

Kundenzeitschrift „mazda motion“ nominiert im Rahmen des BCP Award 2008

## Preisverdächtige Kundenansprache

- Weltumspannende Kommunikationskonzepte gewinnen stetig an Bedeutung
- Kundenmagazin „mazda motion“ in der Shortlist beim BCP Award 2008
- Mazda Kundenmagazin erreicht 1,9 Millionen Kunden in 16 Ländern

Leverkusen, 30. Juni 2008: In Zeiten globalisierter Märkte spielen weltumspannende Kommunikationskonzepte eine immer größere Rolle. Diesem Umstand trägt das Mazda Kundenmagazin Rechnung, dass es nun mit seiner deutschen Ausgabe „mazda motion“ im größten europäischen Wettbewerb für Unternehmenskommunikation dem BCP (Best of Corporate Publishing) Award unter die Nominierten geschafft hat. Damit reiht sich die „mazda motion“ als einziges Produkt eines japanischen Herstellers neben den Publikationen von Mini, Lamborghini, BMW und Mercedes in die Riege der fünf besten Kundenmagazine im Bereich Automobil ein. Insgesamt wurden für den diesjährigen BCP Award 600 Publikationen angemeldet, die von einer Jury aus insgesamt 100 namhaften Experten aus den Bereichen Journalismus, Art Direktion, Marketing, Unternehmens- und Interne Kommunikation, Print sowie Direkt-Marketing bewertet wurden.

Das Mazda Kunden Magazin erscheint dreimal jährlich in 16 Ländern, erreicht insgesamt 1,9 Millionen Mazda Fahrer und ist somit ein klassisches Corporate-Publishing-Produkt, das zur einheitlichen Markenbildung beiträgt. Trotz seiner internationalen Verbreitung berücksichtigt das Magazin gleichzeitig kulturelle Einflüsse, in dem 50 Prozent des Inhalts der jeweiligen Länderausgaben regionalspezifisch gestaltet ist.

The logo features the word "ZOOM-ZOOM" in a bold, yellow, handwritten-style font. The text is set against a horizontal, glowing yellow brushstroke background that tapers at both ends.



Verantwortlich für die Produktion vom redaktionellen Inhalt bis hin zum Layout, zeichnen sich die in den jeweiligen Ländern beheimateten Mazda Vertriebsgesellschaften in Zusammenarbeit mit der bereits preisgekrönten Agentur Redwood und ihren Zentralen in London, Toronto und Tokio.

Die beim BCP Award nominierte deutsche Ausgabe des Mazda Kundenmagazins „mazda motion“ mit einer Auflage von 270.000 Exemplaren ist sowohl optisch als auch inhaltlich in erster Linie frisch und zukunftsorientiert und vermittelt Lust auf Abenteuer. Bei der BCP Jury stieß außerdem das innovative und wagemutige Design sowie die gelungene Mischung aus Information über Produkte und Marke in Verbindung mit gut verpackter Unterhaltung auf positive Resonanz.

Auskunft erteilt:  
Karin Wolfsperger  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel.: 0 21 73/9 43-2 19  
E-mail: kwolfsperger@mazda.de

The slogan "ZOOM-ZOOM" is written in a bold, yellow, hand-drawn style. It is set against a background of horizontal yellow brushstrokes that create a sense of motion and speed.