

# MAZDA CENTENARY



Eine hundertjährige japanische  
Erfolgsgeschichte

## WANKEL- MOTOR

Die Geschichte hinter dem legendären  
Motor – und warum Mazda ohne ihn  
nicht das wäre, was es heute ist.

---

## DESIGN

Mazdas Designphilosophie  
und ihre japanischen Wurzeln.

---

## TECHNOLOGIE

Unabhängig und kreativ: Wie  
Mazdas Ingenieure über Jahrzehnte  
den Konventionen trotzen.

---





**2020** ist ein ganz besonderes Jahr für Mazda: Es ist das Jahr, in dem das Unternehmen ein *shinise* wird. Mit diesem Begriff werden in Japan Unternehmen mit einer außergewöhnlich langen Geschichte und stolzen Tradition bezeichnet. Am 30. Januar, dem 100. Geburtstag von Mazda, werden wir in diesen exklusiven Club aufgenommen. Und was waren es für 100 Jahre! Wir haben in diesem Zeitraum als Unternehmen viel erreicht. Aus einem Hersteller von Korkprodukten ist ein international anerkannter und erfolgreicher unabhängiger Automobilhersteller geworden. Wir haben dem Wankelmotor neues Leben eingehaucht und eine Vielzahl bahnbrechender Technologien entwickelt, darunter jüngst den neuen Skyactiv-X, der die Grenzen des Verbrennungsmotors verschiebt und schon jetzt ein großer Erfolg ist.



Wir haben eine einzigartige Designsprache etabliert, die japanische Tradition mit zeitgenössischem Stil und menschliche Handwerkskunst mit modernen Produktionsprozessen vereint. Wir haben ikonische Modelle eingeführt, die unseren Fans seit Jahrzehnten Freude bereiten. Und wir haben die Herzen von Millionen loyaler Kunden in aller Welt gewonnen – nicht zuletzt hier in Europa – und etwa 1,5 Millionen Fahrzeuge im Jahr 2019 verkauft.

Im Laufe der Jahre hat Mazda Erschütterungen und Tragödien erlebt – und ebenso gewaltige Erfolge und Triumphe. Dieser wichtige Meilenstein lädt dazu ein, zurückzublicken und uns an einige wichtige Schritte zu erinnern, die uns dahin brachten, wo wir heute sind. Genau dafür ist dieses Magazin gedacht. Beim Durchblättern wird man Mazda und seine Wurzeln noch besser kennen und schätzen lernen. Zugleich bietet sich die Möglichkeit, in die Zukunft zu blicken und zu verstehen, was auf Mazda zukommt.

In den nächsten Jahren wollen wir den Fahrspaß für unsere Kunden weiter perfektionieren und unsere Marke weiter aufwerten. Dieses Ziel erreichen wir mit unserer neuen Produktgeneration, mit ihrem hochwertigen Design und ihrer exzellenten Technik. Gleichzeitig senken wir mit unserer mehrgleisigen Strategie die CO<sub>2</sub>-Emissionen – nicht nur auf dem Papier, sondern im realen Betrieb, die neben den direkten Fahrzeugemissionen auch den Energieaufwand für Energieförderung bzw. Energiegewinnung, Verarbeitung und Transport der Energieträger vollumfänglich berücksichtigt.

Dies alles zusammenzubringen ist zweifellos eine Herausforderung. Aber das hat uns noch nie abgeschreckt. Es ist gerade unser spezieller Umgang mit potenziellen Schwierigkeiten – unser Mukainada- oder Challenger-Spirit – der uns so weit gebracht hat. Allein hätten wir es allerdings nicht geschafft. Zu diesem besonderen Anlass möchte ich daher allen unseren Fans, Händler, Mitarbeiter und Investoren und allen anderen in der Mazda-Gemeinschaft aufrichtig danken. Es ist meine Hoffnung, dass wir die ersten hundert Jahre als den Beginn einer noch glänzenderen Zukunft für Mazda begreifen – eine Zukunft, die wir gemeinsam erschaffen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude mit den Geschichten aus 100 Jahren Mazda in diesem Jubiläumsmagazin!

