
Mazda kommt mit Pop-up-Ständen zu den Kunden

Mazda wird sich dieses Jahr in Deutschland auf neue Art präsentieren: Mit einem flexiblen Pop-up-Standkonzept kommt die japanische Automobilmarke an Orte mit hohem Publikumsverkehr. Nach zwei temporären „Mazda Lounge“-Pop-up-Stores in Düsseldorf und Berlin im Jahr 2017 in Innenstadtlage geht es nun hinaus zu Sport- und Musikveranstaltungen, Straßenfesten und in beliebte Einkaufsstraßen sowie in Urlaubsregionen.

Das Konzept wird auch auf die regionale Händlerschaft übertragen. Die Vertriebspartner können für Auftritte im lokalen Umfeld modulare „Live Cubes“ nutzen, eine kleinere Variante des nationalen Pop-up Standes.

Gleichzeitig ändert die Marke ihre Strategie bei Automobilmessen. In Zukunft wird sich das Unternehmen auf eine wichtige Automesse je Kontinent und Jahr beschränken. So wird Mazda in diesem Jahr nicht auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt vertreten sein, sondern sich auf den Genfer Autosalon im März konzentrieren, wo es auch eine Weltpremiere geben wird. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Mazda-Pop-up-Stand.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mazda



Mazda-Pop-up-Stand.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mazda



Mazda-Pop-up-Stand.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mazda