

Werte, die wir leben

1. Wir transportieren direkt umsetzbares Wissen in die Unternehmen und schaffen Mehrwert.
2. Wir führen Praxis und Theorie zusammen und wirken als Bindeglied im dualen Bildungssystem.
3. Wir diskutieren nicht das Problem, sondern die Lösung.
4. Wir lassen den Lesenden nicht mit Fragen, sondern mit Antworten zurück.
5. Wir bieten dem Inserenten das ideale Werbeumfeld mit geringst möglichem Streuverlust.
6. Wir lassen nur Werbeformen zu, die auf den ersten Blick als solche erkennbar sind.
7. Wir leben den Codex von Presserat und Journalistenverbänden aus Überzeugung.
8. Wir unterziehen uns regelmässig einer selbstkritischen Bewertung.

Das Zielpublikum – unsere Basis

Das «KMU-Magazin» ist auf Unternehmensführung spezialisiert und richtet sich als abonnierte Fachzeitschrift explizit an Geschäftsleitung und Verwaltungsrat von Unternehmen mit 10 bis 250 (und mehr) Beschäftigten. Namentlich sind dies: Unternehmer und Unternehmerinnen, Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen, Manager, Geschäftsleitungs- und Verwaltungsratsmitglieder – kurz: Führungspersonlichkeiten mit abschliessender oder hoher Entscheidungskompetenz. Das «KMU-Magazin» erscheint zehn Mal pro Jahr und wird zurzeit an 14'298 Führungskräfte in Geschäftsleitung und Verwaltungsrat persönlich adressiert versandt.

Das Redaktionskonzept – unser Credo

Das «KMU-Magazin» ist dem akademisch-pädagogischen Journalismus verpflichtet und spricht die Lesenden auf der Wissensebene an. Dem Dreiklang «Lesen – Lernen – Umsetzen» folgend orientiert es sich auf der Basis von Fachartikeln konsequent am Praxisnutzen der Leserinnen und Leser. Das Fachmagazin vereint Praxis und Theorie auf ideale Weise und ermöglicht die direkte Kontaktaufnahme mit den Autorinnen und Autoren. Die Einhaltung der «Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten» ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

Die Inserenten – unsere Partner

Dem Inserenten bietet sich ein ideales Umfeld für seine Werbebotschaft: Die «KMU-Magazin»-Leserschaft besteht zu nahezu 100 Prozent aus Leadern. Dieser besondere Umstand verdankt das Heft seiner journalistischen Leistung, die sich konsequent an den Bedürfnissen einer Geschäftsleitung ausrichtet. Keine weitere Zeitschrift in der Schweiz erreicht Leader und Entscheidungsträger zielgenauer als das «KMU-Magazin» (siehe MA Leader 2005). Bei der Akquisition wird sorgfältig darauf geachtet, dass auch die Werbebotschaft zielgenau ist und dem Lesenden einen möglichst hohen Nutzen bietet.

Bestnoten – unsere Leidenschaft

Die einzigartige Praxisorientierung, der moderne Wissensansatz, das fundierte Know-how der Autorinnen und Autoren aus Praxis, Forschung & Entwicklung, Hochschulen und Universitäten sowie die gelebten hohen ethischen Ansprüche machen das «KMU-Magazin» zum Premium-Fachmagazin für Entscheider. Dies spiegelt sich unter anderem in der hohen Reputation und in der Zahl der Abonnenten wieder: Bei Agenturen, beim Leserpublikum und in Fachkreisen gilt das «KMU-Magazin» als angesehenste Fachzeitschrift seines Segments und weist damit einhergehend die höchste Abonnentenzahl aus.

Selbstkritik – unsere Überzeugung

Das «KMU-Magazin» wird zweimal jährlich einer kritischen Gesamtprüfung unterzogen. Diese Prüfung erfolgt auf Verlagebene und zieht alle Beteiligten ein: Verleger und Verlagsleitung, Redaktion, Druckvorstufe, Anzeigenverkauf sowie Abo- und Verlagsmarketing. Ergänzt wird diese Prüfung durch unabhängige Leserforschung (z.B. MA Leader). Die gewonnenen Erkenntnisse werden nach den Richtlinien des internen Quality Management Systems sofort umgesetzt und ermöglichen es, die Qualität der Fachzeitschrift laufend zu optimieren und sich verändernden Leserbedürfnissen anzupassen.