**YASUHIRO AOYAMA**  
Präsident & CEO Mazda Motor Europe

# INHALT

## 1 MAZDA UND HIROSHIMA

Phoenix aus der Asche  
Seite 6

MAZDA LEGENDEN:  
1960 | R360 Coupé 12

## 2 DER WANKEL-MOTOR

Gegen alle Konventionen  
Seite 16

MAZDA LEGENDEN:  
1967 | Cosmo Sport 110 S 24

## 3 MAZDA TECHNOLOGIE

Der Mazda Weg: Einzigartiger Erneuerungsgeist  
Seite 28

MAZDA LEGENDEN:  
1969 | Luce R130 Rotary Coupé 34

## 4 MAZDA DESIGN

Schönheit in Bewegung  
Seite 38

Interview mit Ikuo Maeda,  
Head of Global Design  
Seite 46

MAZDA LEGENDEN:  
1972 | RX-4 Coupé 48

Mazda  
Highlight-Modelle  
Seite 78



## 5 HANDWERKS-KUNST

Der perfekte Schliff  
Seite 52

Interview mit Jo Stenuit,  
Design Director  
Mazda Motor Europe  
Seite 55

MAZDA LEGENDEN:  
1978 | RX-7 1. Generation 56

## 6 MX-5, DIE MARKENIKONE

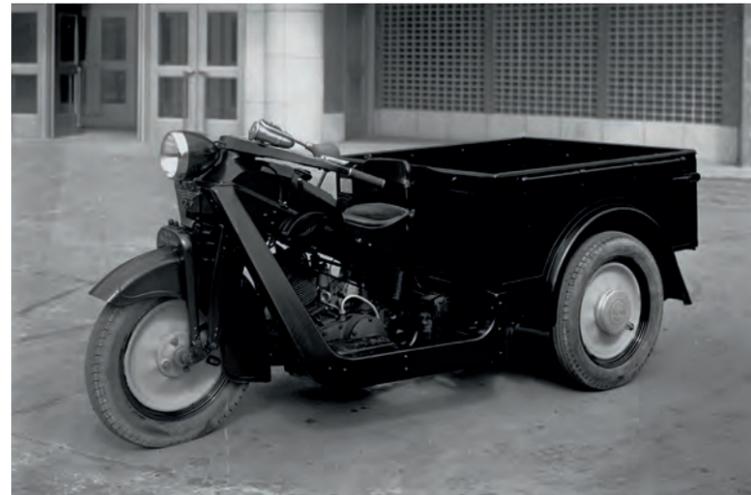
Die Verkörperung  
von *Jinba Ittai*  
Seite 60

MAZDA LEGENDEN:  
1991 | RX-7 3. Generation 68

## 7 MARKEN-FASZINATION

Mazda – eine emotionale Erfahrung  
Seite 72

Interview mit Familie  
Frey vom Mazda  
Classic Museum  
Seite 76



Wie Mazda-Fans auf der ganzen Welt die Marke in Bewegung halten. 72



Wo alles begann: eine Stadt, ein Unternehmen,  
eine gemeinsame Geschichte. 6



Geduld, Können,  
und Perfektionismus – hier  
kommen die  
Mazda Takumi.  
52



Schlichtheit, Bewegung,  
Energie – was  
Mazda Design im  
Kern ausmacht. 38



Eine Spritztour im beliebtesten Mazda-Modell  
aller Zeiten: dem MX-5. 60

## 1

## MAZDA UND HIROSHIMA

Die Geschichte von Mazda ist untrennbar mit der Heimatstadt Hiroshima verbunden. Von den 1920er Jahren bis heute haben sich Stadt und Unternehmen in vielerlei Hinsicht gegenseitig geprägt und einander immer wieder gestützt.

Foto: Sean Pavone/Shutterstock.com



# PHOENIX AUS DER ASCHE

Der Name Hiroshima wird wohl für alle Zeiten mit einem verheerenden Ereignis verbunden sein: dem Abwurf der ersten Atombombe. Seitdem hat sich die Stadt stark verändert, doch ihre außergewöhnliche Geschichte bleibt allgegenwärtig – bei den Menschen wie auch bei den Unternehmen.

Heute ist Hiroshima eine blühende Metropole.



