

Optimierung des Vertriebsnetz

MAZDA MIT NEUER STRUKTUR FÜR DAS HÄNDLERNETZ

- **Entscheidung für eine einstufige Netzstruktur**
- **Mehrheitliches Ergebnis nach ausgiebigen Beratungsrunden mit Händlern und Händlerverband**
- **Details zum Vertrag und Zeitpunkt noch zu finalisieren**

Leverkusen, 18. Mai 2011: Um auch weiterhin im hart umkämpften Automobilmarkt Deutschland ein attraktiver Partner für die Zukunft zu sein, hat sich Mazda Motors Deutschland entschlossen, das Händlernetz zu restrukturieren. Zusammen mit der Mazda Europazentrale in Leverkusen sowie mit der japanischen Mazda Zentrale in Hiroshima hat sich Mazda Motors Deutschland entschieden, eine einstufige Netzstruktur mit der Möglichkeit von freiwilligen Kooperationen zwischen Mazda Händlern einzuführen. Dieses Konzept wurde im Rahmen von drei Workshops mit Mazda Händlern - fünf Wirtschaftsraumleiter, ein Direktpartner und fünf Vertriebspartner sowie durch zwei Repräsentanten des Mazda Händler Verbandes (MHV) gemeinsam mit Mazda Motors Deutschland in den letzten Monaten entwickelt.

Der offene Meinungs austausch, der in entspannter Atmosphäre bei allen Beratungsrunden stattfand, ist die konsequente Fortsetzung der Ankündigung von Mazda Motors Deutschland Geschäftsführer Josef A. Schmid anlässlich der europäischen Händlerveranstaltung in Berlin Mitte Dezember 2010 zu drei möglichen Szenarien für das Mazda Händlernetz der Zukunft: Option 1: Rückkehr zu einem einstufigen Netz; Option 2: keine wesentliche Veränderung der heutigen zweistufigen Netzstruktur; Option 3: eine Vermischung beider Systeme. In diesem Zusammenhang hatte Schmid versprochen, alle Optionen mit Händlern und dem MHV zu diskutieren und in die ergebnisoffene Entscheidungsfindung einfließen zu lassen.

In den drei Workshops - der dritte fand am 17. Mai in Frankfurt am Main statt - wurde nicht nur über die zukünftige Netzstruktur, sondern auch über ein neues Margensystem, über Optimierungspotenzial bei den zukünftigen Standards sowie über die Länge der Frist bei Vertragskündigung, die bei einer Entscheidung für ein einstufiges Netz nötig wird, gesprochen.

Bernhard Kaplan, Leiter der Mazda Händlernetzorganisation: „Ich denke, dass wir im Laufe der nächsten Monate eine finale Entscheidung zu den offenen Punkten bekannt geben können. Hierzu werden wir das gesamte Mazda Händlernetz und den MHV transparent und offen informieren.“

„Ich freue mich, dass wir in den vergangenen drei Workshops gemeinsam in einem offenen und partnerschaftlichen Dialog die Basis für unsere Entscheidung gelegt haben. Die Meinung unserer Händler und des MHV zur Zukunft des Mazda Händlernetzes ist für uns von elementarer Bedeutung“, fasst Mazda Geschäftsführer Josef A. Schmid die vorausgegangenen Treffen zusammen.

Der Präsident des MHV, Werner Prange, kommentiert die Entscheidung wie folgt: „Der Mazda Händlerverband (MHV) unterstützt die bisher bekannten Fakten zur neuen Strategie in ihrer Grundsatzentscheidung. Sie soll die Marke und das Händlernetz voranbringen und den Handel im Wettbewerb - insbesondere in der Rendite - mittelfristig besserstellen.“

„Dem Verband geht es aber nicht primär um die von MMD geplante Einstufigkeit des Netzes, sondern vielmehr um die Möglichkeit von sinnvollen Kooperationen auf freiwilliger Basis in Verbindung mit Direktverträgen und -konditionen für jeden Vertragshändler. Im Vordergrund steht hierbei die Abkehr vom bisherigen starren Wirtschaftsraumkonzept mit ‚Zwangsanschlüssen‘, den damit verbundenen bürokratischen und administrativen Hemmnissen und die Reduzierung der Vielzahl von unterschiedlichen Konditionsvereinbarungen“, stellt Werner Prange klar.

„In einem möglichen Konzept auf einer einheitlichen Vertrags,- Standards- und Konditions-ebene lassen sich Komponenten einbauen, die freiwillige Kooperationen zulässt oder diese fördert, ohne die zukünftigen Direktpartner ‚schlechter‘ zu stellen. Grundsätzlich sollte jeder Vertragspartner selbst entscheiden können, ob er sich direkt beliefern lässt oder mit wem er eine für beide Seiten fruchtbare Kooperation eingeht. Auch haben wir darauf Wert gelegt, dass der Direktpartner mit allen Margenkomponenten kalkulieren kann. So agieren zukünftig alle Beteiligten wieder auf einer Augenhöhe“, sagt Werner Prange.

„Nachdem dem MHV nun die Verträge, Standards, Konditionen und Richtlinien in ihren Vorentwürfen vorliegen, ist nach erster Durchsicht festzustellen, dass es hier noch einiger Gespräche zum gegenseitigen Verständnis sowohl in der Ausgestaltung der Kooperationsmöglichkeiten als auch zu vielen Details der vorgelegten Unterlagen bedarf. Dem Mazda Motors Deutschland-Team gebührt der Dank über die offene und transparente Diskussionsplattform, die uns in einem so frühen Stadium der Entscheidungsfindung ermöglicht wurde“, resümiert Prange.

Mit einer gemeinsam mit Vertretern des MHV und einem repräsentativen Mazda Händlerkreis erarbeiteten Netzstrategie, den Verträgen, Standards und dem Margensystem setzt Mazda Motors Deutschland ein weiteres klares Zeichen einer Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

„Unser Ziel ist, auch in Punkto Händlerzufriedenheit in der obersten Liga zu spielen. Hohe Händlerzufriedenheit führt in weiterer Folge zu Kundenzufriedenheit und die wiederum zu einem besseren Ertrag für unsere Mazda Partner“, so Josef A. Schmid. Mit der in nächster Zeit anstehenden Einführung zahlreicher neuer Mazda Modelle mit der hochinnovativen SKYACTIV Technologie werden Mazda Händler in der Lage sein, ihren Kunden bezahlbare Autos zu verkaufen, die eine bisher nicht für möglich gehaltene Kombination aus Effizienz, gepaart mit dem für Mazda typischen Fahrspaß bieten. „Das erste SKYACTIV-Fahrzeug kommt schon im ersten Quartal 2012 in Form des neuen Kompakt-SUV Mazda CX-5 auf den Markt. Mit SKYACTIV und einem restrukturierten Netz steht für die Mazda Partner eine mehr als erfolgreiche und damit ertragreiche Zukunft vor der Tür“, ist sich Schmid sicher.

Auskunft erteilen:
Jochen Münzinger
Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Mazda Motors Deutschland GmbH
Tel.: 02173.943.220
E-mail: jmuenzinger@mazda.de

Werner Prange
Präsident
Mazda Händler Verband
Tel.: 05409.9491.30
werner@prange.de