



PRESSE-INFORMATION

Mazda geht neue Wege: Mazda MX-30 Experience Strategie in zwei Phasen

- Zwei neue Formate bringen die Elektromobilität von Mazda zu den Kunden
- Bei der „Virtuellen Mazda MX-30 Experience“ wird das Elektrofahrzeug von Mazda (kombinierter Stromverbrauch nach NEFZ: 17,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen: 0 g/km) digital erlebbar
- Mit den First E-Dates starten die ersten Probefahrten im Handel weit vor Markteinführung

Leverkusen, 29. Mai 2020: Die Einführung des ersten Elektrofahrzeugs der Marke fällt für Mazda in eine Zeit mit vielen Herausforderungen. Aber das Unternehmen hat schnell reagiert und für die Einführung des Mazda MX-30 eine Experience Strategie auf die Beine gestellt, die auch in Corona-Zeiten die Kunden erreicht.

Der Mazda MX-30, das erste vollelektrische Modell von Mazda, wird Ende September in den Schau-räumen der Händler erwartet. Für alle Interessenten, die so lange nicht warten wollen, schafft Mazda nun zwei ganz besondere Formate für das erste Kennenlernen mit dem Mazda MX-30.

Mit der „Virtuellen Mazda MX-30 Experience“ präsentiert Mazda das erste Elektrofahrzeug der Marke in einer 40-minütigen Online-Session, die jeweils am 3. und 4. Juni stattfindet. Damit richtet sich Mazda an einen exklusiven Kundenkreis, der seit der Weltpremiere in Tokyo bereits Interesse an dem Elektro-fahrzeug bekundet hat und schon vor dem Marktstart mehr über die elektrische Zukunft von Mazda erfahren will. Mazda erwartet zu der Virtual Experience mehr als 300 Teilnehmer.

Neben einzelnen Video-Sequenzen, erklären Mazda Experten die Besonderheiten und die Details des außergewöhnlichen Mazda. Vom Antriebskonzept, über die Wahl der Batteriegröße bis hin zu Free-style-Türen und recycelbaren Materialien hält der Mazda MX-30 einige Highlights bereit. Am Ende der Präsentation haben die Teilnehmer die Möglichkeit, Fragen zu stellen, die gleich von den Mazda Exper-ten vor Ort beantwortet werden.

Mit den First E-Dates geht Mazda noch einen Schritt weiter. Zwei Teams touren mit dem Mazda MX-30 schon ab Ende Juni durch Deutschland und machen Halt bei knapp 70 Händlern. Diese haben die Möglichkeit Ihre interessierten Kunden, weit vor der Markteinführung zu einer exklusiven Produktprä-sentation im Autohaus und zu einer ersten Probefahrt einzuladen. Natürlich werden bei den First E-Dates alle Maßnahmen im Rahmen der COVID-19 Regelungen streng eingehalten.

„Wir schaffen mit der ‚Virtuellen Mazda MX-30 Experience‘ und den First E-Dates eine Möglichkeit für die Interessenten, weit vor der Markteinführung in die Welt der Elektromobilität von Mazda intensiv einzutauchen. Mit den First E-Dates wollen wir zusammen mit unseren Mazda Partnern deren wichtigs-ten Kunden und Interessenten schon jetzt von dem elektrisierenden Fahrgefühl und der einzigartigen Fahrdynamik des Mazda MX-30 überzeugen,“ sagt Dino Damiano, Marketingdirektor bei Mazda Mo-tors Deutschland.



PRESSE-INFORMATION

Für alle Interessenten hat Mazda außerdem einen Kunden-Chat zum Mazda MX-30 auf mazda.de eingerichtet. Unter www.mazda.de/modelle/mazda-mx-30/ können Kunden Fragen stellen, die sofort vom Mazda Kundendienst beantwortet werden.

Ihre Ansprechpartner

für Kundenanfragen:
Mazda Kundeninformationszentrum
+49 (0)2173 - 943 121
[Zum Kontaktformular](#)

für Journalistenanfragen:
Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49 (0)2173 - 943 303
aheisler@mazda.de