

## Reader Feedback is Valuable to us

For the first time since the inaugural issue in 1988, in May 2015 readers of the SchmiedeJOURNAL had the opportunity to take part in a survey in which they could make detailed criticisms and suggestions relating to the previous issue. The survey was sent to all recipients and subscribers, and had a pleasingly high response rate. Besides the fundamentally very positive feedback, the Editorial Office also received a number of constructive requests and suggestions, which need to be implemented in the upcoming redesign of the publication.

# Des Lesers Rückmeldung ist uns wertvoll



Bild: Wilhelm Schulte-Wiese Gesenkschmiede GmbH & Co. KG

Erstmals seit der Erstausgabe 1988 hatten die Leser des SchmiedeJOURNALS die Möglichkeit, mittels Leserbefragung im Mai 2015 sehr umfangreich Kritik und Anregungen zu äußern. Die Umfrage wurde an alle Bezieher und Abonnenten gesendet und hatte einen erfreulich hohen Rücklauf. Neben eines grundsätzlich sehr positiven Feedbacks erreichte die Redaktion auch eine Vielzahl von konstruktiven Wünschen und Vorschlägen, die es im bevorstehenden Redesign umzusetzen gilt.

Für die Erstellung einer zielgerichteten und aussagekräftigen Befragung holten wir uns Unterstützung durch die Europäische Medien- und Business Akademie (EMBA) in Düsseldorf mit dem Studiengang Internationales Marketing und Management. Zum Auftrag zählten die Vorbereitung sowie Durchführung der Leserbefragung und die Ausarbeitung von inhaltlichen und grafischen Optimierungsempfehlungen für unser

Fachmagazin. Zunächst erstellten die Studenten im Studienmodul „Forschung und Analyse“ gemeinsam einen Fragebogen, der an alle Leser des SchmiedeJOURNALS verschickt wurde. Anschließend erfolgte die Auswertung und Präsentation der Umfrageergebnisse und der daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen (siehe auch „In eigener Sache“ auf Seite 71).

Für eine solche Befragung wurde uns im Vorfeld eine Rückläuferquote zwischen drei und fünf Prozent prognostiziert. Letztendlich waren über zehn Prozent der angeschriebenen Leser auch Teilnehmer – ein Ergebnis, mit dem wir sehr zufrieden sein können. Ebenso erfreulich ist die Repräsentativität der Befragung. Die Gliederung der Befragungsteilnehmer nach Lesergruppen entspricht genau der in unserer

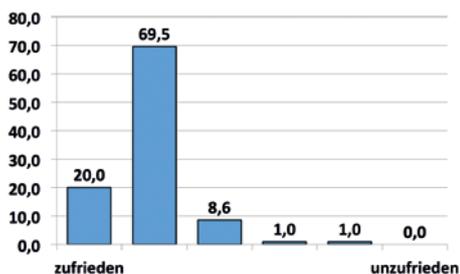


Bild 1: Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit dem SchmiedeJOURNAL?

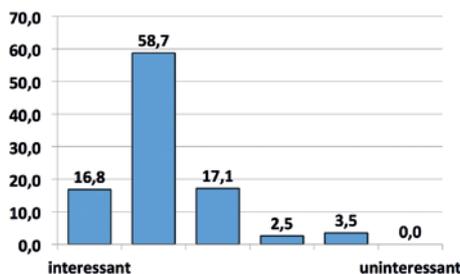


Bild 2: Wie würden Sie den Inhalt des SchmiedeJOURNALS bewerten?

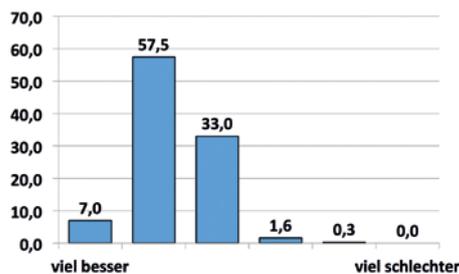


Bild 3: Wie bewerten Sie das SchmiedeJOURNAL im Vergleich zu anderen themenbezogenen Fachzeitschriften?

Datenbank erfassten Klassifizierung aller angeschriebenen Personen nach

- Kunden der Massivumformer (OEMs oder Tier1),
- Lehrpersonal an Hoch- und Berufsschulen, sowie den
- Mitarbeitern in IMU-Mitgliedsunternehmen.

Somit hat sich der hohe Aufwand für die Leserbefragung gelohnt. Die Leserbewertungen können wir gut interpretieren und die zahlreichen Vorschläge und Anregungen werden wir in das Projekt einfließen lassen.

**Noch etwas Luft nach oben**

Die Antworten auf die Frage nach der allgemeinen Zufriedenheit mit dem SchmiedeJOURNAL hat uns in unserer bisherigen Arbeit bestätigt. Die Bewertung der Teilnehmer, von denen 87 Prozent ausschließlich die Print-Ausgabe lesen, stellen uns ein gutes Zeugnis aus (Bild 1): 20 Prozent sind höchst zufrieden (Note „1“), 70 Prozent recht zufrieden (Note „2“). Dies zeigt uns, dass wir trotz der positiven Rückmeldungen durchaus noch ein nennenswertes Optimierungspotenzial zu bearbeiten haben.

