



© Martina Berger

Peter Pisecker ist Chefredakteur der Zeitschrift *auto touring*, die alle ÖAMTC-Mitglieder monatlich bekommen.

Unterstützung der IT-Abteilung des ÖAMTC, aber auch durch die Bereitschaft aller Redakteurinnen und Redakteure, die neue Situation als Herausforderung anzunehmen. Die aus dem Lockdown resultierenden, geringeren Anzeigenumsätze haben natürlich dazu geführt, dass wir die Seitenumfänge reduzieren mussten. Wir konzentrierten uns redaktionell auf die Kernaufgaben des Mobilitätsmagazins *auto touring* und erhielten für die Ausgaben, die während des Frühjahrs und Sommers erschienen sind, großen Beifall aus der Leserschaft“, fasst Pisecker die letzten Monate zusammen.

On the road

Corona hat besonders das Reise-Ressort des *auto touring* betroffen, sagt Pisecker: „Ja, das Ressort ‚unterwegs‘ des *auto touring*, in dem bis vor Kurzem opulente Reiseberichte zu finden waren, wird seit dem Lockdown hauptsächlich mit Geschichten befüllt, die sich mit den eingeschränkten Reisemöglichkeiten, mit der Sehnsucht nach der Ferne oder mit innerösterreichischen Reisezielen befassen“, sagt Pisecker abschließend. *auto touring* sei es weiterhin gelungen, „das gute Gefühl, beim Club zu sein“, zu vermitteln.

In einem Club

auto touring in der Media-Analyse 2019/20 – Peter Pisecker: „Stabilität auf hohem Niveau“.

WIEN. *auto touring* ist die monatlich erscheinende Clubzeitschrift des ÖAMTC. Zu den Ressorts zählen etwa Auto, Menschen, Reportage und Reise.

medianet sprach mit Chefredakteur Peter Pisecker über die Zahlen der aktuellen Media-Analyse. „Zweifellos ist die aktuelle Situation schwierig, das spiegelt sich auch in der MA wider. Es wird aber auch von

den Verantwortlichen der MA betont, dass die Zahlen nicht bedingungslos mit Zahlen aus den Vorjahren vergleichbar sind. Das Ergebnis des *auto touring* jedenfalls stimmt uns zufrieden, da uns eine Stabilität auf hohem Niveau und weiterhin die Nummer-1-Positionierung unter den Magazintiteln bescheinigt wird“, sagt Peter Pisecker, Chefredakteur des *auto touring*-Magazins.

Auf die Publikation hatte der Lockdown einige Auswirkungen: „Vor allem insofern, als die Redaktion ab der April-Ausgabe vollständig im Homeoffice war und das bis dahin alltägliche direkte Zusammenarbeiten durch Telefonate und Video-Meetings (via MS Teams) ersetzt werden musste. Das hat praktisch sofort ausgezeichnet funktioniert, insbesondere durch die perfekte

Am Bildschirm: „tele“

Hans Metzger: „Guter Move, gute Ergebnisse“.

WIEN. Die Fernsehzeitschrift *tele* liefert ihren Lesern wöchentlich das TV-Programm sowie Artikel zu verwandten Themen. Die Ergebnisse der aktuellen Media-Analyse 19/20 zeigen bei der Zeitschrift *tele* ein stabiles Bild.

„*tele* hat auf die erwartbaren Umsatzrückgänge wegen Covid-19 blitzschnell reagiert. Fast fünf Monate lang erschien

das Heft 14-tägig, um dann am 1. September in gewohnter Weise wieder jede Woche den Zeitungen beizuliegen. Unser Angebot 2 für 1, also 2 Wochen zum Preis von einer, war in der Krise für die Kunden das perfekte Angebot. Die MA lieferte kaum veränderte Zahlen. Guter Move, gute Ergebnisse“, sagt Hans Metzger, Geschäftsführer der *tele*, über die letzten Monate. (red)



© Martina Berger

Hans Metzger ist CEO der wöchentlich erscheinenden Fernsehzeitschrift *tele*.