der deutschen Industrie. Und hat sich im Laufe der Jahrzehnte ständig weiterentwickelt.

Zu Beginn ab 1949 zunächst im Zeitschriftenformat veröffentlicht, erfolgte 1981 die Umstellung auf ein größeres Zeitungsformat. 1993 feierte die Hauspostille ihre Premiere in Farbe, 2005 kehrte sie dann wieder zum Magazinformat zurück. Und seit 2013 ist sie nicht mehr als traditionelles Printprodukt, sondern als modernes Web?Magazin im Internet abrufbar. „Nicht viele Unternehmen können sich über ein Magazin freuen, das über einen derart langen Zeitraum die Mitarbeiter kontinuierlich mit Nachrichten aus dem eigenen Haus auf dem Laufenden hält“, sagt Chefredakteur Mark Bennett aus der Kommunikationssabteilung des Unternehmens.

Bereits vor der „Opel Post“ unterhielt das Unternehmen eine Werkszeitung. Im April 1930 erschien erstmals der „Opel Geist“, 1936 bis 1944 folgte ganz im Sinne der Zeit der „Opel Kamerad“, der in diesen Jahren vornehmlich als Propagandainstrument fungierte.

Die Geburtsstunde der bis heute Bestand habenden „Opel Post“ schlug 1949. Mit ihr hielt eine neue Mentalität Einzug, die zu dem neuen, demokratischen Deutschland und zu dem sich neu formierenden Automobilhersteller passte. Das Miteinander von Geschäftsleitung und Belegschaft sollte den Kern der Artikel bilden. Die neue Zeitung „kann und wird viel dazu beitragen, diese Zusammenarbeit und den hierzu nötigen Geist des gegenseitigen Vertrauens zu fördern“, kündigt der damalige Vorstandsvorsitzende Edward Zdunek in der ersten Ausgabe an.

Demokratie und Mitbestimmung waren oberstes Gebot – das zeigte schon die zweite Ausgabe, in der die Verantwortlichen ein Preisausschreiben auslobten und die Belegschaft um Titelvorschläge für die neue Publikation baten. Der Name „Opel Post“ sei nur provisorisch, den endgültigen Titel sollten die Mitarbeiter wählen. Am Ende kürte eine Jury den Vorschlag „Unterm Opel-Turm“ zum Gewinner. Doch zugleich geht aus der Mehrzahl der Einsendungen klar der Wunsch hervor, den Namen „Opel Post“ beizubehalten – und so heißt das Mitarbeitermagazin bis heute.

„Es jedem recht zu machen, ist schwer“, vermutete in der ersten Ausgabe Karl Heinz Mai, der erste Chefredakteur des Hausmagazins, der sich damals noch Schriftleiter nennt. Doch Offenheit und Kritikfähigkeit zählten zu den Stärken der neuen Publikation. Und so sorgte bereits die 1954 noch unübliche Aufbereitung des Geschäftsberichts in der „Opel Post“ für Gesprächsstoff am Band und in den Büros. Mehr noch: In kurzer Zeit entwickelte sie sich laut Chefredakteur Mai „vom bescheidenen Mitteilungsblatt zur umfangreichen, in der Öffentlichkeit beachteten und in Presse und Fachzeitschriften oft zitierten Zeitschrift“ entwickelt.

Nicht nur Personen und ihre Projekte standen von Beginn an im Mittelpunkt vieler Artikel – die Redaktion verschaffte sich seit den ersten Jahren mit wiederkehrenden Umfragen auch stets einen Überblick über die Meinungen ihrer Leser. Diese Meinungsbilder bestätigten immer wieder, dass rund zwei Drittel aller Mitarbeiter mit ihrer Werkszeitung vollauf zufrieden waren, der Rest äußert allenfalls Detailkritik, die die Redaktion oft als Anregung aufnahm. Dazu zählten auch die Reaktionen auf das sich über die Jahrzehnte hinweg wandelnde Erscheinungsbild der Mitarbeiterzeitung.

1949 startet die „Opel Post“ im Journalformat, mit vollformatigen Covern, auf denen neben dem „Opel Post“-Schriftzug erst nach und nach weitere Buchstaben Einzug halten. Das markentypische Gelb wurde im Laufe der Jahre zunehmend sparsamer eingesetzt. Ab 1981 präsentierte sich die Hausgazette dann im Zeitungsformat. In den 90er Jahren wurde es dann bunt: 1993 hielten Farbfotos Einzug auf den Seiten. Im weiteren Verlauf folgten mehrere Überarbeitungen des Layouts, wurden „Opel Post“-Schriftzug, Blitz, Spalten-

Anzahl und Schriftarten immer wieder aufgefrischt. 2005 kehrte man zum Magazin-Format zurück.

Die nächste große Umstellung erfolgte dann 2013. Die „Opel Post“ wechselte ins digitale Zeitalter und ist seitdem ein weiterhin kontinuierlich aktualisiertes Web-Magazin sowie als „Opel Post online“ zweisprachig (deutsch und englisch) und jederzeit überall auf der Welt abrufbar. 2021 wurde das Webdesign erneut angepasst, um das Angebot an Texten, Fotos und Videos noch besser nutzbar zu machen, für Smartphones und Tablets ebenso wie auf großen Displays.

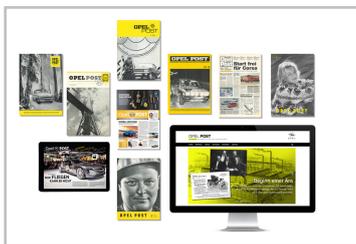
Themenschwerpunkte sind nach wie vor Informationen rund ums Unternehmen, dazu Porträts von Mitarbeitern, Händlern, Tunern oder Markenfans mit ihren Traumautos. Und was Print nie möglich machte, ist heute Standard: So können die Nutzer als zusätzliches, über die Lektüre hinausgehendes Angebot vielfältige Downloads nutzen, die von Design-Skizzen, Mal- und Bastelvorlagen für Kinder bis hin zu Desktop-Motiven für den PC reichen. (aum)

Bilder zum Artikel



Die „Opel Post“ erschien erstmals 1949.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Opel



Die „Opel Post“ erschien erstmals 1949.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Opel



Die „Opel Post“ erschien erstmals 1949.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Opel