Darüber hinaus haben wir den Inhalt auf den Prüfstand gestellt und hierzu auf derselben sechsstufigen Skala gemäß Schulnotensystem folgende Beurteilung erhalten (Bild 2): 59 Prozent beurteilen den Inhalt mit einer „2“, während 17 Prozent die Note „1“ ziehen. Soweit – so erfreulich, es bleiben aber auch 17 Prozent der Leser mit der Benotung „3“ und immerhin sechs Prozent, die die Beiträge mit „ausreichend“ oder gar „mangelhaft“ bewerten. Es zeigt sich auch in diesem Bereich noch Optimierungsbedarf.

**Benchmarking gewinnt Erkenntnisse**

Im Vergleich zu anderen themenbezogenen Fachzeitschriften sehen uns 33 Prozent der Leser „auf Augenhöhe“ mit vergleichbaren Fachmagazinen, 57 Prozent antworten mit „besser“ und gar sieben Prozent ordnen das SchmiedeJOURNAL als „viel besser“ ein (Bild 3).

Die in vielen Punkten gezielt formulierte Umfrage lieferte uns auch Lesereindrücke, welche über den eigentlich angedachten Informationsgehalt hinaus gehen: Etwa ein Drittel wünscht

sich zum Beispiel ausführlichere Angaben zu den Autoren, immerhin jeder Zehnte würde kürzere Fachartikel im künftigen Fachmagazin bevorzugen.

Ein Fachmagazin muss kontinuierlich seine Strukturierung und Übersichtlichkeit hinterfragen. Daher haben wir unsere Leser gefragt, ob weitere Themen und Rubriken berücksichtigt werden sollen. Knapp 25 Prozent bejahen dies (Bild 4) und geben in der sich daran anschließenden Frage eine Fülle von breit gefächerten Anregungen und in jedem Fall eine gute Basis für die derzeit geplanten konzeptionellen Verbesserungen.

**Breit gefächerte Themen auf der Wunschliste**

Wichtige Erkenntnisse haben wir aus der Freitextfrage nach weiteren inhaltlichen Themen gewonnen. Hier erzeugten unsere Leser eine anspruchsvolle Wunschliste, die uns als Maßstab für künftige Themenschwerpunkte dient. Auf dieser Wunschliste finden sich unter anderem die folgenden Punkte:

- Entwicklung der Industrie 4.0 bei Massivumformunternehmen,
- weniger Themen aus der Forschung, dafür mehr Themen aus der Praxis,
- progressive Lösungen zur Erhöhung der Werkstückqualität beim Schmieden,
- Berücksichtigung von nachgelagerten Prozessen,
- häufigere Behandlung von betriebswirtschaftlichen Themen,
- Weiterbildungsangebote in der Schmiedebbranche,
- konstruktive Grundlagen für Studenten, an aktuellen Beispielen anschaulich erklärt,
- Kostenentwicklung in der Schmiedeindustrie,
- Berichte über endkundenorientierte Anwendungen.

Gerade diese konkreten Anregungen wollen wir in den kommenden Ausgaben in unserem Fachmagazin umsetzen.

**Der „typische“ Leser?**

Endlich lernen wir auch den „typischen“ Leser des SchmiedeJOURNALS kennen: Dieser ist laut den Befragungsergebnissen männlich, 48 Jahre alt, verfügt über eine technische

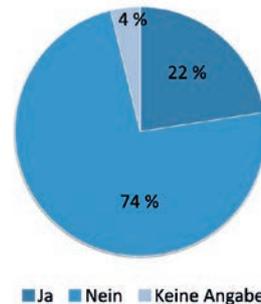


Bild 4: Wünschen Sie sich weitere Themen/Rubriken, die behandelt werden sollen?

Ausbildung und arbeitet in einer Linienfunktion im mittleren Management eines Industriebetriebs, ist darüber hinaus seit fünf Jahren Leser. Wir räumen ein, dass uns dieses Ergebnis nicht besonders überrascht hat, da die generelle Ausrichtung der Beiträge im verfahrenstechnischen oder werkstofflichen Bereich liegt. Wohl aber ist uns das Durchschnittsalter zu hoch! Wir möchten auch dem Informationsanspruch der nachrückenden Generation in unserer Branche entsprechen.

Ein weiteres interessantes Ergebnis brachte die Frage, ob und an wie viele Personen das SchmiedeJOURNAL an Kollegen und Mitarbeiter weitergereicht wird: 45 Prozent leiten Ihr Exemplar an mindestens eine Person, weitere 37 Prozent gar an bis zu sechs Personen weiter. Daraus ergibt sich fast eine Verdreifachung der Leserschaft für die Print-Ausgabe gegenüber den Exemplaren aus der eigentlichen Druckauflage, welche persönlich adressiert werden. Noch hinzurechnen müssen wir die Online-Leser, welche auf der Internetseite des Industrieverbands digital durch das SchmiedeJOURNAL blättern.

Abschließend: 96 Prozent würden das SchmiedeJOURNAL weiterempfehlen. Diese „Hausnummer“ motiviert uns, weiterhin das Branchenmagazin vorrangig für den bedeutenden Abnehmerkreis von massiv umgeformten Produkten sowie für den fachlichen und führungstechnischen Nachwuchs herauszugeben. Eins ist nun auch deutlich: Ein Redesign des SchmiedeJOURNALS müssen und werden wir proaktiv angehen. Das frühzeitige Reagieren auf veränderte Ansprüche bei der Informationsverarbeitung bestimmt unsere Aufgabe für unsere Branche. ■