

Mobilität ist mehr als nur das Automobil

Claudia Volak (Verlagsleitung ÖAMTC) und Peter Pisecker, Chefredakteur von *auto touring*, im **medianet**-Gespräch.

••• Von Michael Fiala

Seit Jahrzehnten ist *auto touring* ein fester Bestandteil in der Kommunikation des ÖAMTC mit seinen Mitgliedern. Und wie die Media-Analyse 2016 zeigt, ein weiterhin äußerst erfolgreicher, denn dem Mobilitätstitel bescheinigt die Studie seit Jahren steigende Popularität: Der Marktanteil konnte von 25,8 im Jahr 2015 auf 27,4% gesteigert werden. Im Vergleich dazu: *Auto Revue* mit 4,5% (vgl. MA 2015: 4,0%) und *Freie Fahrt* mit 5,2% (vgl. MA 2015: 4,7%) oder *Alles Auto* mit 3,0% (vgl. MA 2015: 3,1%).

Über die aktuelle Entwicklung sagt Peter Pisecker, Chefredakteur von *auto touring*, im **medianet**-Gespräch: „Es gibt Umbrüche in der gesamten Automobilindustrie, die sich auch 2017 fortgesetzt haben. Redaktionell halten wir an dem fest, was wir immer getan haben. Wir haben ein Mobilitätsmagazin, das sich zum Großteil mit dem Automobil beschäftigt, Neuwagen vorstellt, Tests bringt, damit unsere Mitglieder informiert sind und mitreden können – und das vollkommen unabhängig.“

Ständiger Wandel

Aber natürlich ist *auto touring* einem ständigen Wandel unterzogen und umfassender geworden. „Radfahren, Laufen, generell Freizeitsportarten – auch das ist Mobilität. Und dann darf man den Reiseteil nicht vergessen, der unser zweitwichtigster



Themenbereich ist. Wir haben sowohl Fernreisereportagen aber auch immer häufiger Österreich-Themen“, erzählt Pisecker. Kurt Zeillinger, stellvertretender Chefredakteur, ergänzt: „Zudem haben wir neue Elemente eingeführt wie etwa die ‚auto touring-Route‘. Das ist eine Aufschlagsseite mit Tipps, die nicht am Schreibtisch recherchiert werden, sondern *vor Ort*, wo ein Redakteur mit einem Fotografen unterwegs ist. Das sind Orte, die mit dem Auto von Österreich aus gut erreicht werden können. Diese Themen werden dann auch digital verlängert.“

Kein Lifestyle-Magazin

Als Lifestyle-Magazin sieht sich *auto touring* jedoch nicht, das ist für Pisecker auch von Bedeutung: „Wir sind in erster Linie ein Servicemagazin, das auch die Leistungen des ÖAMTC transportiert.“

Die Steigerung von 160.000 neuen Lesern im Vergleich zum Vorjahr ist natürlich auch auf den Mitgliederzuwachs beim ÖAMTC zurückzuführen. „Unsere Auflage beträgt mittlerweile 1,76 Mio. Stück“, erzählt Verlagsleiterin Claudia Volak. Der Anzeigenmarkt spricht gut auf den Titel an, das zweite Halbjahr 2016 habe sich nach einem etwas schwierigen ersten Halbjahr „sehr gut“ entwickelt.

„Auch wenn die Automobilindustrie natürlich stark in den digitalen Markt drängt, haben wir im Vergleich zu anderen Magazinen sehr viele Anzeigen“, erzählt Volak und ergänzt: „Wir haben die Extras in den vergangenen Jahren forciert und Sonderbeilagen zu bestimmten Themen. Wir können diese Extras nicht nur nach regionalen Kriterien beilegen, sondern auch nach Alter, Geschlecht oder auch Thema. So haben wir im April ein Sonderthema mit Motorrad; damit können wir jene Mitglie-

der beschicken, die ein Motorrad besitzen.“

Im Juli und August kommt das Kinder-Special, das auch immer sehr beliebt ist, weil es auch oft von den Kindern auf den Autoreisen gelesen wird. „Von diesem Special bekommen wir auch oft Feedback von Schulen, weil es so oft in der Kinderzielgruppe gelesen wird“, erzählt Pisecker. Zudem, und das werde oft unterschätzt, hat *auto touring* den niedrigsten TKP in Österreich. Volak: „Das wird in der Branche leider noch nicht so wahrgenommen, wie wir das manchmal gern hätten.“

Digital wächst

Seit einigen Jahren ist *auto touring* auch im digitalen Bereich stark gewachsen. Kurt Zeillinger, stellvertretender Chefredakteur: „Die digitale Version hat eine etwas andere Ausrichtung als das Magazin selbst. Hier geht es um ein Lesevergnügen mit tollen Bildern, Videos, etc. Das sind zum Teil Inhalte aus dem Heft, aber auch immer öfters eigens produzierte Inhalte. Wir haben bei uns dafür ein eigenes Video-Team, das uns bei der Recherche oft begleitet. Der klare USP ist

das Lesevergnügen und das unterscheidet dann *auto touring* von der ÖAMTC-Website, wo der Service im Vordergrund steht.“

Wie geht es dem Markt?

Natürlich hat die Redaktion auch ein Ohr auf dem Markt. „Die Händler stöhnen, weil sie sowohl vom Markt, aber auch von den Importeuren unter Druck kommen. Bei den Neuzulassungen ist Österreich relativ stabil über den 300.000 pro Jahr geblieben, obwohl es jedes Jahr Unkenrufe gibt, dass es unter diese magische Grenze von 300.000 fallen wird“, so Pisecker. Der Blick auf die Industrie ist noch besser: „Der Industrie, die in Österreich angesiedelt ist, geht es gar nicht so schlecht. Hier gibt es innovative Unternehmen, die gut arbeiten.“

Elektro-Boom

Von steigendem Interesse ist natürlich auch der Elektro-Auto-Bereich: „Die Angebote steigen in diesem Bereich und werden sichtbar mehr, zudem steigt die Qualität der Produkte. Die Entwicklung in den vergangenen Jahren war auch rasant, mittlerweile kommt man schon

300 Kilometer weit. Die Gruppe derer, für die so ein Fahrzeug infrage kommt, wird immer größer – zudem sinken die Preise, und die Reichweiten steigen. Dieser Trend wird sich auch fortsetzen“, sagt Pisecker. Klarerweise hat sich der Elektro-Trend auch im Magazin niedergeschlagen. Zeillinger: „Wir testen im *auto touring* diese Fahrzeuge genauso intensiv wie herkömmliche Autos. Hier haben wir ein definiertes Prozedere, das in Österreich einzigartig ist, wo wir dann auch den Unterschied zwischen dem Norm- und dem tatsächlichen Verbrauch gut darstellen können.“

Emanzipation

Der Wandel in der Gesellschaft hat sich in den letzten Jahren auch bei *auto touring* niedergeschlagen: „Wir haben 2012 einen Relaunch durchgeführt und den Anteil der weiblichen Leser stetig gesteigert. 2017 haben wir dann nachgeschärft, wir haben uns noch einmal weiterentwickelt, aber nicht nur in Richtung Frauen, sondern auch bei der Jugend. Wir sind jünger und zeitgemäßer geworden“, so Pisecker abschließend.



Modern Seit kurzem hat der ÖAMTC einen neuen Standort – nicht nur architektonisch ein echtes Highlight.