



MAZDA MOTORS DEUTSCHLAND – PRESSE-INFORMATION

Dealer Management System MACS feiert 40. Geburtstag – Digitale Exzellenz für die Mazda Partner

- Vollumfängliches Dealer Management System in eigener Hand
- Kontinuierliche Weiterentwicklung gemeinsam mit Mazda Partnern
- Breites Schulungsangebot für den Handel zur optimalen Nutzung

Leverkusen, 9. Dezember 2025: Seit nunmehr vier Jahrzehnten begleitet das zentrale Mazda Dealer-Management-System (DMS) MACS die Mazda Vertragspartner durch alle Prozesse im Autohaus. Was 1985 als MACH mit wenigen Funktionen begann, ist heute ein hochmodernes, modulares System mit hoher Nutzungsrate im deutschen und österreichischen Händlernetz der japanischen Marke. Mehr als 5.000 Nutzer arbeiten an über 550 Standorten täglich mit dem System.

Von MACH zu MACS: Eine Erfolgsgeschichte

Seit dem ersten Tag wird MACS kontinuierlich weiterentwickelt, um den steigenden Anforderungen im Automobilhandel gerecht zu werden. Beginnend auf einer DOS-Basis wurde das damalige MACH-System zu einer modernen Windows-Client-Architektur ausgebaut, welches auf Wunsch auch in der Cloud betrieben werden kann. Dieser Weg führt bis hin zu mobilen Anwendungen (MACS Mobile), die eng mit dem Kernsystem verzahnt sind. Heute unterstützt das System sämtliche Geschäftsbereiche im Handel: Verkauf, Service, Marketing, Finanzen und Administration. Mit Schnittstellen zu Mazda Zentralsystemen, dem Finanzierungs- und Leasingpartner Mazda Finance und verschiedenen Drittanbietern ist MACS das digitale Rückgrat der Mazda Händlerbetriebe. Neben der Abbildung von optimalen Prozessen für das Mazda Geschäft werden auch Prozesse und Systeme vieler anderer Automobilhersteller unterstützt, für die es eine relevante Schnittmenge im Mazda Händlernetz gibt.

Starker Begleiter für starke Partner

Durch die Eigenentwicklung des Systems ist die Umsetzung neuer Maßnahmen in Vertrieb, Service und Marketing immer bis zum DMS und damit den operativen Prozessen im Handel durchdacht. Zusätzlich profitieren die Mazda Partnerbetriebe von einer zentralen Support-Hotline sowie einem spezialisierten Außendienst für den Digitalbereich. Die Hotline ist über MACS erreichbar und bietet über eine direkte Ticket-Erstellung mit Screenshots und der Übermittlung von Protokollen zuverlässige und umfassende Unterstützung. Der Außendienst begleitet vor Ort und bietet kompetente Hilfe bei der Integration von Schnittstellen, Hard- und Software und berät bei Prozess- und Systemfragen. Zusätzlich wird der Handel durch Trainings in persönlicher oder virtueller Form, eLearnings und Anleitungen geschult, um das System bestmöglich einsetzen zu können.

Gemeinsam mit dem Handel stetig weiterentwickelt

Die Weiterentwicklung von MACS erfolgt im engen Austausch mit den Mazda Händlern, verschiedenen Fachbereichen und externen Partnern. Die Ideen für neue Funktionen werden in Händlerworkshops erörtert, gemeinsam mit den Fachbereichen priorisiert und vor der Einführung ausgiebig pilotiert. So fließen reale Anforderungen direkt in die Produktentwicklung ein – von gesetzlichen Vorgaben wie der E-Rechnung bis hin zu Automatisierungs- und Digitalisierungsprojekten. MACS unterstützt die



MAZDA MOTORS DEUTSCHLAND – PRESSE-INFORMATION

Vertragspartner auf dem Weg zum papierlosen Autohaus, indem Lösungen für prozessgesteuerte Foto-Aufnahmen, digitale Unterschriften und Dokumentenmanagement eingebunden werden.

MACS bleibt in Bewegung

Mit diversen Projekten werden Prozesse so gestaltet, dass sie einfach für den Händler sowie komfortabel und transparent für den Kunden sind. Ein Beispiel hierfür ist die derzeitige Integration von KI-gestützten Funktionen, wie die Umsetzung eines Voice-Bot-Projektes, wodurch die Telefonannahme im Handel deutlich entlastet wird. Auch der automatisierte E-Mail-Versand, durch den Kunden automatisch zu Prozess-Aktualisierungen ihr Fahrzeug betreffend informiert werden. Die Überarbeitung des User-Interfaces, also der MACS-Benutzeroberfläche, wird künftig dazu beitragen, dass MACS auch optisch nach 40 Jahren nicht stehen bleibt. Die kontinuierliche Weiterentwicklung ist ein Versprechen an die Händler – und ein Zeichen für die Zukunftsfähigkeit des Systems.

„MACS ist mehr als nur Software – es ist ein gemeinsames Projekt mit unseren Mazda Partnern“ sagt Georg Schulte, Senior Manager Digital Business bei Mazda Motors Deutschland. „Die besten Ideen entstehen im Dialog, und genau diesen Dialog pflegen wir intensiv. Das Jubiläum ist für uns ein Moment der Wertschätzung und des Aufbruchs zugleich“

„40 Jahre MACS – Eine super Entscheidung und Erfolgsgeschichte“ ergänzt Thomas Haselbach, stellvertretender Vorsitzender des Mazda Händlerverbands e.V. „Ein hauseigenes DMS bringt viele Vorteile mit sich, sowohl für Mazda als auch für seine Partner. Die Verantwortlichen bei Mazda wissen, dass man für die Digitalisierung eines Prozesses in einem Autohaus die Partner benötigt – und genauso wurden wir, die Partner inklusive MHV, in die Entwicklung der einzelnen Module einbezogen. Das ist auch das Erfolgsrezept von MACS: Nah an den Partnern und mit den Partnern.“

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](#)