

## PRESSEINFORMATION

# GRIP

---

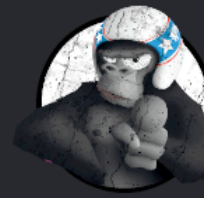
## DAS MOTOREVENT

### Über 10.000 Besucher: Perfekter Tour-Start für „GRIP – Das Motorevent“ am Sachsenring

- Erfolgreiche Verlängerung der Marke GRIP auch on the ground als große Eventreihe
- RTL II und der DAZ-Verlag machen mit „GRIP – Das Motorevent“ die Rennstrecke zur Event-Location
- Über 500 spektakuläre Fahrzeuge und mehr als 10.000 Besucher am Sachsenring

**Pole Position für GRIP: Deutschlands kultigstes Motormagazin lädt auch dieses Jahr wieder tausende Motorenenthusiasten und Carspotter sowie diverse Autoclubs zu vier verschiedenen „GRIP – Das Motorevent“-Veranstaltungen ein. Den Auftakt machte am Pfingstmontag das sehr gut besuchte Event am Sachsenring mit mehr als 10.000 Gästen.**

**Hamburg, 11.06.2019** - Ein umfangreiches Rahmenprogramm mit vielen Events zum Mitmachen für die ganze Familie ließen die über 10.000 begeisterten Besucher des „GRIP – Das Motorevent“ am Pfingstmontag am Sachsenring hautnah die Faszination von Technik, Tuning und Fahrspaß erleben und entdecken. Rund 500 Gearheads, wie Tuning Cars, Oldtimer, Hot Rods, individuelle Customizer und High-End-Supersportwagen begeisterten die Besucher, darunter viele Kinder. Bei strahlendem Sonnenschein gab es Gelegenheit zum Motortalk auf Augenhöhe und dazu ein volles Programm mit vielen Fahrerlebnissen. Foodtrucks versorgten die Gäste mit Spezialitäten aus aller Welt, die Händlermeile bot alles, was das Autoliebhaberherz höher schlagen lässt. Auch „Köln 50667“-Star Ingo Kantorek und Fürst Karl-Heinz von Sayn-Wittgenstein waren vor Ort. Mitten in der Menge waren die GRIP-Moderatoren Det Müller, Helge Thomsen, Lina van de Mars, Jens Kuck und Niki Schelle, die Hände schüttelten, Autogramme gaben. Die zahlreichen Kinder konnten beim Familienprogramm viel erleben und ihrer Leidenschaft für Fahrzeuge und Autorennen, unter anderem bei einer Carrera-Bahn-Challenge, dem GRIP-Kids-Drive, einer Slalom-Challenge und dem GRIP-Kids-Quiz mit Moderator Det Müller



nachgehen.

*„Die Event-Reihe, die wir letztes Jahr gemeinsam mit dem DAZ-Verlag ins Leben gerufen haben, ist ein voller Erfolg. Jetzt geht es weiter, mit einer Location mehr und noch mehr Besuchern. Mit der Veranstaltung bauen wir die Marke GRIP weiter aus. Fans und Auto-Enthusiasten können den Spirit des GRIP-Kosmos zusätzlich zum Bildschirm direkt und on the ground erleben – diese Veranstaltung macht einfach Spaß“,* sagt Carlos Zamorano, Bereichsleiter Marketing & Kommunikation RTL II.

