

PRESSE-INFORMATION

Mazda auf der IFA 2016

- Mazda hat Design-, Lifestyle- und Technologiemesen im Fokus
- Überraschende Auftritte im nicht-automobilen Umfeld
- Mazda Stand vom 2. bis 7. September in Halle 2.2 mit „CARaoke“

Leverkusen, 2. September 2016: Mazda setzt seine in 2014 erfolgreich gestartete Messestrategie fort: Wie bereits in den vergangenen zwei Jahren präsentiert der Automobilhersteller seine Modellpalette zusätzlich im nicht-automobilen Umfeld und kombiniert den Auftritt mit unterhaltsamen und publikumswirksamen Aktionen. Auf der diesjährigen IFA in Berlin vom 2. bis 7. September ist Mazda erneut in Halle 2.2 in direkter Nachbarschaft zum beliebten ARD-Stand vertreten.

Für die IFA-Besucher bringt Mazda mit „CARaoke“ in diesem Jahr ein besonderes Entertainment mit: Im Mazda CX-3 sitzend können Musik-Fans ihren Lieblingssong vertonen und anschließend ihr persönliches Star-Karaoke-Video herunterladen. Zudem präsentiert Mazda vor Ort seine aktuelle Modellpalette und stellt im zweiten Jahr in Folge VIP-Shuttles für die ARD.

Den Auftakt des nicht-automobilen Messe-Engagements machte in diesem Jahr die noch bis zum 4. September in Friedrichshafen laufende Fahrradmesse Eurobike. Auf einem Stand im Freigelände West zeigt Mazda die erfolgreichen Crossover-Modelle Mazda CX-3 und Mazda CX-5 sowie den Roadster Mazda MX-5. Die thematische Verbindung hier: Auf Zweirädern kann Musik erzeugt werden. Sportliche Radler erkennen und erraten den Song erst dann, wenn sie ordentlich in die Pedale treten.

Ende September steht mit der photokina in Köln die dritte Messe dieser Art an. Vom 20. bis 25. September steht die Verbindung zur Fotografie ganz im Fokus der Messepräsenz. Hier errichtet Mazda in Halle 5.2 erstmals ein 360-Grad-Fotomodul, mit dem sich Besucher in einem Mazda MX-5 von allen Seiten aufnehmen lassen können – ein Videoclip für zuhause inklusive.

„Mit unserem etablierten modularen Standkonzept ‚Mazda Live‘ schlagen wir neue Wege in der Kommunikation ein und legen den Fokus auf Design-, Lifestyle- und Technologie-Messen mit weit über 500.000 Besuchern“, erläutert Dino Damiano, Direktor Marketing Mazda Motors Deutschland. „Gleichzeitig setzen wir auf die verstärkte Unterstützung unserer Mazda Partner bei regionalen und lokalen Veranstaltungen und Messen. Wir können auf diesem Weg eine große Zahl neuer Interessenten mit unserer Marke in Kontakt bringen und die Präsenz unserer Mazda Partner im Markt nachhaltig stärken.“

Auskunft erteilt:
Karin Lindel, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49.(0)2173.943.303 | klindel@mazda.de