

15.07.2022 - 12:49 Uhr

## 15.000 Motorsport-Begeisterte auf dem Nürburgring - "GRIP - Das Motorevent" kehrt zurück



München (ots) -

**Herausragendes Comeback für "GRIP - Das Motorevent". Die Veranstaltung für alle PS-Freunde begrüßte über 15.000 Besucherinnen und Besucher auf dem Nürburgring. Prominente Gäste, Live-Musik, die GRIP-Moderatorenriege und nicht zuletzt zahllose beeindruckende Automobile begeisterten alle Sinne.**

Nach einer pandemiebedingten Pause ist "GRIP - Das Motorevent" endlich wieder auf die Rennstrecken der Nation zurückgekehrt. Am vergangenen Sonntag machte die bundesweit einmalige Veranstaltung Halt an Deutschlands berühmtester Nordschleife. Am Nürburgring in Rheinland-Pfalz luden Det Müller, Matthias Malmedie, Hamid Mossadegh, Sophia Flörsch, Philipp Kaess alle Interessierten Gearheads und Asphalthelden persönlich zum Kennenlernen und Feiern ein.

Vor Ort hatten Fans der Sendung die Gelegenheit, das Moderationsteam kennenzulernen und die Faszination Auto hautnah zu erleben. Sechs Gewinner freuten sich über eine unvergessliche Runde als Beifahrer von Matthias Malmedie und Sophia Flörsch. Das musikalische Liveprogramm steuerte der Rapper Eko Fresh bei, der für die passende Untermalung sorgte. Das emotionale Umfeld des Events bietet den idealen Rahmen für Marketing-Aktivitäten von Kunden und Sponsoren. Hier gibt es die Möglichkeit, Marken on the Ground zu präsentieren und direkten Kontakt zur Zielgruppe herzustellen. Die Vermarktung liegt bei EL CARTEL und Image Entertainment Events.

Carlos Zamorano, Chief Marketing and Communications Officer RTLZWEI: *"Mit dem Comeback des Motorevents konnten wir GRIP einmal mehr auch live auf Touren bringen. Die Marke begeisterte über 15.000 Fans und Freunde vor Ort am Nürburgring - und zeigte damit, wie man über alle Plattformen, Verbreitungswege und on the Ground überzeugen kann. Wir freuen uns schon auf die nächste Veranstaltung."*

Fans und Freunde von GRIP konnten als Schaulustige oder Gearheads mit eigenem Fahrgestell auf der Rennstrecke dabei sein. Am Nürburgring wurde den Gästen zudem ein umfangreiches Programm geboten: Drift- und Renntaxis, Tuning-Boliden und Supercars, Influencer aus der Autoszene und vieles mehr rundeten das Spektakel ab.

All das war auch live auf TikTok zu sehen. Außerdem wurde auf Instagram, Facebook und YouTube berichtet. Das crossmediale Live-Erlebnis ist die ideale Bühne für Markenpartner und Sponsoren, die sich vor einem jungen, vielseitigen Publikum inszenieren wollen. Weitere Events sind für das kommende Jahr geplant.

**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. 9,5 % 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 8,1 % Marktanteil bei den Männern 14-49 erreicht das Format überdurchschnittlich hohe Werte bei RTLZWEI.

Mit bis 12,4 % Marktanteil läuft es bei den jungen Männern (14-29) ebenfalls bestens.

### YouTube, Facebook, TikTok & Co

Der vielfältige Contentmix 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 2,8 Millionen Fans folgen den Asphalthelden über alle Channels hinweg. Allein in diesem Jahr wurden bislang mit GRIP-Inhalten in Social Media über 62 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 - wird bislang über 9 Millionen aufgerufen.

- Bei Facebook hat das Magazin fast 1 Million Fans und knapp 18 Millionen Views.

- Auch bei Instagram und Snapchat zieht das Format knapp 340.000 Fans an.

- "GRIP Garage" bei TikTok Anfang 2021 zählt nach einem Jahr mehr als 100.000 Abonnenten. Hier erreicht "GRIP" vor allem junge und weibliche Fans.

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



*Am Nürburgring in Rheinland-Pfalz luden Det Müller, Matthias Malmedie, Hamid Mossadegh, Sophia Flörsch, Philipp Kaess alle Interessierten Gearheads und Asphalthelden persönlich zum Kennenlernen und Feiern ein. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.*



*Nach einer pandemiebedingten Pause ist "GRIP - Das Motorevent" endlich wieder auf die Rennstrecken der Nation zurückgekehrt. Am vergangenen Sonntag machte die bundesweit einmalige Veranstaltung Halt an Deutschlands berühmtester Nordschleife. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.*



Sechs Gewinner freuten sich über eine unvergessliche Runde als Beifahrer von Matthias Malmedie und Sophia Flörsch. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Herausragendes Comeback für "GRIP - Das Motorevent". Die Veranstaltung für alle PS-Freunde begrüßte über 15.000 Besucherinnen und Besucher auf dem Nürburgring. Prominente Gäste, Live-Musik, die GRIP-Moderatorenriege und nicht zuletzt zahllose beeindruckende Automobile begeisterten alle Sinne. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Das musikalische Liveprogramm steuerte der Rapper Eko Fresh bei, der für die passende Untermauerung sorgte. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Fans und Freunde von GRIP konnten als Schaulustige oder Gearheads mit eigenem Fahrgestell auf der Rennstrecke dabei sein. Am Nürburgring wurde den Gästen zudem ein umfangreiches Programm geboten: Drift- und Renntaxis, Tuning-Boliden und Supercars, Influencer aus der Autoszene und vieles mehr rundeten das Spektakel ab. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Das emotionale Umfeld des Events bietet den idealen Rahmen für Marketing-Aktivitäten von Kunden und Sponsoren. Hier gibt es die Möglichkeit, Marken on the Ground zu präsentieren und direkten Kontakt zur Zielgruppe herzustellen. Die Vermarktung liegt bei EL CARTEL und Image Entertainment Events. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



All das war auch live auf TikTok zu sehen. Außerdem wurde auf Instagram, Facebook und YouTube berichtet. Das crossmediale Live-Erlebnis ist die ideale Bühne für Markenpartner und Sponsoren, die sich vor einem jungen, vielseitigen Publikum inszenieren wollen. Weitere Events sind für das kommende Jahr geplant. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://www.presseportal.de/nr/6605) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



*Vor Ort hatten Fans der Sendung die Gelegenheit, das Moderationsteam kennenzulernen und die Faszination Auto hautnah zu erleben. Sechs Gewinner freuten sich über eine unvergessliche Runde als Beifahrer von Matthias Malmédie und Sophia Flörsch. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/6605](http://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/100001974/100892575> abgerufen werden.