



10 JAHRE DECOMAGAZINE UND NOCH JEDE MENGE IDEEN...



Steht das Magazin vor dem Aus?

Die Presselandschaft – Fachpresse oder für die breite Öffentlichkeit – entwickelt sich beständig weiter. Wir leben in einer paradoxen Welt, in der der Leser kaum mehr die Zeit hat, sich eingehend mit einem Artikel zu beschäftigen oder sich zu informieren.

Das **decomagazine** stellt sich gegen diese Entwicklung. Der Tag hat noch immer 24 Stunden, und die Annehmlichkeiten der modernen Welt bieten uns mehr Freizeit. Die Zeit zum Lesen eines

Magazins hängt nicht mit dem «Freizeitverlust» zusammen.

Wir sind überzeugt, dass «Mehrwertartikel» stets eine Leserschaft finden, die bereit ist, sich die entsprechende Zeit zu nehmen. Die Anmerkungen unserer Leser untermauern diese Vision des **decomagazine**. Es trifft allerdings zu, dass unser Streben nach detaillierter Information häufig zu sehr ausführlichen Artikeln führt...



Kürzlich wies mich ein Unternehmensleiter darauf hin, dass er fünf Seiten für die Erläuterung einer einfachen Programmentwicklung für etwas übertrieben hält. Dies trifft zu!

Eine Geschäftsführerin sagte mir, dass Sie das Magazin am Wochenende gelesen hätte und dass Ihre Töchter es ihr schliesslich freundlich aber bestimmt weggenommen hätten. Ein Magazin weist diese Eigenschaften auf – man kann es überall hin mitnehmen und zwischen zwei Aktivitäten lesen, es weglegen und wieder zur Hand nehmen. Hierbei werden dem Leser stets neue Informationen vermittelt.

Ich persönlich nehme gern ein Magazin zur Hand, um mich in einen guten Artikel über ein interessantes Thema zu vertiefen. Bei der Vorbereitung einer neuen Ausgabe verfolge ich stets das Ziel, Sie zu interessieren und zu informieren.

Weitere Betrachtungen

Das **decomagazine** ist vor allem ein Magazin von Profis für Profis, das sein Fortbestehen vor allem seiner loyalen Leserschaft zu verdanken hat. Wir haben im Laufe der Zeit wiederholt überprüft, ob unsere Linie Ihren Erwartungen entspricht. Bis heute hatten wir damit Erfolg.

Wir können uns jedoch nicht auf diesem Erfolg ausruhen, sondern müssen unseren Lesern stets neuen Mehrwert bieten. Wenn Sie also Themenvorschläge oder besondere Wünsche haben, teilen Sie uns dies mit. Wir werden im Rahmen unserer Möglichkeiten versuchen, diese in kommenden Ausgaben zu berücksichtigen. (redaction@decomag.ch)

Anlässlich der EMO hatte ich Gelegenheit, mit zahlreichen leitenden Redakteuren aus Europa und anderen Regionen zu sprechen. Viele von ihnen sind davon überzeugt, dass ein grosses Interesse an einer Online-Version von Magazinen oder zumindest an einer umfassenderen Web-Präsenz besteht. Dies entspricht der Entwicklung des **decomagazine**, da Sie



Auf dem Blog von decomagazine: Herr und Frau Martin, die Gewinner des EMO-Wettbewerbs von Tornos, zusammen mit Nathan Swarthbaugh, Rennfahrer des Tornos-Porsche in Laguna Seca (Kalifornien). Mehr darüber erfahren Sie im decomagazine Nr. 44.



ab heute die Möglichkeit haben, die bisher erschienenen Artikel einzeln herunterzuladen. Auf diese Weise können Sie sich die gewünschten Informationen selbst zusammenstellen (je nach Verbindung benötigen Sie für mehr als 3 MB einige Minuten). Alle Artikel sind nach Typ klassifiziert und stehen über eine einfache Schnittstelle unter www.decomag.ch zur Verfügung.

Der Inhalt entspricht der gedruckten Version. Bei Neuheiten und Kurzinformationen können Sie unseren Blog nutzen, der seit Mai dieses Jahres unter der folgenden Adresse verfügbar ist:

<http://decomag.spaces.live.com/>. Auf diese Weise bleiben Sie über die Entwicklung des **decomagazine** und unserer Branche informiert (das Blog liegt nur in englischer Sprache vor).

Umfassende und vielseitige Inhalte

Anlässlich eines kürzlichen Treffens mit einem Fertigungsleiter und seinem Direktor erhielt ich zwei völlig unterschiedliche Rückmeldungen. Der eine wünschte sich mehr technische Artikel und weniger allgemeine Informationen zu Bereichen, Unternehmen und Marktentwicklungen. Der andere wünschte sich das genaue Gegenteil. Das **decomagazine** deckt ständig eine breite Palette ab und bietet strategische und betriebliche Informationen.

Und die Anzeigen? Seit 10 Jahren integrieren wir auch Annoncen in dieses Medium, um Sie direkt über Neuheiten, Spezifikationen oder Produkte zu informieren. Ohne diese Beilagen würde das

Magazin nicht mehr existieren. Sie haben angenommen, dass unser Verhältnis von Anzeigen und Inhalten sehr gering ist – für eine Seite Werbung bieten wir sieben bis acht Seiten Inhalt. In der Fachpresse trifft man häufig auf ein Verhältnis von 1:3, 1:2 oder sogar 1:1. Wir verfolgen hier eine ganz klare Politik und akzeptieren Werbung nur dann, wenn diese das Magazin aufwertet. An dieser Stelle herzlichen Dank an unsere Inserenten!

Die Zukunft

Seit zehn Jahren erscheint unser Magazin vierteljährlich, seit zehn Jahren begleiten Sie uns. Anlässlich dieses Jubiläums stellen wir unseren Blog und den Download-Service für Artikel vor. Weitere Innovationen werden folgen.

Liebe Leser, vielen Dank und bis bald!

Pierre-Yves Kohler

