



© Martina Berger

„Sind mit unserer Methode zufrieden“

Autofahrer, Stadtbewohner oder Pendler: Das Magazin des ÖAMTC, *auto touring*, will alle seine Mitglieder erreichen.

... Von Dinko Fejzuli und Nadja Riahi

Das Magazin *auto touring* – herausgegeben vom ÖAMTC – erscheint monatlich mit einer Auflage von 1,82 Mio. Stück. In den vier Ressorts „Aktuell“, „Auto + Test“, „Unterwegs“, „Club“ erhalten die Mitglieder des Österreichischen Automobil-, Motorrad- und Touring Clubs alle vier Wochen relevante Informationen zu

Fahrzeugen, Auto-Zubehör, Reise-Zielen und vielem mehr. Bei der Mediaanalyse dieses Jahr konnte *auto touring* wie auch in den vergangenen Jahren wieder zulegen. Die Redaktion besteht aus zehn Redakteuren, es wird viel inhouse produziert und nur wenig mit Freelancern gearbeitet. **medianet** sprach mit Chefredakteur Peter Pisecker, der seit 2005 seine Position innehat, über die Auflage, Transformationen und den Online-Auftritt des *auto touring*.

medianet: Herr Pisecker, *auto touring* konnte heuer bei der Mediaanalyse wieder seine Kennzahlen steigern. Wie haben Sie das gemacht?

Peter Pisecker: Der Zuwachs bei der Mediaanalyse hat einerseits mit der steigenden Anzahl der ÖAMTC-Mitglieder zu tun, andererseits aber liegt es an dem Magazin selbst.

Wir versuchen, ein Heft zu machen, das ankommt und nicht nur ein Verlautbarungsorgan ist, wie es Vereinszeitungen sein

können. Der *auto touring* war da jedoch vor 20 Jahren keine Ausnahme. 2011 gab es einen großen Relaunch.

In der Redaktion selbst denken wir aus der Leserseite. Wir überlegen uns Themen, die mit Mobilität zu tun haben und die Leute interessieren.

Das kann alles Mögliche sein. Wir beziehen als ÖAMTC Stellung und bereiten das Thema für eine sehr diverse Leserschaft auf. Egal ob Autofahrer, Stadtbewohner oder Pendler: Der aktu-