



PRESSE-INFORMATION

Mazda in Europa: Gegen den Strom

- Automobilhersteller mit dem Mut zum Anderssein eilt von Erfolg zu Erfolg
- Dank Skyactiv Technologien und Kodo Design auf Wachstumskurs in Europa
- Innovative Ideen und konsequente Kundenorientierung auch im Service

Innovativ und konsequent kundenorientiert: Mit dieser Philosophie eilt Mazda derzeit von Erfolg zu Erfolg. Dabei hat die Marke stets den Mut, sich gängigen Trends zu widersetzen – eine Haltung, von der das Unternehmen insbesondere auf dem europäischen Markt profitiert.

Die Bedürfnisse der europäischen Kunden hat Mazda seit 1967 im Blick: Damals begann das Unternehmen mit dem Export seiner Fahrzeuge nach Europa. Seit 1989 steuert Mazda seine europäischen Aktivitäten unter dem Dach der Mazda Motor Europe GmbH von Leverkusen aus. In der Europazentrale werden die Aktivitäten der nationalen Vertriebsgesellschaften und unabhängigen Handelsunternehmen koordiniert, die mehr als 35 europäische Einzelmärkte abdecken.

Die Beliebtheit der aktuellen Mazda Produktpalette in Europa und im Rest der Welt ist vor allem den innovativen Skyactiv Technologien und der preisgekrönten Designsprache Kodo – Soul of Motion zu verdanken. Beides ist darauf ausgelegt, den Jinba Ittai Faktor zu maximieren – jene Einheit von Fahrer und Fahrzeug, die Mazda in jedem neuen Modell verwirklichen will. In der Mazda Entwicklung steht der Mensch im Mittelpunkt: Das Auto wird um den Fahrer herum gebaut, es passt sich seinen Wünschen an.

Der Entwicklungsansatz von Mazda basiert auf einem systematischen und umfassenden Verständnis dessen, was den Menschen am Autofahren besonders Spaß macht. Zu den wichtigsten Faktoren zählen etwa ein perfekt gestaltetes Cockpit, eine entspannte, ermüdungsfreie Sitzposition, Lenkung, Fahrwerk und Antriebe, die die Wünsche des Fahrers präzise umsetzen, sowie aktive Sicherheitstechnologien, die es dem Fahrer ermöglichen, sich selbst zu helfen, anstatt die Kontrolle über das Fahrzeug zu übernehmen.

Neue Technologien, neue Ideen

Der innovative Ansatz von Mazda betrifft auch den Kundenservice. Mazda war beispielsweise der erste Automobilhersteller in Europa, der einen digitalen Service-Nachweis einführte und damit das klassische Wartungsheft ersetzte. Später wurde die MyMazda App eingeführt, die nicht nur die Wartungshistorie des Fahrzeugs direkt auf Smartphone oder PC bringt, sondern auch weitere Services wie einen Pannendienst umfasst.



PRESSE-INFORMATION

Das 1990 gegründete europäische Forschungs- und Entwicklungszentrum Mazda Research Europe (MRE) arbeitet mit den vier weiteren R&D-Zentren des Unternehmens in aller Welt an neuen Produkten und stellt sicher, dass das globale Fahrzeugprogramm von Mazda die europäischen Standards erfüllt und den Geschmack europäischer Kunden trifft. Es ist außerdem eines von drei Mazda Designstudios weltweit – neben Standorten in den USA und Japan – und treibt aus europäischer Perspektive die Weiterentwicklung des Kodo Designs voran.

Die Mazda Produktion erfolgte lange Zeit ausschließlich in Japan. Vor dem Hintergrund einer weltweit steigenden Nachfrage hat Mazda inzwischen sein Fertigungsnetz um moderne Anlagen in aller Welt erweitert. Fahrzeuge, die in Europa verkauft werden, laufen heute in Japan, Mexiko und Thailand vom Band. Die breitere Produktionsbasis mit flexiblen Kapazitäten verbessert nicht nur die Fähigkeit von Mazda, mit schwankender Nachfrage umzugehen, sondern verringert auch die Auswirkungen der Wechselkurse auf das Betriebsergebnis.

