90 Jahre Mazda Unternehmensgeschichte

VON DER KORKVEREDELUNG ZUR WASSERSTOFF-HYBRID-TECHNIK

- **Das Vorspiel: 1920 wird die Toyo Cork Kogyo Co. Ltd gegründet**
- **Der Patriarch: Jujiro Matsuda ist der Vater der Mazda Motor Corporation**
- **Das Automobilunternehmen: Vom Mazda-Go zum Mazda RX-8 Hydrogen RE**

Leverkusen, 29. Januar 2010: Mazda feiert in diesem Jahr gleich zwei besondere Jubiläen. Das Unternehmen steht seit genau 90 Jahren für Innovationskraft und Qualität und seit 80 Jahren für motorisierte Mobilität. Am 30. Januar 1920 wird in Hiroshima die Toyo Cork Kogyo Co. Ltd gegründet. Die Manufaktur des Ostens – so die wörtliche Übersetzung von Toyo Kogyo – beschäftigt sich mit der Produktion eines Korkersatzes aus einheimischen Pflanzen. Kork ist damals ein wichtiges Dichtmaterial in der Industrie, von dem es kurz nach Ende des Ersten Weltkriegs noch nicht genügend Nachschub aus Europa gibt. Dies ändert sich allerdings rasch und führt zu Strukturproblemen in der japanischen Korkindustrie. Die Toyo Cork Kogyo ernennt deshalb im März 1921 den Industriellen Jujiro Matsuda zum Präsidenten. Matsuda stellt die Produktion auf Maschinenbau um, so dass 1927 das Wort „Cork" aus der Firmenbezeichnung gestrichen wird. 1930, also vor 80 Jahren, nimmt Matsuda die Entwicklung eines motorisierten Lastendreirads auf.

Vom Mazda-GO zum Cosmo Sport mit Wankelmotor

Unter dem Namen Mazda-GO läuft im Oktober 1931 die Serienproduktion des ersten Motorfahrzeugs an. Mazda steht dabei für Ahura Mazda, den altpersischen Gott des Lichts. Ahura Mazda wird als Gott der Weisheit, Intelligenz und Harmonie betrachtet sowie als Symbol für den Ursprung der östlichen und westlichen Kulturen. Allerdings spielt bei der Namensfindung auch der Name des Unternehmenspatriarchs eine Rolle, denn Matsuda wird im Japanischen ähnlich wie Mazda ausgesprochen.

90 Jahre Mazda – die Meilensteine in Bildern (v.l.n.r.): Mazda-Go, das erste Motorfahrzeug (1931); Mazda R 360, der erste Pkw geht in Großserie (1960); Mazda Cosmo Sport, Weltpremiere für den Zweischeiben-Wankelmotor (1967); Mazda RX-7, Bestseller mit Kreiskolbenmotor (1978); Mazda MX-5 (1989), meistverkaufter Roadster aller Zeiten

Mazda Motors (Deutschland) GmbH I Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Hitdorfer Straße 73 I 51371 Leverkusen I tel +49.2173.943.303 I fax +49.2173.943.468
www.mazda-presse.de I info@mazda-presse.de

1936 präsentiert Toyo Kogyo ein neues Logo mit stilisiertem M für Mazda und angedeuteten Schwingen für Mazdas Agilität. Vier Jahre später wird der erste Pkw-Prototyp vorgestellt, der Zweite Weltkrieg lässt eine Serienproduktion allerdings nicht mehr zu. Vor 50 Jahren geht dann mit dem Kleinwagen R360 Coupé der erste vierrädrige Mazda in Großserie. Noch im selben Jahr verhandelt Tsuneji Matsuda, der Sohn des Mazda Gründers, mit NSU über eine Lizenz zur Produktion des Wankelmotors. 1967 schmückt sich Mazda mit einem weiter entwickelten Logo und dem selbstbewussten Slogan, der kreativste Automobilhersteller der Welt zu sein. Passend dazu geht am 30. Mai des Jahres das Sport-Coupé Mazda Cosmo Sport 110 S in Serie – als weltweit erstes Auto mit Zweischeiben-Kreiskolbenmotor.

Aus Toyo Kogyo wird die Mazda Motor Corporation

Auch im Exportgeschäft wagt Toyo Kogyo große Schritte: 1967 beginnt der Verkauf in Europa und 1970 in den USA. Auf der IAA 1969 werden erstmals Mazda Modelle für den deutschen Markt präsentiert, allerdings dauert es noch drei Jahre bis Mazda Deutschland auch an den Start geht. Als zehntgrößter Automobilhersteller der Welt feiert Mazda in den Folgejahren immer neue Absatz- und Produktionsrekorde. Vom Erfolg motiviert wird 1975 eine neue Corporate Identity entwickelt, die Mazda Logo und Mazda Schriftzug in eigenständiger, unverwechselbarer Typographie präsentiert. 1984 erfolgt schließlich die Umbenennung des Unternehmens in Mazda Motor Corporation. Das heute aktuelle Marken-Logo wird 1997 eingeführt. Das Mazda „M" streckt darin noch mehr als bisher die Flügel für einen schwungvollen Weg in die Zukunft.

Nachdem Mazda vor allem in Amerika nicht zuletzt wegen Währungsschwankungen stürmische Zeiten durchstehen musste, soll in den 1990er Jahren der Absatz auf dem Heimatmarkt durch die neuen Vertriebsnetze Eunos, Autozam, Autorama und Anfini gestärkt werden. Doch die Vielzahl neuer Marken schafft Probleme im Vertrieb, die Mazda durch eine Rückbesinnung auf die Kernmarke und eine engere finanzielle Partnerschaft mit Ford löst. Ford stockt 1996 sein Aktienpaket auf und hält so 33,4 Prozent an Mazda. Erst 2009 reduziert Ford seine Anteile wieder auf rund elf Prozent.

Zoom-Zoom führt zurück zum Erfolg

Zoom-Zoom wird 2001 weltweit zur Mazda Markenbotschaft und zum Symbol des Aufbruchs für eine der emotionalsten Automobilmarken. Dazu zählt auch die größte Modelloffensive in der Unternehmensgeschichte mit Volumenmodellen wie Mazda2, Mazda3 und Mazda6, dem Kompakt-Van Mazda5, dem SUV Mazda CX-7, dem Kult-Roadster Mazda MX-5 und dem Mazda RX-8 als weltweit einzigem Sportwagen mit Kreiskolbenmotor. Als RX-8 Hydrogen RE mit Wasserstoff-Hybridantrieb weist der Sportler sogar einen Weg in die Zukunft alternativer Antriebe. Mit einem jährlichen Absatz von zuletzt 1,26 Millionen Fahrzeugen weltweit und allein 322.000 Fahrzeugen im europäischen Markt zählt Mazda heute zu den starken und gut aufgestellten Volumenherstellern.

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de