



Presseinformation

75 Jahre Mazda Automobile

Eine Geschichte von Dreirädern, Wankel-Motoren und Zoom-Zoom

- **Wie alles begann: Das dreirädrige Nutzfahrzeug Mazda-GO**
- **Warum es rund lief: Von Kreiskolbenmotoren und Bestsellern**
- **Was der Kunde will: Design, Qualität und Service als Erfolgspfeiler**

Leverkusen, 13. April 2006: Seit 75 Jahren steht der Name Mazda für Mobilität, Qualität und Innovationskraft. Seit 1931 produziert das in Hiroshima beheimatete Unternehmen Automobile, heute ist Mazda einer der führenden japanischen Autohersteller. Grund genug für Mazda, seinen Kunden im Jahr des Firmenjubiläums ein ganz besonderes Geschenk zu machen. Und was liegt da näher, als die Finanzierung eines neuen Mazda Modells an der Zahl 75 zu orientieren? Wer sich jetzt für einen neuen Mazda und die Multi-Option-Finanzierung entscheidet, profitiert von sensationell günstigen 0,75 Prozent effektivem Jahreszins und der Flexibilität, die MultiOption bietet. Zu den Vorteilen zählen die variable Laufzeit von zwölf bis 36 Monaten und drei Wahlmöglichkeiten, die der Kunde am Ende der Laufzeit hat. Er kann die Restsumme zahlen, eine Anschlussfinanzierung vereinbaren oder das Auto beim Händler zurückgeben. Damit verbindet MultiOption die Vorteile der klassischen Finanzierung mit denen des modernen Leasings. Zusammen mit dem günstigen Jubiläums-Zinssatz ein Angebot, das man kaum ablehnen kann.

75 Jahre Mazda - vom Dreirad-Hersteller zur Zoom-Zoom-Marke

75 Jahre Mazda Automobile sind ein Anlass, auf die Anfänge der japanischen Qualitätsmarke zurückzuschauen. Bei der Vorstellung des ersten Mazda im Jahr 1931 ahnt natürlich noch niemand, welche Erfolgsgeschichte damals ihren Anfang nimmt.

Es passt gut zum Unternehmen, dessen Verbindung aus Fortschritt und Bodenständigkeit, dass der erste Mazda ein dreirädriges Nutzfahrzeug ist mit dem stimmigen Namen: Mazda-GO. Denn mit ihm beginnt die Geschichte einer japanischen Automobilmarke, die heute auf der ganzen Welt präsent ist.

Ihr Name geht zurück auf eine alte Religion. Ahura Mazda ist der Schöpfergeist des Zoroastrismus, er verkörpert das Licht und die Erkenntnis. Die Ähnlichkeit mit dem Namen des Vaters der Marke, Jujiro Matsuda, ist wohl eher zufällig. Jujiro Matsuda ist als Unternehmer mit seinen Matsuda Werken früh zu Reichtum gelangt und setzt sich 1916 eigentlich schon zur Ruhe. Doch dann wird der gelernte Schmied 1921 Präsident von Toyo Cork Kogyo, einem Unternehmen, das die Korkproduktion aufgegeben hat und auf dem besten Weg vom Maschinenbauer zum Automobilhersteller ist.

Vom Mazda-GO zum Cosmo Sport mit Wankelmotor

Der Mazda-GO wird auf Anhieb zum ersten Bestseller der jungen Marke. Der luftgekühlte Einzylinder-Viertaktmotor mit 13 PS gilt als unverwüstlich und das Achsdifferenzial ist das erste in einer langen Reihe technischer Mazda Leckerbissen. Schon ein Jahr nach Produktionsbeginn wird das nützliche Dreirad nach China exportiert.

Der Erfolg auf drei Rädern beflügelt Visionen von einem vierrädrigen Pkw. Doch der Krieg zerstört die Pläne und der Atombombenabwurf auf Hiroshima die Hälfte aller Anlagen. Erst 1960 kommt mit dem R360 einer der ersten japanischen Kompaktwagen auf den Markt. Und auch dieses Fahrzeug, keine drei Meter lang, keine 400 Kilogramm schwer, mit 16 PS und 360 ccm Hubraum, wird auf Anhieb ein Erfolg. Nicht zuletzt, weil Mazda seinem Ruf als Ingenieurs-Unternehmen alle Ehre macht: Der R360 verfügt bereits über eine selbsttragende Karosserie, Einzelradaufhängung und einen weitgehend aus Leichtmetall gefertigten Motor. Er trägt maßgeblich dazu bei, dass Mazda Anfang der 60er Jahre mehr Fahrzeuge verkauft als jede andere japanische Marke.

Zu dieser Zeit nimmt Tsuneji Matsuda, Sohn des legendären Mazda Gründers, erstmals Kontakt nach Deutschland auf und besucht die NSU-Werke in Neckarsulm und den genialen Ingenieur Felix Wankel. Das Ergebnis dieses Besuchs hat noch heute Bestand: Der

Kreiskolbenmotor und Mazda gehören seitdem zusammen und das Rotationsprinzip findet sich in vielen Modellen wieder. Premiere bei Mazda feiert die Technologie in einem weiteren automobilen Meilenstein, dem Cosmo Sport von 1967 mit 110 PS Leistung.

