

elle CO<sub>2</sub>-Bericht betrifft zum Beispiel alle.

**medianet:** *Wie geht der ÖAMTC mit diesem viel diskutierten Thema um?*

**Pisecker:** Wir vertreten die Position, dass es Möglichkeiten gibt, den CO<sub>2</sub>-Wert zu erreichen, ohne harte Maßnahmen zu treffen und ohne Menschen finanziell stark zu belasten. Wir machen Alternativvorschläge. Einer lautet, den Anteil an Biosprit in Benzin und Diesel zu erhöhen.

Die Herausforderung dabei ist es, die Geschichten so zu erzählen, dass sie *plausibel* klingen und nicht so, wie es in Tageszeitungen oft klingt: ‚Der ÖAMTC will ja nur die Autofahrer schützen.‘ Die ÖAMTC-Mitglieder sind ja nicht nur Autofahrer, sondern auch Fußgänger und Radfahrer.

**medianet:** *Der Inhalt des Magazins spiegelt die Aktivitäten des ÖAMTC wider. Welche Themen werden abgedeckt und welche nicht?*

**Pisecker:** Wir haben mit unserem Relaunch nicht nur die Optik, sondern auch das Konzept erneuert. Eines der Ziele war es, den Anteil an *jüngeren* Lesern und den Anteil an *Leserinnen* zu erhöhen. Unsere Leserschaft war relativ alt und maskulin. Wir haben zwar immer noch eine eher männliche und ältere Leserschaft, aber wir haben es geschafft, den Anteil an *Leserinnen* zu erhöhen.

Wir achten auch bis heute darauf, dass wir über Menschen schreiben, denn das interessiert wiederum Menschen. Außerdem sprechen wir auch Themen an, die in erster Linie *nicht* mit dem ÖAMTC in Verbindung gebracht werden.

Wir haben beispielsweise eine Interviewserie ins Leben gerufen, in der wir mit Leuten wie Slash von Guns N' Roses oder

Buzz Aldrin, dem zweiten Mann am Mond, gesprochen haben. Das kommt gut bei den Rezipienten an und hat uns dabei geholfen, unsere Leseranteile zu erhöhen.

**medianet:** *Die Printauflage von auto touring ist sehr hoch. Wie sieht es im digitalen Bereich aus?*

**Pisecker:** Wir hatten ursprünglich eine App. Da diese aber nicht so gut funktioniert hat, wurde sie eingestellt. Jetzt haben wir eine Website, die ein Online-Magazin darstellt. Dort werden Inhalte aus dem Magazin oft umfangreicher abgebildet. Wir machen auch eigene Geschichten für Online. Wir haben auf der Website auch ein großes Archiv, eine Bildergalerie und Videos.

”

*Wir achten darauf, dass wir über Menschen schreiben, denn das interessiert Menschen. Wir sprechen auch Themen an, die in erster Linie nicht mit ÖAMTC in Verbindung gebracht werden.*

**Peter Pisecker**  
Chefredakteur  
auto touring

“

**medianet:** *Apropos Videos – welchen Stellenwert haben Audio- und Video-Inhalte bei auto touring?*

**Pisecker:** Die Videos sind auf der ÖAMTC-Website und im Online-Magazin zu finden. Das sind spe-

ziell gemachte Videos von unserem Video-Team. Wir haben im Haus ein Studio, in dem tagesaktuell eingesprochen wird. Die Videos laufen u.a. bei unseren Stützpunkten mit verschiedensten Inhalten des ÖAMTC und von *auto touring*.

**medianet:** *Sie haben davon gesprochen, dass auto touring in den letzten Jahren eine Transformation durchlebt hat. Wissen Sie schon, wo die Reise als nächstes hingeht?*

**Pisecker:** Der Plan ist, möglichst breit zu bleiben und keine Spin-offs für bestimmte Zielgruppen zu machen, denn das würde uns verwässern und verfälschen. Wir werden mit Sicherheit der *auto touring* bleiben, der wir sind, in der jetzigen modernen Erscheinungsweise.

müssen auch im Auge behalten, wie es mit Printmedien im Allgemeinen weitergeht. Der Schlüssel zu guten Magazinen liegt für mich bei inhaltlicher Qualität, die man auch daran erkennt, wenn man das Magazin in der Hand hält. Leider sind uns da etwas die Hände gebunden: Ein umfangreicheres Heft oder stärkeres Papier würde die ohnehin schon hohen Portokosten in unerreichbare Höhen schrauben.

Wir drucken meist zwischen 68 und 76 Seiten – und das jeden Monat. Unser deutscher Partnerclub ADAC ist auf ein Heft umgestiegen, welches vier Mal im Jahr erscheinen soll und nicht mehr jedem Mitglied zugestellt wird; ich bezweifle jedoch, dass das funktionieren wird. Wir sind mit unserer Methode zufrieden. Die kostet Geld, aber wir wol-



© Martina Berger

Wir haben seit Kurzem einen neuen Art Director, der wahrscheinlich ein bisschen etwas verändern wird. Ich glaube jedoch nicht, dass wir in der nächsten Zeit großartige Revolutionen angehen werden. Wir

len so weitermachen, weil es die sauberste und effektivste Art und Weise ist, mit unseren Mitgliedern zu kommunizieren. Es ist Teil der Dienstleistung, die jedes ÖAMTC-Mitglied bekommt.