

Mehrspurig unterwegs

Print ist noch lange nicht tot – den Beweis tritt unter anderem mit insgesamt 1,8 Mio. Lesern *auto touring* an, das Mitgliedermagazin des ÖAMTC.

WIEN. Es gibt sie noch, die Reichweitenbomber am heimischen Printmarkt. Zu diesen gehört *auto touring*, das Mitgliedermagazin des ÖAMTC. medianet bat Verlagsleiter Gerhard Schinhan und Chefredakteur Peter Pisecker um einige Antworten.

medianet: Herr Schinhan, in Zeiten von stagnierenden Auflagen heimischer Print-Titel: Welche Bedeutung haben so reichweitenstarke Magazine wie das *auto touring* mit einer Reichweite von 24,1 Prozent am Markt vor allem in Richtung Werbekunden, und haben Mitglieder-Magazine wie das *auto touring* mit gut 1,9 Mio. verbreiteten Exemplaren in gewisser Weise einen anderen ‚Wert‘ für Werbekunden als Nicht-Mitglieder-Titel?

Gerhard Schinhan: Die extrem hohe Auflage des *auto touring*, die natürlich ÖAK-geprüft ist, hat für uns enorm hohe Bedeutung, weil sie einen absoluten USP unseres Magazins darstellt, den wir auch klar nachweisen und kommunizieren können. Auch unsere Werbekunden profitieren natürlich davon und haben noch dazu die Option, die gewaltige Breite auch für die effiziente Ansprache spitzerer Zielgruppen zu nutzen – indem sie diese ganz individuell definieren und mittels unserer



1,8
Mio.

Reichweitenbomber

Mit einer Reichweite von 24,1% und einer Leserschaft von gut 1,8 Mio. ist das Mobilitätsmagazin des ÖAMTC reichweitenstärkster Print-Einzeltitel in Österreich.

„selektiven“ Werbemöglichkeiten, wie Beilagen oder Beikleber, die nach Alter, Geschlecht, Bundesland und anderen Sonderkriterien steuerbar sind, auch punktgenau und exklusiv erreichen können, ganz ohne Streuverlust.

medianet: Eine Frage zur Nutzung – *auto touring* kann man auch über Ihre Website beziehen.

„

Die extrem hohe Reichweite des *auto touring* ist ein absoluter USP unseres Magazins.

Gerhard Schinhan
Verlagsleiter

“



© ÖAMTC/Heinz Henninger (2)

„

Von unserer Verweildauer können andere Online-Publikationen nur träumen.

Peter Pisecker
Chefredakteur

“



Welchen Stellenwert hat die Nutzung im Vergleich zum Printtitel?
Peter Pisecker: Das *auto touring* und unsere Internetseite www.oeamtc.at/autotouring sind zwei verschiedene Magazine, ein Print- und ein Online-Magazin, und inhaltlich nicht deckungsgleich. Das Online-Magazin bietet sowohl ausgewählte Artikel aus dem Heft als auch, darüber

fentlichen auch alle 14 Tage eine neue Podcast-Folge unter www.oeamtc.at/podcast sowie auf allen gebräuchlichen Podcast-Kanälen und sind auf Facebook und Instagram präsent

All diese Kommunikationskanäle bauen wir weiter aus und werden wir auch selbstverständlich in der Zukunft weiter ausbauen. (fej/mab)