

03.10.2022 - 10:05 Uhr

Crossmediale Marketing-Kampagne begleitet das 15-jährige Jubiläum von "GRIP - Das Motormagazin"



München (ots) -

- Dreistündige Jubiläumsfolge am 23. Oktober bei RTLZWEI
- Eine umfangreiche Marketingkampagne begleitet das Jubiläum
- Unter dem Motto "Autofeier Sonntag" wird in zahlreichen Medien gefeiert

Vor 15 Jahren am 14.10.2007 wird die erste Folge "GRIP - Das Motormagazin" gezeigt. Jetzt feiert der Klassiker seinen Geburtstag. Das Jubiläum wird von einer umfangreichen Marketingkampagne und einer dreistündigen, PS-starken Jubiläumsfolge am 23. Oktober ab 17:15 Uhr begleitet. Teil der Sonderprogrammierung und Kampagne sind die bekannten Moderatorinnen und Moderatoren Matthias Malmedie, Det Müller, Hamid Mossadegh, Niki Schelle, Cyndie Allemann, Alex Bangula und Sophia Flörsch.

Dabei liefern sich sechs Hosts in sechs spannenden Geburtstags-Challenges atemberaubende Battles zum Staunen. Die gesamte Kampagne und die Sonderprogrammierung laufen unter dem Motto "Autofeier Sonntag", denn "GRIP" ist seit 15 Jahren immer mit den beeindruckendsten Autos und den lässigsten Hosts im TV und allen anderen Touchpoints zu erleben: Also ein Grund den Geburtstag mit den Hosts und deren Traumautos zu feiern!

Die zugehörige Marketingkampagne zum Jahrestag wird auf allen Plattformen begleitet. Die on-air-Bewerbung mit zwei Teasern, mehreren Plakaten und zwei Werbetreibern starten bereits am 3. Oktober und stimmen so auf den Geburtstag ein. Zusätzlich wird reichweitenstark in Printmagazinen auf das Jubiläum aufmerksam gemacht - darunter in dem formateigenen Printmagazin, Men's Health, der AUTO ZEITUNG, der Auto Bild und bei TV Movie. Auch online wird "GRIP" in vielen unterschiedlichen Medien gefeiert, so u.a. bei Glamour, Zeit Online, Focus Online, oder GQ.

Für eine direkte Ansprache der jungen Zielgruppe werden unter den Hashtags #AutofeierSonntag und #15JahreGRIP alle Online- und Social-Media-Kanäle von "GRIP" und RTLZWEI mit Content zum 15. Geburtstag bespielt. Auf RTL2.de, YouTube, Instagram, Facebook, TikTok und Snapchat sind Interviews mit den Moderatoren, Rückblicke wie der "Throwback Thursday", aktuelle Sendungsausschnitte und auch Zusatzmaterial zu sehen. Für die Erstellung und Umsetzung des Konzepts waren die Kreativagentur BDA Creative GmbH und das RTLZWEI-Team Marketing & Brand Strategy zuständig, die Mediaplanung wurde von Mediacom München umgesetzt.

Carlos Zamorano, Chief Marketing and Communications Officer RTLZWEI: "Wir sind besonders stolz auf dieses 15-jährige Jubiläum der TV-Sendung und der Marke 'GRIP - Das Motormagazin'. Für die Fans ist dieses einzigartige Erfolgsformat heute an vielen Touchpoints erhältlich. Allen voran natürlich im linearen TV bei RTLZWEI, on Demand bei RTL+, auf den sozialen Medien oder ganz haptisch als Print-Magazin und Event-Konzept zum Erleben. Es macht unglaubliche Freude mitzuhelfen, diese Marke stetig neu zu erfinden, um so immer am Puls der Zeit und an der Zielgruppe zu bleiben."

Fakten zum Format und zur Marke:

Das erreicht "GRIP" im TV

"GRIP - Das Motormagazin" erzielt in 2022 on air Topwerte von bis zu 6,7 % Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern bzw. 9,6 % Marktanteil bei den 14- bis 29-jährigen Zuschauern. Besonders bei den Männern steht "GRIP" jeden Sonntag um 18:15 Uhr in der Pole Position:

- Mit Werten von bis zu 9 % Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern läuft das Format in dieser Zielgruppe sehr gut.
- Gerade die Zielgruppe der jungen Männer (14-29) erzielt mit bis zu 16,9 % Marktanteil überdurchschnittlich hohe Werte bei RTLZWEI.

"GRIP" auf den digitalen Plattformen

Der vielfältige Content-Mix sorgt für starke Reichweite und Views, egal ob Ausschnitte aus der aktuellen TV-Sendung, exklusiv produzierter Content oder die besten Clips aus den vergangenen Jahren. Seit 2010 - mit dem Start der "GRIP - Das Motormagazin"-Facebook-Fanpage - ist GRIP ein digitales Erfolgsformat. Über 2,9 Millionen Fans folgen den Asphalthelden über alle Channels hinweg. Allein in diesem Jahr wurden monatlich mit GRIP-Inhalten über alle sozialen Medien hinweg über 16 Mio. Views erzielt.

