

## Pressemitteilung

### Motor Presse Stuttgart startet mit „ElektroBIKE kompakt“ E-Bike Offensive in reichweitenstarken Special-Interest-Titeln

Stuttgart, 10. April 2017 – E-Bikes sind längst kein Nischenthema mehr, sondern auf dem Weg zum Massenphänomen. Das zeigen die jährlichen Verkaufszahlen – 2016 wurden 605.000 E-Bikes verkauft –, ebenso wie die Erwartung, dass im Jahr 2020 fünfzig Prozent aller neu verkauften Räder über einen elektrischen Antrieb verfügen werden.

Seit 2011 ist die Motor Presse Stuttgart mit dem Magazin ElektroBIKE und der Website [www.elektrobike-online.com](http://www.elektrobike-online.com) in diesem für die Mobilität der Zukunft essentiellen Themenfeld marktführend unterwegs. Zudem integriert die Motor Presse Stuttgart seit diesem Jahr in ihrem Fahrradtitel MOUNTAINBIKE das Thema E-Mountainbike konsequent als eine weitere Facette des Sports und wird in jeder Ausgabe über dieses Thema berichten. Auch in der aktuellen Mai-Ausgabe des Magazins *outdoor* geht die Redaktion mit dem E-Bike-Guide „Die neue Lust am Radfahren“ ausführlich darauf ein.

Die Entwicklung hin zum Massenmarkt begleitet der Verlag nun im Rahmen seiner E-Bike-Offensive mit dem reichweitenstarken Produkt „ElektroBIKE kompakt“. Dazu bündelt das Stuttgarter Medienhaus seine Kräfte aus den Bereichen Auto, Rad und Aktive Freizeit. Die Redaktion von ElektroBIKE hat aus den Inhalten des am 21. März 2017 erschienenen Jahrbuchs ElektroBIKE auf 52 Seiten als Best-Of „ElektroBIKE kompakt“ zusammengestellt. Die Themenauswahl orientiert sich vor allem an den Informationsinteressen von E-Bike-Einsteigern. Dr. Volker Breid, Geschäftsführer der Motor Presse Stuttgart: „Die Bedeutung von E-Bikes für die individuelle Mobilität wird weiter stark zunehmen. Unsere E-Bike-Offensive geht daher über unsere Rad- und Outdoor-Titel hinaus und umfasst bereichsübergreifend alle unsere Mobilitätsmarken.“

Das anzeigenfinanzierte Produkt wird reichweitenstarken Titeln der Motor Presse Stuttgart beigelegt, deren Leser eine ausgeprägt hohe Affinität zu E-Bikes haben. Den Anfang macht das am 12. April erscheinende Reisemobil-Magazin *promobil*. Dessen Leserschaft hat ein weit überdurchschnittliches Kaufinteresse im Bereich E-Bikes. Einen Tag später, am 13. April, erscheint „ElektroBIKE kompakt“ in *auto motor und sport*, das rund 350.000 Exemplaren pro Ausgabe verkauft. Am 19. April folgt die Verteilung der Beilage über die Zeitschrift *AUTOSTrassenverkehr* – beide ebenfalls mit ausgeprägt hohen Affinitäten.

„In unseren drei großen Objekten erreicht ElektroBIKE kompakt laut Allensbacher Werbeträgeranalyse 2016 mehr als 3,5 Millionen Leser über 14 Jahren“, erklärt der zuständige Verlagsmanager Ulli Hartmann. „Dank dieser gemeinsamen Anstrengung können wir unseren Anzeigenkunden eben nicht nur eine hohe unspezifische Reichweite bieten, sondern zusätzlich auch wirklich themenaffine Zielgruppen mit hoher Kaufabsicht. Damit ist ElektroBIKE kompakt das Objekt der Wahl für Hersteller, die sich an die breitere, kaufbereite Masse richten wollen.“

Kontakt:

Stefan Braunschweig  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Motor Presse Stuttgart  
Tel.: +49 711 182-1289  
Mobil: +49 176 11182089  
[sbraunschweig@motorpresse.de](mailto:sbraunschweig@motorpresse.de)  
[www.facebook.com/motorpresse](http://www.facebook.com/motorpresse)

*Die Motor Presse Stuttgart ([www.motorpresse.de](http://www.motorpresse.de)) ist einer der führenden Special-Interest-Publisher im internationalen Mediengeschäft und mit eigenen Beteiligungsgesellschaften sowie Lizenzausgaben in 20 Ländern rund um die Welt verlegerisch aktiv. Die Gruppe publiziert rund 100 Zeitschriften, darunter auto motor und sport, MOTORRAD, Men's Health, MOUNTAINBIKE und viele, auch digitale, Special Interest Medien in den Themenfeldern Auto, Motorrad, Luft- und Raumfahrt, Lifestyle, Sport und Freizeit. 2015 erwirtschaftete die Motor Presse Gruppe in Stuttgart einen nicht konsolidierten Umsatz von 236 Mio. Euro, davon über 33 Prozent im Ausland. Mehrheitsgesellschafter ist mit 59,9 Prozent das Medienhaus Gruner + Jahr. 40,1 Prozent der Anteile halten die Gründer: Familie Pietsch 25,1 Prozent, Hermann Dietrich-Troeltsch 15,0 Prozent.*