



PRESSE-INFORMATION

Die Mazda First E-Dates gehen in die Verlängerung und präsentieren sich gemeinsam mit auto motor und sport sowie Auto Straßenverkehr

- Aufgrund positiver Kundenresonanz werden die Termine für die First E-Dates im Handel verlängert
- First E-Dates als Kundenevent gemeinsam mit Fachmagazinen auto motor und sport sowie Auto Straßenverkehr
- Erfolgreicher Vorverkauf: Bereits rund 1000 Kaufverträge vor Markteinführung des Mazda MX-30 (kombinierter Stromverbrauch nach NEFZ: 17,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen: 0 g/km)

Leverkusen, 12. August 2020: Das erste Elektrofahrzeug von Mazda erlebt seine Markteinführung in einer wegen der Corona-Pandemie herausfordernden Zeit. Doch Mazda reagierte schnell und schuf im Mai mit den First E-Dates ein Format für die deutschen Mazda Händler, das auch in Corona-Zeiten und noch vor der offiziellen Markteinführung die Kunden erreichte. So wurden bereits jetzt schon, sechs Wochen vor der Handelspremiere, rund 1000 Kaufverträge für den ersten Stromer von Mazda unterzeichnet. Die Markteinführung des Mazda MX-30 findet im Rahmen der Mazda Technologie Wochen vom 25. September bis zum 11. Oktober statt.

Nach dem positiven Feedback der Kunden und Händler sieht Mazda das Potenzial der Experience Strategie noch nicht erschöpft und geht in die Verlängerung. „Schon im Vorfeld hatten wir mehr Bewerbungen aus dem Handel als wir bedienen konnten. Nach der nun durchweg positiven Resonanz der teilnehmenden Autohäuser und deren Kunden wurden die Rufe nach einer Verlängerung immer lauter. Also machen wir weiter!“, sagt Dino Damiano, Marketingdirektor bei Mazda Motors Deutschland. „Bis zum Ende der First E-Dates wollen wir über 100 Events im Handel absolvieren und mehr als 1.500 Kunden sollen den MX-30 vorab live erlebt haben.“

Die First E-Dates Roadshow tourt demnächst drei weitere Wochen – im Zeitraum der Mazda Technologie Wochen – durch Deutschland und macht Halt bei weiteren Mazda Händlern. Darüber hinaus werden die First E-Dates auch als größerer Kundenevent in Szene gesetzt. Zusammen mit den Automobil-Fachzeitschriften auto motor und sport sowie Auto Straßenverkehr haben Interessenten noch vor der Markteinführung die Möglichkeit, am 19. und 20. September in Westerburg im Großraum Koblenz den Mazda MX-30 zu testen und an einem Theorie-Workshop und Expertentalk teilzunehmen. Die Bewerbungsfrist für das Kundenevent läuft noch bis zum 23. August. Unter <https://www.mazda.de/e-date> können sich interessierte Kunden für das Kundenevent mit den Fachmagazinen oder für die First E-Dates im Handel bewerben. Natürlich werden bei den Veranstaltungen alle erforderlichen Hygiene-Maßnahmen im Rahmen der COVID-19-Regelungen streng eingehalten.

„Das positive Feedback der Kunden, aus dem Handel und seitens der Medien hat all unsere Erwartungen übertroffen. Mazda geht auch im Rahmen der Elektrifizierungsstrategie seinen ganz eigenen Weg und dies setzt viel Vertrauen unserer Händler voraus. Unser Rightsizing-Konzept auch auf das Elektrofahrzeug anzuwenden geht auf, und wird in einer schwierigen Zeit für die Automobilindustrie einmal mehr der Erfolgsfaktor, der die Kunden begeistert,“ so Damiano weiter.



PRESSE-INFORMATION

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