

Strategische Partnerschaft zur neuen „ADAC Motorwelt“



Ulrich Klaus Becker, ADAC Vizepräsident, Lars Soutschka, ADAC Geschäftsführer, August Markl, ADAC Präsident, Burkhard Graßmann, Sprecher der Geschäftsführung BCN, Michael Samak, Geschäftsführer BCN, und Martin Kunz, Chefredakteur ADAC Motorwelt
© Peter Neusser

Der ADAC richtet sein Mitgliedermagazin „ADAC Motorwelt“ grundlegend neu aus und hat hierfür eine strategische Zusammenarbeit mit dem Medienunternehmen Hubert Burda Media geschlossen. Ab dem ersten Quartal 2020 ist die Burda-Tochter BCN als Generalunternehmer sowohl für Produktion, Herstellung und Druck als auch für Redaktion, Vermarktung, Marketing und Distribution von Europas größter Zeitschrift zuständig. Der Mobilitätsclub bleibt Herausgeber der „ADAC Motorwelt“ und ist über den Chefredakteur Martin Kunz auch weiterhin inhaltlich verantwortlich.

„Mit Hubert Burda Media haben wir beste Voraussetzungen, dass die neu konzipierte ‚ADAC Motorwelt‘ eine Erfolgsgeschichte bei unseren Mitgliedern und den Werbekunden schreibt. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit einem so renommierten und erfahrenen Medienhaus und sind überzeugt, dass dieser Schritt den Beginn einer guten, erfolgreichen Partnerschaft markiert.“

August Markl, ADAC-Präsident

„Der ADAC gibt mit der ‚ADAC Motorwelt‘ die größte Zeitschrift Europas in unsere Hände, und für dieses Vertrauen bedanke ich mich im Namen des ganzen Hauses Burda herzlich. Das BCN hat mit seinem Konzept für die neue ‚ADAC Motorwelt‘ überzeugt, weil wir viele Kernkompetenzen Burdas und seine außerordentliche Nähe zum Konsumenten einbringen können.“

Burkhard Graßmann, Sprecher der Geschäftsführung BCN

Mit der Entscheidung für Hubert Burda Media geht der ADAC den nächsten Schritt, seine vielfältigen Kommunikationskanäle noch integrierter und zukunftsfähiger aufzustellen und miteinander zu vernetzen. Die gedruckte „ADAC Motorwelt“ bleibt auch weiterhin ein wichtiger Kommunikationskanal zu den ADAC-Mitgliedern – aufgrund der quartalsweisen Erscheinungsfrequenz ab 2020 deutlich hintergründiger, mit einem qualitativ höheren Leistungsversprechen, einer deutlich wertigeren Haptik und einer inhaltlich vielfältigeren Bandbreite. Ergänzt wird die neue „ADAC Motorwelt“ durch verschiedene Supplements, die in erster Linie regionale und lokale Inhalte und Angebote bieten.

„Unsere neue ‚ADAC Motorwelt‘ überzeugt in Zukunft durch inhaltliche Substanz, Hintergründigkeit und einen hohen Lesegenuss. Gleichzeitig investieren wir massiv in den Ausbau unserer digitalen Kommunikationskanäle, die ab Anfang kommenden Jahres ebenfalls grundlegend neu aufgestellt sind und schnellen Nutzwert, hochindividualisierte Services und aktuelle Mobilitätsnews bieten werden. Damit ergänzen sich die On- und Offline-Welt des ADAC hervorragend. Wir schlagen damit ein neues mediales Kapitel auf.“

Lars Soutschka, ADAC-Geschäftsführer

Vertrieben wird die neue „ADAC Motorwelt“ ab dem kommenden Jahr über die bundesweit 178 ADAC-Geschäftsstellen und Service Center, die ADAC Fahrsicherheitszentren sowie über den stationären Einzelhandel flächendeckend in den Märkten von Edeka und Netto Marken-Discount. Mit diesem Distributionsnetz haben alle ADAC-Mitglieder gegen Vorlage des Mitgliedsausweises auch weiterhin die Möglichkeit, sehr einfach und unkompliziert die jeweils neueste Ausgabe ihres Mitgliedermagazins beim nächsten Einkauf mit nach Hause zu nehmen.

von **Julia Korn**
Senior Head Corporate Communications
julia.korn@burda.com



Kategorie **Unternehmen**

Schlagwörter **ADAC, ADAC Motorwelt, BCN, Burkhard Graßmann**

Adresse (URL) **<https://www.burda.com/de/news/adac/>**