

Neuer weltweiter Markenauftritt

MAZDA MIT NEUEM ZOOM-ZOOM

- **Dynamischer Auftritt mit neuen visuellen Merkmalen**
- **Neue Elemente: 30-Grad Schrägstellung, Schrift und Farben**
- **Weltweit einheitliche Unternehmensidentität**

Leverkusen, 29. September 2008: Ab dem kommenden Jahr erscheint Mazda mit einer neuen Visual Identity (VI), die das Unternehmen weltweit einheitlich repräsentieren wird. Der neue Markenauftritt umfasst die gesamte Geschäftskommunikation - von der Werbung bis hin zur Visitenkarte - und symbolisiert gleichzeitig die erfolgreiche Entwicklung der Mazda Motor Corporation hin zu einer innovativen und erwachsenen Marke.

Mit Hilfe von sechs graphischen Elementen wird die neue Mazda VI in ihrer Ausgestaltung noch unverwechselbarer werden. Dazu gehören neben dem bereits bekannten Mazda Logo und dem Zoom-Zoom Markenclaim vor allem auch eine neue, bewusste Schrägstellung der graphischen Elemente im 30-Grad-Winkel, die das dynamische und sportliche Erscheinungsbild der Mazda Modelle weiter unterstreicht. So wird das zentrale Unternehmensmerkmal - das Mazda Logo mit der Mazda Wordmarke - zukünftig immer in einer schräggestellten Umrandung auf weißen Grund positioniert. Ebenso ersetzt eine neue, ausdrucksstarke Farbkombination, die um Schwarz, Silber und Violett erweitert wurde, die bisherige Farbreihe bestehend aus Blau und Weiß und unterstützt damit ein reiferes, dynamischeres Markenimage.

Zusammen mit einer eigens entwickelten Mazda Schrift, die für alle Überschriften zum Einsatz kommt, wird ab sofort die Unternehmenskorrespondenz vereinheitlicht. Ebenso werden schrittweise die Ausstellungsräume der Händler an den neuen Markenauftritt angepasst und mit neuen Materialien versorgt. Die Außen-Signalisation der Händlerbetriebe bleibt davon jedoch unbeeinträchtigt. Bis zum Frühjahr des kommenden Jahres soll der neue Markenauftritt dann komplett abgeschlossen sein.