

## PRESSE-INFORMATION

## Mazda startet mit der „Mazda Garage“ ein serielles YouTube-Format

- In 14 YouTube-Episoden „Mazda Garage“ wird ein Mazda Cosmo Sport aufwendig restauriert
- Cyndie Allemann und Det Müller, bekannt aus „GRIP - Das Motormagazin“ moderieren die Reportage
- Die Ausstrahlung beginnt am 1. Juni und soll mit der Teilnahme an der Jubiläumsausgabe der Hamburg-Berlin-Klassik 2017 enden

Leverkusen, 1. Juni 2017: Pünktlich zum 50. Geburtstag des Mazda Kreiskolbenmotors überrascht der japanische Hersteller in einem seriellen YouTube-Format mit der Restaurierung eines besonderen Fahrzeugs der Mazda Historie. In insgesamt 14 Folgen von jeweils fünf bis acht Minuten wird ein alter Mazda Cosmo Sport 110 S aufwendig restauriert. Moderiert wird das Format, das ausschließlich auf dem YouTube Kanal von Mazda Deutschland ([youtube.com/MazdaDeutschland](https://youtube.com/MazdaDeutschland)) zu sehen ist, von den Moderatoren Cyndie Allemann und Det Müller, die aus der Fernsehsendung „GRIP - Das Motormagazin“ bekannt sind. Die erste Folge ist seit 10.00 Uhr heute online, neue Folgen werden jeden Donnerstag um 16 Uhr veröffentlicht.

Das Auto stammt aus der Sammlung der Familie Frey, die erst kürzlich mit Unterstützung von Mazda Motors Deutschland „Mazda Classic - Automobil Museum Frey“ in Augsburg eröffnet hat. Während des Restaurationsprozesses werden immer wieder Anekdoten aus der Mazda Historie erläutert und die Brücke zur Gegenwart geschlagen. Das Ziel der großen Restaurierung ist es, den Cosmo bis zur Rallye Hamburg-Berlin-Klassik vom 24. bis 26. August 2017 fertigzustellen und die zehnte Jubiläumsveranstaltung erfolgreich zu absolvieren.

Mazda nutzt innovative Werbeformate, um die aufwendige Produktion zu promoten. In der TV Sendung GRIP erscheinen beispielsweise Werbebanner der Mazda Garage, die auf eine eigene Microsite für SMART TV's verweisen. Des Weiteren wird die Mazda Garage über die eigenen Mazda Kanäle (mazda.de, Facebook, Instagram, Newsletter) unterstützt. Zusätzlich sind Gastauftritte von Social Media Influencern geplant, um die Reichweite der Episoden gezielt zu erweitern.

Mit der Mazda Garage startet der japanische Autohersteller seine bisher größte Content-Marketing-Kampagne im Internet. Die Entscheidung, mit einem seriellen YouTube Format neue Wege zu gehen, fiel Marketing Direktor Dino Damiano nicht schwer: „Wir sind besonders als Importeur stolz darauf, mit der Mazda Garage eine weitere innovative Marketing-Maßnahme zu veröffentlichen. Content-

Marketing gewinnt eine zunehmend wichtigere Rolle im Marketingmix. Wir freuen uns, dass wir mit dem Mazda Cosmo Sport eine echte Mazda Rarität und mit Cyndie Allemann und Det Müller authentische Protagonisten für unser serielles YouTube-Format gewinnen konnten.“

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

Vor genau 50 Jahren präsentierte Mazda den legendären Sportwagen Cosmo Sport 110 S als erstes Modell der Marke mit einem nach dem Kreiskolben-Prinzip arbeitenden Triebwerk und zugleich als weltweit erstes Serienfahrzeug mit Zweischeiben-Kreiskolben-Motor. Ein Motor, der weder Hubkolben noch Zylinder benötigt. Stattdessen ersetzen rotierende Scheiben das Auf und Ab der Kolben mit dem Resultat außergewöhnlich vibrationsarmer Laufruhe, minimaler Lärmemissionen, platzsparender Bauweise und geringen Gewichts.

Lesen Sie hier mehr zum [Mazda Kreiskolbenmotor-Jubiläum](#) (nach vorheriger Anmeldung).

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