



Mazda auf Facebook mit Rekordstart

Rekordverdächtige 1.200 Fans gleich beim Start – die österreichische Mazda Community vernetzt sich ab sofort auf www.facebook.com/MazdaOesterreich
Die Mazda Xperience als Treffpunkt und Spielwiese: Mazda Österreich eröffnet den neuen Facebook-Auftritt mit einem kreativen Design- und Musikstudio, Games, Gewinnspielen – und natürlich der Möglichkeit, sich mit Freunden zu vernetzen.

Klagenfurt, 19. Oktober 2010. Seit kurzem ist Mazda Österreich auch auf Facebook vertreten und legt gleich mit einem Rekordstart los. Über 1.200 Fans zählt die Mazda Community bereits ein paar Tage nach dem Start – mehr als doppelt so viele Fans als andere österreichische Automobilimporteure auf Facebook haben.

„Wir bieten mehr Interaktion und Innovation als viele andere. Das wird von der österreichischen Mazda Community offenbar honoriert“, erklärt Andreas Eizenberger, Marketing Chef von Mazda Austria, den erfolgreichen Start auf Facebook.

Kreativ sein, interaktiv werden, Spaß haben und Zoom Zoom erleben - das ermöglicht ab sofort die Mazda Xperience auf der österreichischen Mazda Facebook Seite <http://www.facebook.com/MazdaOesterreich> allen Facebook Nutzern und Mazda Freunden. Ob im Music Studio mit dem Online-Synthesizer eigene Sounds gemixt werden oder in der Game Zone mit dem Mazda2 durch den Großstadtdschungel geflitzt wird – alles kann in gewohnter Facebook-Manier mit der gesamten (Mazda) Community geteilt werden.

Die Kreativität der Nutzer ist im Design Center gefragt. Originelle Funktionen animieren zum Spiel mit Form und Farbe, um dem Mazda2 ein individuelles Design zu verpassen. In der Game Zone kann man sich sowohl am PC als auch am Handy virtuell ans Steuer setzen und die Drehzahl bei den zwei Rennspielen in die Höhe treiben.



Zoom Zoom gibt's aber nicht nur für die virtuelle sondern auch für die reale Welt: für schnell Entschlossene werden beim Mazda5 Kino Contest gerade Kino-Packages verlost. Gewinnen ist ganz einfach: so viele Freunde wie möglich auf die Mazda Facebook Seite einladen und mit etwas Glück am Ende sogar eine Reise im neuen Mazda5 zum Filmfestival nach Rom gewinnen.

„Auf einer Social Media Plattform haben wir die Möglichkeit den Konsumenten unser Zoom Zoom Leitbild interaktiv näher zu bringen. Mazda hat immer wieder viele interessante Geschichten zu erzählen, dafür bietet sich Facebook einfach an. Besonders spannend dabei ist, dass man bisher noch nie so direkt mit der Mazda Community kommunizieren konnte“, begründet Eizenberger den Mazda Auftritt auf Facebook.

+++

Mehr Informationen:
PR Mazda Austria
+43 463 38 88