

Markenkampagne: Mazda rückt die Fahrfreude in den Mittelpunkt

Während immer mehr Autohersteller ihre Assistenzsysteme und die Automatisierung in den Mittelpunkt stellen, möchte Mazda mit einer neuen Markenkampagne wieder den Fahrer und den Fahrspaß in den Fokus rücken. Unter dem Slogan „Drive Together“ geht es dem Unternehmen um die Einheit von Mensch und Maschine. Das perfekte Zusammenspiel nennt Mazda „Jinba Ittai“, ein traditioneller japanischer Begriff, der die perfekte Harmonie zwischen einem reitenden Bogenschützen und seinem Pferd beschreibt.

Ziel ist es, das Markenprofil weiter zu schärfen und Mazda weiter in Richtung „Near Premium“ zu positionieren. Dies soll innerhalb einer 360-Grad-Kampagne mit einem hohen Bewegtbildanteil umgesetzt werden. Der erste TV-Spot zeigt die Verschmelzung der menschlichen Sinne mit dem neuen MX-5 RF.

Die heute startende Kampagne beinhaltet außerdem Kino, Digital Out of Home, Instore-TV in über 330 Elektronikmärkten, Online- und Print-Werbung und startet ab dem 2. Januar 2017. Die Werbemaßnahmen münden dann am 3. und 4. Februar 2017 in das offizielle Einführungswochenende für den neuen Mazda MX-5 RF. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Mazda MX-5 RF.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mazda