**K**ommt man als Besucher das erste Mal nach Hiroshima, erwartet man eines normalerweise nicht: Schönheit. Steigt man dann an einem sonnigen Sommertag aus dem Shinkansen und fährt mit einer der berühmten Straßenbahnen in die Stadt rein, so wird man von einigen Ansichten überrascht oder sogar überwältigt sein. Zum Beispiel von der Eleganz des fünfstöckigen Turms der Burg Hiroshima. Von der samtgrünen Sanftheit der Shukkei-en Gärten am Ufer des Flusses Ōta, der wunderschönen Aussicht auf der Fähre zur Insel Miyajima oder vom Geschmack eines köstlichen Okonomiyaki Pfannkuchens.

## KRIEG UND FRIEDEN

Gleichzeitig ist die tragische Geschichte der Heimatstadt von Mazda im Südwesten Japans an jeder Straßenecke präsent und beinahe greifbar. Die Skelettkuppel an der Spitze des Friedensdenkmals, des bekanntesten Bauwerks der Stadt, erinnert jeden Passanten an die furchtbaren Ereignisse vom 6. August 1945. Das Gebäude, das damals als Ausstellungshalle diente, ist eine der wenigen Konstruktionen, die der Explosion der US-Atombombe zumindest zum Teil standhielten. Der überwiegende Teil der Stadt hingegen – und damit auch Jahrhunderte wirtschaftlicher und kultureller Geschichte – wurde zerstört.

Foto: Sean Pavone/Shutterstock.com

Die Serienfertigung des ersten Mazda Pkw, des R360 Coupé, startete 1960.



Eine große Brücke verbindet die beiden Teile der Mazda Zentrale in Hiroshima.



Ein Mazda 3-Wheeler auf den Straßen von Hiroshima – schon bald ein alltäglicher Anblick.

## AUFSTIEG UND FALL EINER STADT

Der Name Hiroshima bedeutet wörtlich „große Insel“ und spielt auf die Geographie des Flussdeltas Ōta an. Nach der Gründung als Burgstadt im Jahr 1589 entwickelte sich Hiroshima schnell zu einem bedeutenden Stadt- und Industriezentrum. Im 19. Jahrhundert wurden ein Hafen und eine Eisenbahnlinie gebaut. Florierende Industriestrukturen und lokale Produkte wie Baumwolle, Bambus, Gemüse und Meeresfrüchte trugen zur wachsenden wirtschaftlichen und strategischen Bedeutung bei. 1929 war Hiroshima mit mehr als 270.000 Einwohnern die siebtgrößte Stadt in Japan.

Zur gleichen Zeit bereitete Toyo Kogyo, ein 1920 gegründeter Hersteller von Korkprodukten, seinen Einstieg in die Transportindustrie vor. Unter der Leitung des Präsidenten Jujiro Matsuda begann 1931 die Serienfertigung des dreirädrigen Nutzfahrzeugs

Mazda-Go. Das erste Fahrzeug des Unternehmens war ein voller Erfolg. Und es war sicherlich kein Zufall, dass eines der spannendsten Unternehmen Japans sein Geschäft in diesem Biotop der wirtschaftlichen Blüte entwickelte.

Doch dann kam die Katastrophe. Am 6. August 1945 warf ein US-Kampfflugzeug die Atombombe „Little Boy“ ab, nachdem die Alliierten im zweiten Weltkrieg ihre volle Aufmerksamkeit auf den Inselstaat im Pazifik richteten. Sie traf die Stadt buchstäblich aus heiterem Himmel und brachte Leid und Verwüstung, deren Folgen bis heute spürbar sind. Es wäre nur zu verständlich gewesen, wenn die Gemeinde nach dieser Erfahrung in einer tiefen Depression versunken wäre. Doch weder bei Hiroshima noch bei Mazda war das der Fall. Im Gegenteil: In seinem Buch „Hiroshima“ beschreibt der Autor John Hersey die Atmosphäre, die ein Jahr danach in der Stadt zu spüren war, als „merkwürdig ▶

