

Internet-Plattform www.mazdarebels.de ab sofort online

NEUE MAZDA COMMUNITY GEHT ANS NETZ

- **Für Mazda Fans und Rebellen: Informationsquelle und Austauschforum zugleich**
- **Mit dem Mazda Spirit Konventionen überwinden und Neues schaffen**
- **Exklusive Lifestyle-Themen für deutsche Nutzer**

Leverkusen, 22. September 2014: Die Rebellen kommen: Auf der neuen Mazda Website www.mazdarebels.de können User die Marke Mazda emotional und interaktiv aus ganz neuen Blickwinkeln kennenlernen und sich untereinander über Erfahrungen und neue Trends austauschen. Dabei werden nicht nur Mazda Fans angesprochen, sondern vor allem auch Menschen, die sich bislang noch nicht mit der Marke auseinandergesetzt haben. Mit einer digitalen Werbekampagne werden die Interessenten von Google, Facebook und über Banner direkt in die neue Mazda Community geleitet.

„Die Idee hinter der neuen Plattform war es, einen Raum zu entwickeln, in dem Gleichgesinnte sich treffen und Ideen austauschen können“, erklärt Dino Damiano, Direktor Marketing bei Mazda Motors Deutschland. „Als herausforderndes Unternehmen mit herausfordernden Produkten wollen wir auf www.mazdarebels.de die Nutzer inspirieren, miteinander in Kontakt zu treten, Konversationen in Gang zu setzen und sie dazu motivieren, neue Initiativen ins Leben zu rufen.“

Die Community greift unter dem Motto „Rebels with a Cause“ den Mazda Spirit auf, der durch das Überwinden von Konventionen Neues entstehen lässt. Denn noch nie hat sich der japanische Automobilhersteller geschaut, ausgetretene Pfade zu verlassen und abseits des Mainstreams nach unkonventionellen Lösungen für die Herausforderungen motorisierter Mobilität zu suchen. In Anlehnung an diesen „Challenger Spirit“ werden regelmäßig Geschichten und Projekte rund um Menschen veröffentlicht, die mit Konventionen brechen, um etwas Besonderes zu schaffen. Eine der ersten Geschichten dreht sich zum Beispiel um den Künstler Martin Andersen, der dem kleinen norwegischen Dorf Rjukan durch riesige Spiegel in den Bergen mehr Sonnenstunden schenkte.



Die exklusiven Inhalte werden in Europa gemeinsam mit dem Lifestyle-Magazin Vice und der Organisation TED entwickelt, die aus Meinungsbildnern aus den Bereichen Technologie, Unterhaltung und Design besteht. Eine zentrale Säule bilden dabei ausgewählte Dokumentationen von Menschen, die sich außergewöhnlichen Herausforderungen gestellt haben. Dazu gibt es Neuigkeiten und Trends aus den Bereichen Stars und Style.

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Supervisor
Produkt- und Unternehmenskommunikation
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de