

Standort Potsdam-Babelsberg

MOTOR COMPANY ERGÄNZT PORTFOLIO MIT MAZDA IN POTSDAM

- **Verkauf startet ab April am Standort Potsdam-Babelsberg**
- **Neue Mazda Außen-Signalisation und modernes Schauraumkonzept**
- **Starker Partner mit zwölf Filialen und 452 Mitarbeitern in Berlin und Brandenburg**

Leverkusen, 9. Februar 2016: Die Motor Company aus Berlin ist neuer Mazda Vertriebspartner. Am Standort Potsdam-Babelsberg vertreibt das Traditionsunternehmen ab April die sportlichen Modelle der japanischen Marke. Hierzu wird das Autohaus mit der neuen Mazda Außensignalisation ausgestattet und der Schauraum umfassend modernisiert und nach den Mazda Richtlinien gestaltet. Geplant ist zunächst der Verkauf von 150 Neuwagen pro Jahr, künftig sind über 200 Einheiten realistisch.

Die Motor Company ist einer der größten Toyota Händler Deutschlands mit zwölf Filialen in Berlin und Brandenburg, die Toyota und Lexus exklusiv in der Hauptstadt vertreiben. Im vergangenen Jahr haben rund 6.200 Neu- und Gebrauchtwagen einen neuen Besitzer gefunden. 452 Mitarbeiter arbeiten für das vor 40 Jahren von Detlef Slupinski gegründete Unternehmen. Zusammen mit Geschäftsführerin Liane Hahn, die für Finanzen und Controlling zuständig ist, und Geschäftsführer Eduard Witthohn leitet er die Geschicke des Traditionsunternehmens und ist sich selbst immer treu geblieben. An erster Stelle stehen für ihn zufriedene Mitarbeiter und zufriedene Kunden: „Unser Leitmotiv lautet ‚Menschen begeistern Menschen‘, und das leben wir auch selber“, berichtet Slupinski. „Auch Mazda begeistert die Menschen mit aufregenden neuen Autos. Die neue Modellgeneration hat uns ebenso überzeugt wie die Wachstumsstrategie der Marke.“

Mit der Berliner Motor Company existieren jetzt 399 Mazda Händlerverträge und 455 Verkaufsstandorte in Deutschland. Damit hat sich die Zahl der Mazda Standorte seit der Neustrukturierung des Händlernetzes 2012 um mehr als 40 Prozent verringert; im gleichen Zeitraum ist der Absatz der Marke in Deutschland um 43 Prozent gestiegen.

„Diese Zahlen zeigen nicht nur, dass unsere Modellpalette überaus attraktiv ist, sondern auch dass unser Händlernetz in den vergangenen Jahren ungemein an Schlagkraft gewonnen hat“, sagt Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Unsere Händler sind hochmotiviert, begeistern sich und unsere Kunden für die Marke Mazda und werden für ihr Engagement belohnt: Durchschnittlich hat jeder Mazda Händler in Deutschland im vergangenen Jahr 145 Mazda Neufahrzeuge verkauft. Wir freuen uns sehr darüber, nun auch die Motor Company in unserem Kreis begrüßen zu dürfen. Zusammen werden wir daran arbeiten, die Qualität in unserem Vertriebsnetz weiter zu verbessern, um auf die gestiegenen Kundenerwartungen noch besser reagieren zu können. Im Vordergrund stehen dabei beispielsweise ein besonders kompetentes und freundliches Personal, die Geschwindigkeit bei der Beantwortung von Anfragen und der Erlebnis-Charakter von Probefahrten.“

Die Zukunft der Motor Company steht auf sicheren Beinen, auch wenn der Chef sich einmal aus dem aktiven Geschäft zurückziehen wird. Seine Nachfolge hat der 72-Jährige auf eine ganz besondere Art und Weise geregelt - in Form einer gemeinnützigen Stiftung. Dazu Slupinski: „Unseren Beschäftigten gegenüber haben wir eine soziale Verantwortung dafür, dass die Motor Company auch in 100 Jahren noch am Start ist.“

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