»MEHR ALS DIE HÄLFTE UNSERER BESCHÄFTIGTEN STAMMT AUS DIESER REGION, DAHER IST ES UNS SEHR WICHTIG, ZUR GESELLSCHAFT VOR ORT BEIZUTRAGEN.«

MASAHIRO MORO, SENIOR MANAGING EXECUTIVE OFFICER

beschwingter Gemeinschaftssinn, vergleichbar mit den Bewohnern Londons nach den deutschen Luftangriffen – ein Stolz darauf, wie sie und ihre Mitüberlebenden einer schrecklichen Tortur widerstanden haben“. Nach dem ersten Schock folgte der Impuls, zusammenzuhalten, niemals aufzugeben und alle Anstrengungen zu unternehmen, um selbst aus den schlimmsten Situationen das Beste zu machen. Nach vorne zu schauen, ohne die Vergangenheit zu ignorieren oder zu verleugnen.

#### EIN BESONDERER ORT MIT EINEM BESONDEREN GEIST

In diesem Sinne sind Geschichte, Erbe und Zukunft von Mazda und Hiroshima eng miteinander verknüpft. Bei Mazda gibt es dafür sogar einen Namen: den Mukainada-Spirit, benannt nach dem Bezirk im Südwesten der Stadt, wo das Unternehmen gegründet wurde. Da dieser Standort einige Meilen vom Explosionszentrum der Bombe entfernt lag und zum Teil vom Berg Hijiya geschützt wurde, waren die Schäden weniger schlimm als im Großteil der Stadt. Und so übernahm das Unternehmen – das natürlich ebenfalls schwere Verluste erlitten hatte – sofort Verantwortung und trug so viel wie möglich zu erster Hilfe und zum langfristigen Wiederaufbau bei.

Die Mitarbeiter verteilten Medikamente und richteten Beratungszentren ein, um Familienangehörige zusammenzubringen. Fabrikeinrichtungen wurden leergeräumt und dienten fortan als Schutz für die Obdachlosen, als Krankenhäuser sowie als Büroräume für Verwaltung und Rundfunk. So sehr Mazda zuvor vom Geist der Hiroshima-Region profitiert hatte, so konnte das Unternehmen nun den Menschen dienen, die sich nach einer Zukunft sehnten.

Nur vier Monate nach dem Angriff war die Produktion der dreirädrigen Fahrzeuge bereit für den Neustart. Für die Bevölkerung Hiroshimas war diese Wiederbelebung von Mazda ein überwältigendes Zeichen für die Wiederbelebung der Stadt selbst und für ihren Aufstieg als Phoenix aus der Asche. Das Schicksal der Stadt und das des Unternehmens hatten sich mit-

einander verflochten, und sie sind es bis heute. „Mehr als die Hälfte unserer Beschäftigten stammt aus dieser Region, daher ist es uns sehr wichtig, zur Gesellschaft vor Ort beizutragen“, sagt Masahiro Moro, Senior Managing Executive Officer bei Mazda, der dem Unternehmen schon seit über 30 Jahren angehört.

#### EINE KRAFT FÜR DIE ZUKUNFT

Heute, rund 75 Jahre nach der Katastrophe, ist das wiederaufgebaute Hiroshima nicht nur die größte Stadt in der Region Chūgoku im Westen der Insel Honshu, mit über zwei Millionen Einwohnern und einem pulsierenden kulturellen und wirtschaftlichen Leben. Sie ist auch zu einem weltweiten Symbol für den Kampf der Menschheit für Frieden geworden.

Der Wiederaufbau der Stadt basiert auf den gleichen Ideen, die auch die Geschichte von Mazda seit 100 Jahren antreiben. Der Mukainada-Spirit – der Glaube daran, Dinge auf die eigene Art zu tun, niemals aufzugeben und nach dem Außergewöhnlichen zu streben – lässt sich durch die gesamte Unternehmensgeschichte verfolgen: von den Anfängen als Korkhersteller über die Entwicklung hin zu einem Automobilpionier, die Wiederentdeckung des Kreiskolbenmotors bis hin zu jüngsten Innovationen wie den Skyactiv-Technologien. All diese Entwicklungen waren inspiriert von der Hiroshima-Art, Herausforderungen anzunehmen und Situationen als Einladungen zu begreifen, sich zu verbessern. Sie alle wurden aus dem Mukainada-Spirit geboren. Und dieser Geist wird auch weiterhin die Mazda Visionen für die Zukunft prägen.

