



MAZDA MOTORS DEUTSCHLAND – PRESSE-INFORMATION

Mazda nutzt skalierbares KI-Tool zur Auswertung von Kunden-Feedback

- Gemeinsam mit Datasolut entwickelte Lösung für Europa entlastet Mitarbeiter
- Schnellere Reaktion auf Trends und Marktveränderungen
- Vorstellung auf dem KI-Festival Data Unplugged in Münster

Leverkusen, 27. März 2026: Künstliche Intelligenz beschleunigt künftig die Auswertung von Kunden-Feedback bei Mazda und erlaubt es dem Automobilhersteller in Europa, künftig noch schneller auf Trends und sich verändernde Marktbedingungen zu reagieren. Zusammen mit dem Datenspezialisten Datasolut hat Mazda Motor Europe eine Lösung entwickelt, die die Bearbeitung mehrsprachiger Kundenanfragen zentralisiert sowie die Anfragen klassifiziert und auswertet. Das neue Tool wurde jetzt auf der Data Unplugged Conference in Münster vorgestellt.

Kundeninformationszentren, die in mehreren Ländern tätig sind, sehen sich häufig mit fragmentierten Datenströmen und langsamer manueller Bearbeitung konfrontiert. Dieser Herausforderung begegnen Mazda Motor Europe und Datasolut mit dem gemeinsam entwickelten KI-Tool. Es übersetzt das in zwölf europäischen Mazda Kundeninformationszentren gesammelte Feedback automatisch aus der jeweiligen Sprache in ein einheitliches Format. Anfragen werden standardisiert nach Themen klassifiziert, was einen einheitlichen Vergleich zwischen den Ländern ermöglicht.

Auch eine Stimmungsanalyse ist integriert. Sie hilft, die Stimmung der Kunden, sich abzeichnende Muster und sich verändernde Trends zu erkennen – und zwar nahezu in Echtzeit. Weil die Erkenntnisse sofort zur Verfügung stehen, ist eine schnellere Reaktion auf Veränderungen möglich. Dieser einheitliche Ansatz unterstützt eine frühzeitigere Erkennung von Trends, marktübergreifende Vergleiche und fundiertere Geschäftsentscheidungen.

Technologie trifft auf funktionsübergreifende Zusammenarbeit

Der Erfolg der Lösung beruht nicht allein auf Technologie, sondern auch auf der engen Zusammenarbeit zwischen dem Analyseteam von Mazda Motor Europe und den Data-Engineering-Experten von Datasolut. Beide Teams investierten zu Beginn Zeit in die klare Definition des geschäftlichen Problems, bevor sie sich der Automatisierung zuwandten. So stellten die Partner sicher, dass die Lösung echte Schwachstellen im Kundenservice behebt.

Durch die starke Fokussierung auf Datenqualität und gemeinsame Definitionen konnte das Team von Mazda Motor Europe auf einem einheitlichen Verständnis der Schlüsselbegriffe und Kategorien aufbauen. Der Einsatz transparenter und nachvollziehbarer KI-Methoden trug dazu bei, Vertrauen bei den Verantwortlichen im Unternehmen aufzubauen. Die entwickelte Lösung zeigt, dass künstliche Intelligenz das Know-how im Kundenservice ergänzt, anstatt es zu ersetzen: Sie übernimmt repetitive Aufgaben und ermöglicht es den Mitarbeitern, sich auf höherwertige, kundenorientierte Tätigkeiten zu konzentrieren.

„KI ersetzt nicht die menschliche Expertise im Kundenservice“, sagt Thomas Fontaine, Senior Manager Consumer Analytics bei Mazda Motor Europe. „Sie stärkt sie – indem sie die Mitarbeiter von manueller



MAZDA MOTORS DEUTSCHLAND – PRESSE-INFORMATION

Arbeit befreit und es ihnen ermöglicht, sich auf die Kunden zu konzentrieren und bessere Entscheidungen zu treffen.“

Auf reale Unternehmensanforderungen zugeschnitten

„Dieses Projekt zeigt, was möglich ist, wenn Data Engineering und Geschäftsexpertise Hand in Hand arbeiten“, sagt Susanne Heinrichs, Senior Data & AI Engineer bei Datasolut. „Die klare Problemstellung durch Mazda und unsere Erfahrung mit skalierbaren KI-Plattformen ermöglichten es uns, gemeinsam eine Lösung zu entwickeln, die komplexes Kundenfeedback innerhalb von Sekunden in verwertbare Erkenntnisse umwandelt.“

Die von Mazda Motor Europe und Datasolut entwickelte Lösung wird bald in Betrieb genommen und wurde von Anfang an unter Berücksichtigung realer Unternehmensanforderungen konzipiert. Sie ist vollständig skalierbar über verschiedene Märkte, Teams und Datenquellen hinweg: Wenn sich die geschäftlichen Anforderungen weiterentwickeln, können problemlos neue Sprachen oder Kundenservicekanäle hinzugefügt werden.

Ihre Ansprechpartner

für Journalistenanfragen:

Christoph Völzke, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation

+49 (0)2173 - 943 303

cvoelzke@mazda.de

für Kundenanfragen:

Mazda Kundeninformationszentrum

+49 (0)2173 - 943 121

[Zum Kontaktformular](#)