

m marketing & media

mediaplanung



Meaningful Brands Wenn Konsumenten sinnstiftende Marken suchen **34**

Kommentar I DAB+ sollte man in Mediaplänen auf keinen Fall übersehen **36**

Kommentar II Die Kraft von Retail Media – anderswo längst etabliert **32**

© Media1



© Martina Berger

Die richtige Message für die jeweilige Zielgruppe

adverserve-Geschäftsführerin Sabine Auer-Germann über Datenfeeds und deren Relevanz für den Kampagnenerfolg. **30**

Zahl der Woche



Werbeausgaben

Die weltweiten Ausgaben für Medien werden laut der Analysegruppe PQ Media heuer voraussichtlich um 7,7% steigen. Dies übertrifft die meisten Prognosen, darunter auch die von Dentsu, die ein Wachstum der globalen Werbeausgaben um 4,6% auf 752,8 Mrd. USD im Jahr 2024 erwarten. Unter anderem werden Rekordmedienausgaben im Zusammenhang mit den Olympischen Sommerspielen in Paris erwartet.

NEUE FÜHRUNG BEI „AUTO TOURING“

Hubert Blecha-Ivo und Stephan Strzykowski

WIEN. Mit 24,9% Reichweite und mehr als 1,9 Mio. Leserinnen und Lesern ist der *auto touring* Österreichs größtes Magazin (Quelle: MA 2023). Seit Anfang Mai zeichnet mit Stephan Strzykowski (r.) als Chefredakteur und Hubert Blecha-Ivo (l.) als Verlagsleiter ein neues Führungsduo für das ÖAMTC-Mobilitätsmagazin verantwortlich. Der bisherige Chefredakteur Peter Pisecker wechselte mit Ende April in die Alterspension.

Die beiden Medienmacher verfügen über langjährige Erfahrung in ihren Fachbereichen: Der 47-jährige Niederösterreicher Blecha-Ivo wechselte nach 16 Jahren – davon etliche in leitender Position – im Verlags- und Anzeigenbereich bei den Tageszeitungen *Der Standard* und *Die Presse* vergangenen Herbst zum ÖAMTC. Der 42-jährige Wiener Strzykowski ist ebenfalls bereits seit 2023 Teil der *auto touring*-Chefredaktion und übernahm mit der Pensionierung des langjährigen Leiters Peter Pisecker nun die Alleinverantwortung im Redaktionsbereich. (red)



© ÖAMTC/Helmut Eckler