„Anführer haben niemals vor schwierigen Herausforderungen oder konventionellem Denken kapituliert, wenn sie die Welt zu einem besseren Ort machen wollten“, sagte Friedensnobelpreisträger Lech Walesa 2014, als Mazda Partner des Weltgipfels der Nobelpreisträger war. „Mazda teilt diese Leidenschaft, und ich freue mich sehr darüber, mit ihnen zusammenzuarbeiten.“ Zusammen arbeiten – es gibt keinen besseren Ausdruck dafür, wie Mazda und Hiroshima ihre gemeinsame Zukunft formen. ◀

Foto: Sean Pavone/Shutterstock.com

## DER AUFSTIEG VON HIROSHIMA: DIE MAZDA-GESCHICHTE UND IHRE ANFÄNGE



### 1920

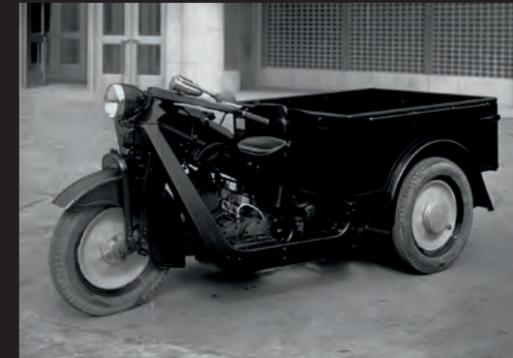
Am 30. Januar wird der Korkhersteller Toyo Cork Kogyo in Hiroshima gegründet.

### 1921

Geschäftsführer Jujiro Matsuda verlagert die Produktion von Korkprodukten in Richtung Maschinenbau.

### 1930

Das Unternehmen entwickelt sein erstes motorisiertes Fahrzeug.



### 1931

Das Fahrzeug geht unter dem Namen Mazda-Go in die Produktion – das erste Mal, dass der spätere Firmenname auftaucht.

### 1936

Zum ersten Mal zielt das Logo ein stilisiertes „M“ für Mazda – obwohl das Unternehmen noch immer Toyo Kogyo heißt.



### 1940

Mazda präsentiert einen ersten Pkw-Prototypen, der Zweite Weltkrieg verhindert jedoch die Serienfertigung.

### 1945

Nach dem Abwurf der Atombombe wird die Produktion vollständig eingestellt; die Werkshallen dienen als Notlazarette. Bereits im Dezember wird die Produktion wieder aufgenommen.



Mazda

Legenden

# R360 COUPÉ



## 1960

Der Weg von Korkprodukten zum ersten Serien-Pkw war lang. Aber 40 Jahre nach der Gründung von Toyo Kogyo lief der R360 Coupé vom Fließband, um die Straßen von Hiroshima zu erobern – mit Erfolg.

# Mazda Legenden

## R360 COUPÉ

PRODUKTIONSZEITRAUM:  
1960–1969

MOTOR:  
V2-Zylinder

HUBRAUM:  
356 cm<sup>3</sup>

LEISTUNG:  
12 kW/16 PS

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:  
85–90 km/h

LEERGEWICHT:  
ab 380 kg

PRODUKTIONSAZHL:  
65.737 Einheiten

Der R360 Coupé kam zu einer Zeit des wirtschaftlichen Aufschwungs. Ein Auto zu besitzen wurde mehr und mehr zur Regel.



Der R360 Coupé ist ein Kleinstwagen, in Japan auch Kei Car genannt. Obwohl vier Menschen darin Platz finden, ist er ideal geeignet für zwei Personen.

Der stylische Sixties-Look begeistert viele Fans noch heute.



Etwa 2.500 Euro

# 300.000 ¥

KOSTETE DER ERSTE R360 COUPÉ –  
AUCH DAMALS EIN GUTER PREIS.



# 2

## DER WANKELMOTOR

Der Motor ist das Herzstück jedes Autos. Ihn möglichst geschmeidig, kraftvoll, charakterstark und effizient zu machen ist das Ziel – doch wie? Mit dem Kreiskolbenmotor verfolgte Mazda einen besonders ambitionierten Ansatz.



