

MIRAI Tagung

## ***MAZDA MACHT SICH FIT FÜR DIE ZUKUNFT***

- **Europäischer Mazda MIRAI Händler-Kongress in Barcelona**
- **Händler und Mitarbeiter erfahren Visionen und Ziele für die Zukunft**
- **Vorstellung neuer Modelle der SKYACTIV Generation**

Leverkusen, 29. September 2014: Auf der europäischen MIRAI Tagung in Barcelona (MIRAI japanisch für „Zukunft“) haben sich Mazda Händler und Mitarbeiter vom 15. bis 29. September auf die Ziele für die kommenden Jahre eingeschworen. 5.800 Teilnehmer aus ganz Europa, darunter knapp 800 aus Deutschland, trafen sich dazu an unterschiedlichen Veranstaltungstagen im Herzen der Altstadt von Barcelona, einer Stadt, die für unkonventionelles Denken steht.

Auf dem MIRAI Event bedankte sich das europäische Mazda Top-Management bei allen Händlern und Mitarbeitern für die europaweiten Erfolge der Mazda Vertriebsorganisationen und teilte die Visionen und Ziele für weiteres Wachstum in Europa mit. Gleichzeitig wurde die nächste Phase der Produktoffensive eingeläutet. Eine Offensive, die 2010 mit dem europäischen MIRAI Kongress in Berlin begonnen hatte. In Barcelona hatten die Händler und Mitarbeiter nun erstmals Gelegenheit, die Neuauflage der Roadster-Ikone Mazda MX-5 aus nächster Nähe kennenzulernen und auch den neuen Mazda2 zu begutachten, der in Deutschland Ende Februar das attraktive KODO Design und die neuen SKYACTIV Technologien in die Kleinwagenklasse bringt. Weiteres Highlight war die Vorab-Präsentation eines komplett neuen SUV-Modells im B-Segment. Neben der Teilnahme am europäischen MIRAI Kongress von Mazda Motor Europe stand für die deutschen Mazda Händler und Mitarbeiter eine Stadtbesichtigung und ein Abendprogramm in einem Szene-Club in Barcelona auf dem Programm. Eine nationale Händlertagung mit dem Management von Mazda Motors Deutschland rundete am nächsten Morgen den Barcelona-Aufenthalt ab.

Leidenschaftliches Design und Technik-Innovationen für mehr Effizienz und Fahrspaß bilden die wichtigen Säulen auf denen die Modelle der neuen Mazda Generation basieren und die für einen beispiellosen Schub der Mazda Verkaufszahlen in ganz Europa gesorgt haben. So darf

sich Mazda in Deutschland nach den ersten acht Monaten des Jahres über ein Zulassungsplus von 20,5 Prozent freuen und ist damit die wachstumsstärkste Marke auf dem deutschen Markt. Für das laufende Jahr ist Mazda klar auf Kurs, das angestrebte Ziel von 50.000 Pkw-Neuzulassungen und 1,64 Prozent Marktanteil in Deutschland zu erreichen. Gegenüber dem bereits sehr erfolgreichen Vorjahr entspräche dies einem Zuwachs von rund elf Prozent. Und für die nächsten Jahre erwartet Mazda ein weiteres starkes Wachstum: 2015 will die Marke in Deutschland in einem auf 3,1 Millionen geschätzten Gesamtmarkt mindestens 60.000 Einheiten und damit knapp zwei Prozent Marktanteil erreichen. Bei der MIRAI Tagung erfuhren die Mazda Händler und Mitarbeiter die Details, wie diese Ziele erreicht werden sollen.

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