Die in den Häfen von Antwerpen, Barcelona oder Zeebrugge ankommenden Fahrzeuge werden von Mazda Logistics Europe (MLE) übernommen. Das in Willebroek (Belgien) bei Antwerpen ansässige Unternehmen bereitet die Fahrzeuge und Teile für die lokalen Zielmärkte auf und schickt sie dann zu den Händlern auf dem ganzen Kontinent – eine komplexe Aufgabe, die Tag für Tag erfüllt werden muss, um den europäischen Betrieb aufrechtzuerhalten. MLE bietet den nationalen Vertriebsgesellschaften von Mazda zudem IT- und finanzielle Dienstleistungen.

Das Schwimmen gegen den Strom hat bei Mazda eine lange Tradition, die kompromisslose Haltung ist Teil der Marken-DNA. Beispiele sind der Kreiskolbenmotor, eine Antriebstechnik, mit der Mazda als einziger Hersteller kommerzielle Erfolge feiern konnte. Oder der erschwingliche leichte Sportwagen – ein Segment, das praktisch nicht mehr existierte, bis Mazda es 1989 mit dem legendären MX-5 Roadster wiederbelebte. Der Zweisitzer markierte die Geburt des Jinba Ittai und ist seitdem mehr als eine Million Mal verkauft worden.

Mit der Entwicklungsphilosophie, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt, und dem kontinuierlichen Fokus auf den Fahrer wird Mazda auch in Zukunft Innovationen für den Kunden entwickeln. Der anhaltende Erfolg der vergangenen Jahre bestätigt diesen Ansatz. Und die Zukunft sieht ebenfalls vielversprechend aus – für Mazda und seine Kunden in Europa und im Rest der Welt.



PRESSE-INFORMATION

Über Mazda in Europa

Mazda Motor Europe (MME)

- Gegründet 1989, Zentrale in Leverkusen mit einem internationalen Team von mehr als 200 Mitarbeitern; die Präsenz von Mazda in Europe reicht bis in die 1960er Jahre zurück, Exporte in großem Maßstab begannen 1967
- Die Zentrale in Leverkusen koordiniert die Aktivitäten von 21 nationalen Vertriebsgesellschaften und fünf unabhängigen Handelsgesellschaften, die gemeinsam 37 nationale Märkte in Europa abdecken
- Zudem unterstützt MME rund 1.500 Mazda Händler in ganz Europa, die derzeit daran arbeiten, ihren Betrieben eine noch höherwertige und einladendere Optik zu verleihen

Mazda Logistics Europe (MLE)

- Ebenfalls 1989 gegründet, Standort in Willebroek (Belgien) in der Nähe zum Hafen Antwerpen, wo mehr als 350 Mitarbeiter Mazda Fahrzeuge und Teile für die nationalen Märkte aufbereiten und an die europäischen Handelsbetriebe verteilen
- Ein zweiter Hafenstandort wurde 2002 in Barcelona als Zentrum für Südeuropa eröffnet, ein dritter im Jahr 2009 in Zeebrugge (Belgien), der an Großbritannien, Irland und Skandinavien liefert
- Koordiniert außerdem IT- und Finanzdienstleistungen für nationale Vertriebsgesellschaften

Mazda Research Europe (MRE)

- 1990 in Oberursel nahe Frankfurt/Main in Betrieb genommen als eines von fünf Mazda Forschungs- und Entwicklungszentren weltweit; aktuell mit rund 100 Beschäftigten
- Dient auch als eines von drei Mazda Designstudios neben Einrichtungen in Japan und den USA
- Zu den Aufgaben zählen: Analyse neuer Technologien, Entwicklung von Teilen und Zubehör für den europäischen Markt, Anpassen von Produkten an europäische Standards und Kundenbedürfnisse