## GEGEN ALLE KONVENTIONEN

Was verbindet einen deutschen Ingenieur in den 1920er Jahren und einen japanischen Geschäftsmann der 50er? Die gemeinsame Vision, einen völlig neuartigen Motor zu schaffen. Doch der Weg zum Erfolg war nicht immer einfach.



Die Herstellung eines Kreiskolbenmotors erfordert enorme Präzision.

**K**ann man nicht einfach alles haben? Einen Motor, der kompakt und leicht ist und trotzdem jede Menge Leistung hat. Der trotz wenig Hubraum eine gleichmäßige Drehmomentkurve bietet. Der hoch dreht und gleichzeitig langlebig ist. Toll klingt, ohne zu vibrieren. Hört sich wie ein Traum an, oder? Dass dieser Traum wahr wird, dafür hat ein deutscher Ingenieur schon vor einem Jahrhundert den Grundstein gelegt, ehe Mazda 1967 das erste Auto mit Zweischieben-Kreiskolbenmotor vorstellte. Seitdem ist der Kreiskolben- oder Wankelmotor als technische Errungenschaft untrennbar mit Mazda verbunden. Dutzende von Autoherstellern hatten sich an der Entwicklung eines solchen Motors versucht, doch als diese sich schwieriger gestaltete als erwartet, gab einer nach dem anderen auf. Anders die Mazda-Ingenieure: Sie forderten sich selbst immer weiter heraus, bis sie schließlich Erfolg hatten. In dieser Erfolgsgeschichte geht es um technische Fähigkeiten und Beharrlichkeit, doch begonnen hat sie als Traum.

### DER TRAUM VON EINEM BESSEREN MOTOR

Im Sommer 1919 hatte ein 17-jähriger deutscher Junge namens Felix Wankel einen Traum: Er fuhr in seinem eigenen selbstgebauten Auto zu einem Konzert. Das Auto hatte eine neue Art von Motor: „eine Mischung aus Turbine und Kolbenmotor. Ich hatte ihn erfunden!“ Als er aufwachte, sah er die Dinge noch klarer. Dieser neue Motor schaffte vier Arbeitstakte – Ansaugen, Verdichten, Verbrennen und Ausstoßen – in einer Drehbewegung. Es war ein Arbeitsprinzip, das seit dem 16. Jahrhundert von Menschen aus aller Welt zahllose Male durchdacht und auspro-

»DUTZENDE VON AUTOHERSTELLERN HATTEN SICH AN DER ENTWICKLUNG EINES SOLCHEN MOTORS VERSUCHT, DOCH EINER NACH DEM ANDEREN GAB AUF.«

biert worden war – das sich beim Umsetzen in die Praxis allerdings als schwierig erwies. Bei Wasserpumpen funktionierte es, doch bei Dampfmaschinen und Verbrennungsmotoren wurde die Dichtigkeit zum Problem. Früher oder später waren alle Versuche aufgegeben worden. Doch Felix Wankel beschloss an jenem Tag, seinen Traum solange zu verfolgen, bis er Wirklichkeit würde.

Nachdem der bekannte Motorradhersteller NSU eine Zusammenarbeit mit Wankel vereinbart hatte, wurde der erste Wankel-Kreiskolbenmotor KKM 250 im Januar 1960 offiziell präsentiert und in das Modell NSU Prinz III eingebaut. Rund 100 Unternehmen aus der ganzen Welt zeigten Interesse an der neuen Technik, darunter auch Mazda. Präsident Tsuneji Matsuda, ein Ingenieur mit großer Leidenschaft für Technologie, erkannte auf Anhieb das technische und auch strategische Potenzial des Kreiskolbenmotors. Damals war die japanische Regierung gerade dabei, die japanische Automobilindustrie umzustrukturieren, und es gab keine Garantie dafür, dass Mazda in seiner damaligen Form erhalten bliebe. Eine strategische Partnerschaft mit NSU zum Vorantreiben des Kreiskolbenmotors schien genau richtig, um den Fortbestand von Mazda als unabhängiges und innovatives Unternehmen zu sichern. Im Juli 1961 unterzeichneten Mazda und NSU den Vertrag. Schnell jedoch wurde klar, dass noch einige Hindernisse überwunden werden mussten. Vibrationen innerhalb des Motors verursachten ungewöhnlichen hohen Verschleiß am Gehäuse; Öl drang in den Brennraum und sorgte für dicke weiße Rauchwolken; und das Einschieben-Motordesign von NSU, das sich zwar bei hohen Drehzahlen als stabil genug erwies, zeigte in unteren Drehzahlen verbesserungswürdige Drehmenteigenschaften.

