

## Presseinformation

### Neu gestaltete Innenausstattung unterstreicht Modernität der Marke

# „Showzoom-Programm“ bringt Zoom-Zoom in die Mazda Verkaufsräume

- Innenarchitektonische Gestaltung der Mazda Autohäuser gemäß der Markenidentität
- Einrichtungsberatung und Sonderlösungen im Angebot
- Auch einzelne Komponenten nutzbar

Leverkusen, 19. Dezember 2005: Mit dem neuen Mazda „Showzoom-Programm“ präsentieren sich die Mazda Vertragspartner in Zukunft noch eindeutiger als Botschafter der japanischen Qualitätsmarke. Der Zoom-Zoom-Gedanke, der seit 2001 bei Mazda für ein frisches und emotionales Image sorgt, findet sich in Zukunft in immer mehr Ausstellungsräumen der Mazda Händler wieder und unterstreicht so die Modernität der Marke, die sich bereits in der aktuellen Mazda Modellpalette ausdrückt.

Der Name „Showzoom“ verbindet die Elemente Zoom-Zoom und Showroom und steht für höchste Qualität, die konsequent auf die Bedürfnisse des Handels und die Ansprüche der Kunden ausgerichtet ist.

Die innenarchitektonische Gestaltung der Mazda Autohäuser zielt auf eine der Markenidentität entsprechende Einrichtung aller Ausstellungsräume. Dabei umfasst Showzoom von der vollständigen Ausstattung eines modernen Verkäufer-Arbeitsplatzes über Beleuchtungs-Systeme für die ausgestellten Fahrzeuge bis hin zu gestalterischen Elementen wie Raumteilern, Lichtwände- und -Säulen alle Komponenten eines attraktiven Verkaufsraums.

Eine individuelle Einrichtungsberatung mit eventuellen Sonderlösungen zur Raumgestaltung rundet das Konzept ab.

Auch wenn alle Elemente des Showzoom-Programms natürlich aufeinander abgestimmt sind, ist jedes auch einzeln einsetzbar. So haben die Mazda Händler die Wahl zwischen der kompletten oder schrittweisen Umgestaltung Ihres Autohauses, ganz nach den Gegebenheiten und Möglichkeiten.

Als erste deutsche Mazda Händler haben das Duisburger Autohaus Schwenke und das Autohaus Tecius & Reimers in Hamburg das neue Showzoom-Programm bereits umgesetzt. Hier gibt die damit verbundene neue Gestaltung den Verkaufsräumen eine angenehmere Atmosphäre und bietet den Kunden zudem mehr Service. So können sich etwa aktuelle und potenzielle Mazda Fahrer jede mögliche Lackierung für ihr Wunschfahrzeug an speziellen Lackwänden anschauen.

Mit der bekannten Mazda Qualität als Grundlage, vielen attraktiven Fahrzeugen und der modernen Gestaltung der Ausstellungsräume nach dem Showzoom-Programm wird jetzt das Zoom-Zoom-Image der Marke wirkungsvoll an den Kunden im Mazda Autohaus transportiert.

Auskunft erteilt:  
Jochen Münzinger  
Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel.: 0 21 73/9 43-2 20 oder 01 72/2 96 17 63  
E-mail: [jmuenzinger@mazda.de](mailto:jmuenzinger@mazda.de)