

Veränderungen im Bereich Marketing bei der Mazda Motors Deutschland GmbH

FOKUS HANDEL: MAZDA STÄRKT HANDELSMARKETING

- **Yvonne Engelen neue Managerin Brand@Retail bei Mazda**
- **Ausbau des Bereichs Handelsmarketing zum 1. Februar 2016**
- **Bündelung aller Mazda Marketingaktivitäten für einen nachhaltigen Markenaufbau**

Leverkusen, 25. November 2015: Marketing aus einer Hand: Mazda Deutschland bündelt noch konsequenter die Kommunikationsaktivitäten im Hause unter dem Dach der Marketingabteilung. Primäres Ziel ist, die Mazda Händler bei ihren lokalen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen weiter zu stärken und den Ausbau der Marke Mazda in Deutschland nachhaltig zu steigern.

Mit Wirkung zum 1. Februar 2016 wechselt daher Yvonne Engelen (33) als neue Managerin Brand@Retail in die Marketingabteilung von Mazda Motors Deutschland (MMD) in Leverkusen. Engelen ist seit November 2013 bei Mazda im Bereich Service als Managerin After Sales Marketing & After Sales Strategy beschäftigt, zuvor war sie mehrere Jahre für die Daimler AG in Aachen tätig und konnte dort bereits vielfältige Erfahrungen im Bereich Kundenbetreuung, Disposition und Marketing sammeln. Somit wird das After Sales Marketing in Zukunft aus der Marketingabteilung heraus gesteuert. In ihrer neuen Funktion berichtet Engelen direkt an den Direktor Marketing Dino Damiano.

Neben Engelen wird auch Andrea Langen (36) als Coordinator Brand@Retail das Marketingteam unterstützen. Langen ist seit Januar 2003 bei Mazda Deutschland beschäftigt und bekleidete verschiedene Positionen im Bereich Marketing und seit 2009 im Bereich Service. Zu dem Team Brand@Retail gehören bereits Andreas Althoff (51), Teamleader Brand@Retail, und Jürgen Paulus (44), Coordinator Brand@Retail. Komplettiert wird dieses Team zum 1. Dezember 2015 durch Melanie Lues (32) als Specialist Brand@Retail, die von der Ducati Motor Deutschland GmbH kommt, wo sie nach ihrer Ausbildung zur Automobilkauffrau im Juni 2006 startete und umfangreiche Aufgaben in den Bereichen After Sales, Vertrieb sowie zuletzt im Marketing- und Eventbereich sammelte und parallel ein Studium zur staatlich geprüften Betriebswirtin absolvierte.

„Mit der Umstrukturierung können wir unseren Mazda Händlern künftig Handelsmarketing aus einer Hand anbieten und als aktiver strategischer Partner fungieren, der mit profundem Know-how Konzepte generiert und zuverlässig im Markt verankert“, so Dino Damiano, Direktor Marketing bei Mazda Deutschland. „Das Ergebnis soll eine ebenso maßgeschneiderte wie konsistente Marketingkommunikation sein, die dem Handel eine komfortable, leistungsfähige Plattform bietet und ihn motiviert, Handelsmarketing-Maßnahmen im lokalen Markt erfolgreich und effizient umzusetzen. Dabei steht die Unterstützung des Handels immer im Fokus.“

Gleichzeitig wird der Bereich Brand Communications innerhalb der Mazda Marketingabteilung ausgebaut. Eva Heck (24) wird ab dem 1. Dezember 2015 mit der neu geschaffenen Position des Specialist Experiental Marketing das Eventmarketing stärken und in dieser Funktion direkt an Michael Kraus (41), Manager Brand Communications berichten. Ziel ist es, die Marke Mazda und das aktuelle Modellprogramm durch erlebnisorientierte Kommunikation neuen Interessenten vertraut zu machen und gleichzeitig zu begeistern, um somit ein erhöhtes Aktivierungspotenzial in der jeweiligen Zielgruppe zu schaffen. Im Mittelpunkt steht dabei der Ausbau der Mazda Aufritte bei non-automotive Messen und Veranstaltungen. Die Abteilung Brand Communications konzentriert sich mit den Themen Media, Brand Entertainment, Experiental Marketing und Brand Communications nun noch fokussierter auf den nachhaltigen Markenaufbau im deutschen Markt.

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Supervisor
Produkt- und Unternehmenskommunikation
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de