Vibrationen und Leckage bekam man durch intensive Arbeiten an der Dichtigkeit in den Griff, während das Drehmomentproblem durch die Entwicklung des weltweit ersten Zweischieben-Kreiskolbenmotors gelöst wurde, der eine Drehmomententfaltung wie ein konventioneller Sechszylinder-Hubkolbenmotor aufwies. Die harte Arbeit eines Teams von 47 Mazda Ingenieuren – wegen der Geschichte der 47 Rōnin (herren-



Kunstwerk von Katsushika Hokusai 1760–1849

### DIE 47 RŌNIN

Die Geschichte der 47 Rōnin (herrenlose Samurai) gehört zu den berühmtesten Ereignissen in der japanischen Geschichte. Im frühen 18. Jahrhundert zwang eine Auseinandersetzung mit einem hochrangigen Hofbeamten einen japanischen Fürsten dazu, *Seppuku* (rituellen Selbstmord) zu begehen. 47 seiner treuesten Samurai schworen, den Tod ihres Herrn zu rächen, indem sie seinen Gegenspieler töteten – auch wenn sie dafür mit dem Leben bezahlen mussten. Für viele Japaner ist die Geschichte sinnbildlich für Samurai-Prinzipien wie Loyalität, Ehre und Aufopferung im Dienste einer als richtig empfundenen Sache. Die Geschichte von Mazda ist glücklicherweise viel weniger blutig, aber die 47 Ingenieure, die am Kreiskolbenmotor arbeiteten, verschrieben sich ebenso sehr einem Ziel, das sie als wichtig erachteten, während es für manche Außenstehende womöglich sinnlos oder sogar selbsterstörerisch wirkte.

Viele der Wankelmotor-Modelle gelten nach wie vor als Mazda-Ikonen.



lose Samurai) eine besondere Zahl in der japanischen Kultur – hatte sich ausgezahlt. Der im Mai 1967 vorgestellte Mazda Cosmo Sport war das erste Fahrzeug mit einem solchen Zweischeiben-Motor, drei Monate vor dem NSU Ro 80. Und das Triebwerk überzeugte nicht nur mit Leistung und seinem einzigartigen Aufbau, sondern auch mit seiner Zuverlässigkeit. Mehr als drei Millionen Testkilometer in über sechs Jahren und die erfolgreiche Teilnahme am Langstreckenrennen „Marathon de la Route“ im Jahr 1968 sprachen für sich. Der Traum des jungen Felix Wankel war endlich Wirklichkeit geworden. Nur wenige Jahre später arbeiteten die meisten großen Autohersteller an ihren eigenen Versionen des Wankelmotors.

#### EIN ÜBERZEUGENDES KONZEPT FÜR EINE VIELZAHL VON ANWENDUNGEN

Eine hohe Leistungsausbeute bei kleinem und leichtem Motorformat, eine flache Drehmomentkurve, wenig Geräusche und Vibrationen, ein einfacher Aufbau mit weniger beweglichen Teilen und eine hohe Haltbarkeit, weil sich der Rotor nur mit einem Drittel der Motordrehzahl bewegte: Von Anfang an konnte der Wankelmotor seine Vorzüge unter Beweis stellen. Und Mazda machte sich daran, das Prinzip weiterzuentwickeln und die besonderen Motoreigenschaften für verschiedene Anwendungszwecke zu nutzen. Im Mazda R100 Coupé von 1968 wurde ein Zweischeiben-Kreiskolbenmotor mit einem thermischen Reaktor kombiniert, um die Kohlenwasserstoff-Emissionen zu senken und die neuen strengen US-Abgasgesetze zu erfüllen. Mit dem ersten Serienfahrzeug mit Kreiskolbenmotor-Abgasreinigungssystem (REAPS) brachte Mazda die 1972 abgassenkende Technik auch nach Japan. Die Ölkrise in den 1970ern setzte die Autohersteller zudem unter Druck, den Kraftstoffverbrauch zu senken. Mazda setzte hier einmal mehr auf den Kreiskolbenmotor und rief das „Phoenix-Projekt“ ins Leben, mit dem der Verbrauch um 40 Prozent gesenkt werden sollte. Dazu wurden Verbrennungssysteme und Vergaser verbessert und ein Wärmetauscher in die