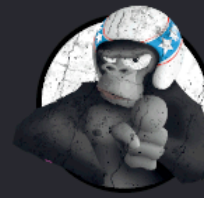
Marco Wendlandt, Herausgeber/Chefredakteur DAZ-Verlag: *„Unser Auftakt-Event am Sachsenring zu starten, hat sich mit dem großen Erfolg als richtig erwiesen. Sagenhaft tolle Fans haben uns hier mit offenen Armen empfangen und unsere Attraktionen sowie Moderatoren gefeiert. Die Mixtur aus Live-Show der RTL II-Faces, den vielen Überraschungs-Attraktionen, den Möglichkeiten wie z.B. zu driften, Helikopter zu fliegen und die Kids einzubinden, hat wieder voll durchgezündet. Jedes GRIP-Event ist irgendwie anders und wir haben für die nächste Station in Bispingen am 18. August weitere Highlights im Köcher.“*

### **Crossmedial erfolgreich**

„GRIP – Das Motormagazin“ hat sich bei Autoliebhabern als Marke etabliert und ist seit über elf Jahren ein crossmedialer Erfolg. Im TV ist die RTL II-Sendung in der Zielgruppe der 14-49-jährigen Männer das meistgesehene Magazin zum Thema Auto/Verkehr.

Das Format, das mit viel Humor, hochwertigem Look und außergewöhnlichen Themen aufwartet, hat auch in den sozialen Medien eine ständig wachsende Fanbase. Bei Facebook zählt GRIP mehr als 1 Million Fans. Bei YouTube begeistert das Format mit Beiträgen aus der Sendung bereits über 1 Million Abonnenten und erzielt im aktuellen Jahr bereits über 56 Millionen Videoviews.\* Mit den neu entwickelten „GRIP Originals“ werden exklusiv für YouTube 15-minütige Episoden produziert und wöchentlich auf dem offiziellen GRIP-Kanal veröffentlicht. Die ersten 26 Folgen erzielten bereits über 9,5 Millionen Video Views.\*

Spaß, Action und geballte Motorkompetenz gibt es auch als Printmagazin: Seit 2014 erscheint „GRIP – Das Motormagazin“ alle sechs Wochen mit einer Auflage von 45.000 Exemplaren im DAZ-Verlag. Zudem gab es bisher fünf „GRIP – Bass & Furious“-Compilations in Kooperation mit Sony Music.

**Werbemöglichkeiten on the ground**

Das emotionale Umfeld der Events bietet viel Fläche für Marketing-Aktivitäten. Kunden und Sponsoren können ihre Marke auf verschiedenen Wegen on the ground präsentieren, zum Beispiel auf der Experience-Meile, in den VIP-Areas oder aber über Merchandise-Produkte. Die Vermarktung liegt bei EL CARTEL MEDIA und bei IMAGE ENTERTAINMENT Events.

**Die weiteren Termine und Locations der „GRIP – Das Motorevent“-Tour:**

- 
- 
- 

**Weitere Informationen zu GRIP und dem Event:**

[rtl2.de](http://rtl2.de), [grip-dasmotorevent.de](http://grip-dasmotorevent.de), <https://daz-verlag.de/wordpress/>

Über die Image Entertainment Events und DAZ VERLAGSGRUPPE:

Image Entertainment Events, eine Unit der DAZ VERLAGSGRUPPE, ist die Hamburger Eventagentur für die gesamte Automobilbranche. Die DAZ VERLAGSGRUPPE ist der Herausgeber von periodisch international erscheinenden Titeln im Fachzeitschriften- und Magazin-Bereich sowie der dazugehörigen Online-Portale und Social-Media-Plattformen.

Über RTL II:

Überraschend, unangepasst, optimistisch und ganz nah dran: Das ist RTL II. Hier erleben die Zuschauer das Leben in all seinen Facetten. RTL II ist der deutschsprachige Reality-Sender Nr. 1: Dokumentationen, Reportagen und Doku-Soaps zeigen faszinierende Menschen und bewegende Schicksale. Die „RTL II News“ bieten junge Nachrichten. Darüber hinaus unterhält der Sender mit unverwechselbaren Shows und den besten Serien und Spielfilmen. Das Münchener Medienunternehmen spricht sein Publikum auf Augenhöhe an – überall, zu jeder Zeit und auf allen relevanten Plattformen und Endgeräten.

\*YouTube Analytics Stand 31.05.2019