

Ein Leitartikel in der Presse ist in der Regel die mehr oder weniger persönliche Stellungnahme des Kolumnisten über mehr oder weniger reale Fakten. Er ist in meinungsbildender Absicht geschrieben, wobei er sich selbstverständlich Zustimmung oder Ablehnung einhandelt. Dieses Problem hatte das DECO-Magazin bisher nicht, denn was es im Leitartikel zu sagen hatte, war rein technisch, also sehr nüchtern und neutral.



Acht Ausgaben mit unzähligen ansehnlichen Artikeln bewegen mich, eine erste Bilanz des DECO-Magazins zu ziehen.

Wir leben in der Ära des weltweiten, flächendeckenden elektronischen Kommunikationsnetzes. Internet, EDV usw. scheinen den Printmedien den Garaus zu machen. Und in dieser Zeit, in

der wir einen PC-gesteuerten Drehautomaten auf den Markt gebracht haben, in dieser Zeit also mußte die Herausgabe eines gedruckten Magazins, das der DECO 2000 gewidmet war, beinahe als verrückter Anachronismus erscheinen.

Nach sieben Ausgaben und mehr als 78 000 verteilten Exemplaren, stetigem Leseranstieg und treubleibenden Inserenten, können wir stolz behaupten, dass dieses Unternehmen von Erfolg gekrönt ist.

Mit dem Ziel, unsere Kunden und alle interessierten Fachleute noch besser zu informieren, ist diese Publikation ein Volltreffer. Unsere Kommunikations- und Informationspolitik wird ergänzt durch das "Multi-Magazin". (in letzter Zeit wegen Aktivitätsmangel etwas spärlich ausgefallen). Es ist jedoch durchaus möglich, dass sich diese beiden Magazine in naher Zukunft zu einem Medium verschmelzen. Zudem nutzen wir unsere Internet Site (www.tornos.ch), diverse Unterlagen, redaktionelle Artikel, Werbung in Fachzeitschriften und verschiedene andere Informations-elemente.

***Zur
Feier des Tages
werden wir
diesmal
etwas
persönlicher
werden.***

Wie alle anderen Kommunikationsmittel, hat auch unser Magazin bereits mehrere kleine Probleme durchstehen müssen (Übersetzung, Umbruch, Termine, u.sw.). Im grossen ganzen sind wir jedoch sehr zufrieden.

Unser Zufriedenheit ist jedoch nicht sehr wichtig. Was zählt, sind zufriedene Leser.

Aus diesem Grund laden wir Sie ein, uns einmal unverblümt Ihre Meinung über das DECO-Magazin zu sagen: über bestimmte Artikel, einige unserer Marktaktivitäten, unsere Erzeugnisse oder die Globalkonkurrenzumgebung.

DECO-Magazin soll dem objektiven Informations- und Gedankenaustausch dienen und nicht noch einen weiteren Reklameträger darstellen.

In diesem letzten Jahr dieses Jahrtausends findet auch die letzte EMO dieses Jahrhunderts statt. Wir werden vier Ausgaben des DECO Magazines mit ihren Neuheiten (zahlreiche), mit ihren Spezialverbreitungen, ihren Fehlern (hoffentlich so wenig wie möglich), u.s.w., drucken.

Sehr geehrter Leser, ich danke Ihnen im Voraus für Ihr Interesse und möchte Sie zudem ermutigen, uns Ihre Verbesserungsvorschläge mitzuteilen. Danach werden wir uns nach ein paar Dutzend Ausgaben zu einer erneuten Stellungnahme, wiederfinden.

*Pierre-Yves Kohler
Chefredaktor*