- Besonders erfolgreich ist "GRIP" auf YouTube. Hier hat das Format fast 1,4 Millionen Fans. Der beste YouTube-Clip: Matthias Malmedie nimmt die Community mit in die luxuriöse Autoszene von Dubai (neun Millionen Aufrufe).
- Bei Facebook hat das Magazin fast eine Million Fans.
- Auch bei Instagram und Snapchat zieht das Format über 350.000 Fans an.
- Der Kanal "GRIP Garage" bei TikTok existiert seit Anfang 2021 und zählt nun mehr als 113.000 Abonnenten. Das beste Video erlangte bisher auf dieser Plattform 4,1 Mio. Views. Hier erreicht "GRIP" vor allem junge und weibliche Fans.

"GRIP" on the Ground und im Printmagazin

Bereits seit 2018 ist "GRIP" auch on the Ground am Nürburgring und am Hockenheimring für mehr als 20.000 Fans live vor Ort. So konnten auf den Events Fans die Moderatorinnen und Moderatoren persönlich treffen und im Rahmen der Veranstaltung ein umfangreiches Programm rund um hochmotorisierte Autos erleben. So sind neben den "GRIP"-Moderatoren auch Gearheads, viele faszinierte Fans, Kunden und Sponsoren und Live-Musik-Performances vor Ort. Doch damit nicht genug, denn "GRIP - Das Motormagazin" performt auch als Printmagazin, welches seit 2014 alle sechs Wochen mit einer Auflage von 45.000 Exemplaren erscheint.

Bildcredit: © RTLZWEI / Niklas Niessner.

Über RTLZWEI:

Überraschend, unangepasst, optimistisch und ganz nah dran: Das ist RTLZWEI. Hier erleben die Zuschauerinnen und Zuschauer das Leben in all seinen Facetten. Als "Home of Reality" zeigt der Sender Dokumentationen, Reportagen und Doku-Soaps, faszinierende Menschen und bewegende Schicksale. Die "RTLZWEI News" bieten junge Nachrichten. Darüber hinaus unterhält der Sender mit unverwechselbaren Shows und ausgewählten Serien und Spielfilmen. Das Münchener Medienunternehmen spricht sein Publikum auf Augenhöhe an - überall, zu jeder Zeit und auf allen relevanten Plattformen und Endgeräten.

Pressekontakt:

RTLZWEI
Corporate Communications
089 - 641850
kommunikation@rtl2.de
unternehmen.rtl2.de

Medieninhalte



Vor 15 Jahren am 14.10.2007 wird die erste Folge "GRIP - Das Motormagazin" gezeigt. Jetzt feiert der Klassiker seinen Geburtstag. Das Jubiläum wird von einer umfangreichen Marketingkampagne und einer dreistündigen, PS-starken Jubiläumsfolge am 23. Oktober ab 17:15 Uhr begleitet. Teil der Sonderprogrammierung und Kampagne sind die bekannten Moderatorinnen und Moderatoren Matthias Malmedie, Det Müller, Hamid Mossadegh, Niki Schelle, Cyndie Allemann, Alex Bangula und Sophia Flörsch. vorne: Hamid Mossadegh, Alex Bangula hinten: Sophia Flörsch, Niki Schelle, Det Müller und Matthias Malmedie / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Dabei liefern sich sechs Hosts in sechs spannenden Geburtstags-Challenges atemberaubende Battles zum Staunen. Die gesamte Kampagne und die Sonderprogrammierung laufen unter dem Motto "Autofeier Sonntag", denn "GRIP" ist seit 15 Jahren immer mit den beeindruckendsten Autos und den lässigsten Hosts im TV und allen anderen Touchpoints zu erleben: Also ein Grund den Geburtstag mit den Hosts und deren Traumautos zu feiern! / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Die zugehörige Marketingkampagne zum Jahrestag wird auf allen Plattformen begleitet. Die on-air-Bewerbung mit zwei Teasern, mehreren Plakaten und zwei Werbetrennern starten bereits am 3. Oktober und stimmen so auf den Geburtstag ein. Zusätzlich wird reichweitenstark in Printmagazinen auf das Jubiläum aufmerksam gemacht - darunter in dem formateigenen Printmagazin, Men's Health, der AUTO ZEITUNG, der Auto Bild und bei TV Movie. Auch online wird "GRIP" in vielen unterschiedlichen Medien gefeiert, so u.a. bei Glamour, Zeit Online, Focus Online, oder GQ. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100895883> abgerufen werden.