

ADAC Motorwelt geht Partnerschaft mit Burda ein

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. Chefredakteur Martin Kunz ist auch weiterhin inhaltlich verantwortlich.

Vertrieben wird die neue „ADAC Motorwelt“ ab dem kommenden Jahr über die bundesweit 178 ADAC-Geschäftsstellen und -Reisebüros, die ADAC-Fahrsicherheitszentren sowie über den stationären Einzelhandel flächendeckend in den Märkten von Edeka und Netto Marken-Discount. Mit diesem Distributionsnetz haben alle Mitglieder gegen Vorlage des Mitgliedsausweises auch weiterhin die Möglichkeit die jeweils neueste Ausgabe ihres Mitgliedermagazins zu erhalten. (ampnet/deg)

Bilder zum Artikel



ADAC Motorwelt.

Foto: Auto-Medienportal.Net/ADAC