

PRESSE-INFORMATION

YouTube-Format Mazda Garage: Aus Mut und Leidenschaft wurde ein voller Erfolg

- YouTube Format beim Autovision Festival mit zwei Preisen ausgezeichnet
- Mit über 5 Millionen Videoaufrufen war kein Automobilhersteller-Kanal in Deutschland während der Ausstrahlung erfolgreicher auf YouTube als Mazda Deutschland
- Der restaurierte Mazda Cosmo Sport absolviert erfolgreich die von AUTO BILD präsentierte Hamburg-Berlin-Klassik Rallye

Leverkusen, 15. September 2017: Mit der Mazda Garage startete der japanische Autohersteller im Juni seine bisher größte Content-Marketing-Kampagne im Internet und landete einen vollen Erfolg. Auf der IAA in Frankfurt wurde gestern das erfolgreiche Projekt im Rahmen der AutoVision, ein internationales Festival für Wirtschaftsfilme, Werbespots, TV-Formate, Websites sowie Online-, Interactive- und Multimediaproduktionen in der Automobilindustrie, in den Kategorien „Webvideos, Webisodes, Web-TV“ und „Integrierte Kommunikation“ mit dem OttoCar in Silber ausgezeichnet.

Allein die Views geben Mazda genug Grund zum Jubeln. So war im Zeitraum der Ausstrahlung von Juni bis August kein anderer Automotiv-Kanal in Deutschland auf YouTube erfolgreicher als Mazda Deutschland. Die Episoden der Mazda Garage generierten über fünf Millionen Videoaufrufe und mehr als 22.000 neue Abonnenten.

In insgesamt 14 Folgen wurde ein alter Mazda Cosmo Sport 110 S, Baujahr 1969, aufwändig restauriert. Moderiert wurde das Format, das ausschließlich auf dem YouTube Kanal von Mazda Deutschland (youtube.com/MazdaDeutschland) zu sehen ist, von den Moderatoren Cyndie Allemann und Det Müller, die aus der Fernsehsendung „GRIP - Das Motormagazin“ bekannt sind. Das Ziel, den Cosmo bis zur Hamburg-Berlin-Klassik vom 24. bis 26. August 2017 fertigzustellen und die Rallye erfolgreich zu absolvieren, hat das Team der Mazda Garage erfolgreich gemeistert.

Interessierte Fans der Mazda Garage können das seltene Kreiskolben-Modell auf dem Mazda Messestand bei der IAA in Frankfurt am Main, die vom 16. bis 24. September 2017 stattfindet, bewundern. Anschließend findet der Mazda Cosmo dann einen würdigen Platz im „Mazda Classic - Automobil Museum Frey“ in Augsburg. Der Garagenfund der Inhaber-Familie Frey kehrt somit an seinen Ursprungsort zurück.

„Das Gesamtkonzept war der Schlüssel zum Erfolg für das Content Format“, so Dino Damiano, Marketingdirektor von Mazda Motors Deutschland. „Die Moderatoren Cyndie Allemann und Det Müller haben sympathisch und authentisch durch das Format geführt, unsere Werbemittel bei Grip waren sehr nah an der autoaffinen Zielgruppe und auch der Gastauftritt von Influencer Tobias Wolf ermög-

zoom-zoom



lichte unserer YouTube-Serie noch einmal eine breitere Masse anzusprechen. Wir bedanken uns vor allem bei der Familie Frey und dem Projektteam, die uns mit viel Mut und Leidenschaft bei diesem herausfordernden Projekt unterstützt haben“, so Damiano weiter.

Das neue Format wurde gemeinsam mit Mazdas Digitalagentur SYZGY konzipiert und von den Burda Studios produziert. Mediaseitig ist die Mindshare Deutschland verantwortlich.

Auskunft erteilt:
Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49.(0)2173.943.303 | aheisler@mazda.de