Die Zeit der Expansion

Im gleichen Jahr beginnt Mazda auch mit dem Export nach Europa, bis zur Premiere in Deutschland sollen allerdings noch fünf Jahre vergehen. 1972 wird dann Mazda Motors Deutschland gegründet. Zunächst werden fünf Modelle importiert: Der Mazda 616 und der Mazda 818 jeweils als Limousine und als Coupé sowie der Mazda RX-3. Der Einstand auf dem wichtigsten europäischen Markt gelingt perfekt. Werden 1972 noch ganze 458 Fahrzeuge in Deutschland verkauft, sind es 1980 schon über 45.000 Einheiten und im bisherigen Rekordjahr 1991 entscheiden sich über 110.000 Kunden für ein Fahrzeug der Marke Mazda.

Großen Anteil daran hat der Mazda 323, der ab 1977 in seinem Segment den Ton angibt. Und mit dem Mazda 626 steigt Mazda endgültig zum ernsthaften Wettbewerber auch für etablierte Marken auf. Bester Beweis dafür ist der Sieg des Mittelklasse-Stars bei einem Vergleichstest der Auto Zeitung 1983 gegen den Mercedes 190. Seine über Jahre hinweg gehaltene Position als erfolgreichstes Import-Fahrzeug auf dem deutschen Markt kann ihm nur ein Produkt aus dem eigenen Haus streitig machen: Der Mazda 323, der am 9. November 1989 - dem Tag des Mauerfalls - das Goldene Lenkrad erhält. Ein Jahr zuvor ist in Oberursel bei Frankfurt das europäische Design- und Entwicklungszentrum eröffnet worden, um Mazda Fahrzeuge noch zielgerichteter auf die europäischen Bedürfnisse hin entwickeln und abstimmen zu können.

Ein Weltauto im besten Sinn mit Erfolgen auf allen Märkten ist dagegen der Mazda MX-5, der ab Februar 1989 produziert wird und seit dem Jahr 2000 als meistverkaufter Roadster der Automobilgeschichte im Guinness-Buch der Rekorde steht. Die dritte Generation des Kult-Fahrzeugs schickt sich gerade an, diesen Rekord weiter auszubauen.

Anfang der 90er Jahre verkauft in Deutschland keine andere Marke mehr Sportwagen als Mazda. Neben dem MX-5 treten auch MX-3 und MX-6 an und sorgen zusammen mit dem

Kreiskolbenmotor-Sportwagen RX-7 für Furore. So arbeitet im MX-3 damals der kleinste Sechszylinder-Serienmotor der Welt und im MX-6 kann eine elektronische Allradlenkung geordert werden.

Doch die Vielzahl an Motorkonzepten und Varianten schafft auch Probleme, zumal der ungünstige Yen-Wechselkurs Mazda mehr noch als andere japanische Hersteller trifft. Zudem gehören Einkauf und Vertrieb zu keiner Zeit zu den Stärken des technikorientierten Unternehmens. Die Partnerschaft mit Ford kommt Mazda daher sehr gelegen. 1996 stockt Ford letztmals sein Aktienpaket auf und hält seitdem 33,4 Prozent an Mazda.

Mit Zoom-Zoom zurück zum Erfolg

Im Jahr 2001 macht Mazda den Begriff Zoom-Zoom zur weltweiten Markenbotschaft. Er ist mehr als ein Slogan, steht für die Freude an der Bewegung und dafür, mutiger und kreativer als andere zu sein. Mazda hat seither eine höchst erfreuliche Entwicklung erlebt, die zu einem erheblichen Teil vom Wandel von einer rein rational geprägten zu einer gleichermaßen emotionalen Marke getragen wurde.

Heute steht Mazda in der automobilen Welt besser da denn je, nicht zuletzt durch seine Fokussierung auf Design, Qualität und Service. Zusammen mit den etwa 35.000 Mitarbeitern und seinen Partnern steigert das Unternehmen Jahr für Jahr Ertrag und Produktion, zuletzt auf rund 300.000 Fahrzeuge im europäischen Markt und etwa 1,25 Millionen Fahrzeuge weltweit. Volumenfahrzeuge wie der Mazda2, der Mazda3 oder der Mazda6, sowie deren sportliche Derivate Mazda3 MPS und Mazda6 MPS, der weiterhin von einem Kreiskolbenmotor angetriebene Sportwagen RX-8, der Kompaktvan Mazda5 und natürlich das Kult-Objekt Mazda MX-5 bilden die Grundlage für eine Modellpolitik, aus der auch in den nächsten Jahren Fahrzeuge mit spannendem Design, modernster Antriebstechnik und natürlich überragender Qualität erwartet werden dürfen.

Auskunft erteilt:

Franziska Gräfe
Redakteurin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0 21 73/9 43-3 03
E-mail: fgraefe@mazda.de