Abgasanlage integriert. Der Sportwagen RX-7 von 1978 zeugte vom Erfolg dieser Initiative, indem er sportwagentypische Leistung mit den neuen Errungenschaften in Sachen Effizienz verband.

Der Kreiskolbenmotor konnte aber nicht nur effizient und sauber sein, sondern auch die Muskeln spielen lassen. In den 1980er Jahren stieg die Beliebtheit des Turboladers als Mittel zur Leistungssteigerung – eine Technik, für die sich der Kreiskolbenmotor besonders eignete, da sein Abgassystem grundsätzlich mehr Energie für den Antrieb des Turboladers lieferte. Der weltweit erste per Turbo aufgeladene Kreiskolbenmotor debütierte 1982 im Mazda Cosmo RE Turbo. Das zur damaligen Zeit schnellste Serienauto in Japan demonstrierte anschaulich, wie leistungsfähig dieses Motorkonzept war. Bei der zweiten Generation des RX-7 minimierte ein Twin-Scroll-Turbo das Turboloch und verbesserte über das gesamte Drehzahlband Leistungsabgabe und Ansprechverhalten. Weitere Fortschritte gab es beim Dreischeiben-Kreiskolbenmotor mit sequenziellem Twin-Turbo im Mazda Eunos Cosmo von 1990 zu beobachten, der sich in Sachen Leistung nicht hinter einem V12-Hubkolbenmotor verstecken musste. All dies machte das einzigartige Motorenkonzept von Mazda zu einer bekannten Marke in der Autowelt – und mit ihrem außergewöhnlichen Motorsound bei hohen Drehzahlen zu Musik in den Ohren von Sportwagenfans.

Mit dem RENESIS Motor aus dem RX-8 – dem bis heute fortschrittlichsten Kreiskolbenmotor – brachte Mazda das Konzept in das neue Jahrtausend. Auch dem Wettbewerb ging man nie aus dem Weg: Mazda nahm mit Wankelmotor-Sportwagen an zahllosen Rennen teil und feierte große Erfolge, darunter den Sieg bei den 24 Stunden von Le Mans 1991. Es ist der Mazda-Geist, Konventionen zu überwinden und sich immer wieder Herausforderungen zu stellen, der solche Erfolge möglich machte – die gleiche Haltung, die auch zur Entwicklung der bahnbrechenden Skyactiv Technologie führte. Und als Range Extender wird der Wankelmotor diesen Geist auch in zukünftigen elektrischen Fahrzeugen am Leben halten. ◀

Der Wankelmotor bewies seine Langlebigkeit bei einem 84-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring.



LINKS: Der siegreiche 787B beim Le Mans 24-Stunden-Rennen 1991.

RECHTS: Zehn Jahre zuvor hatte der RX-7 das 24-Stunden-Rennen Spa Francorchamps gewonnen.

## DER KREISKOLBENMOTOR IM MOTORSPORT

Rennsport ist der Lackmestest für Automobiltechnik: Wenn sie auf der Rennstrecke funktioniert, dann funktioniert sie auch auf der Straße. Schon früh legte Mazda daher Wert darauf, die Qualitäten des Kreiskolbenmotors im sportlichen Wettbewerb zu beweisen. Nach der Einführung des weltweit ersten Serienautos mit Zweischeiben-Kreiskolbenmotor, dem Cosmo Sport, schickte Mazda 1968 eine modifizierte Version zum internationalen Marathon de la Route, einem aufreibenden 84-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring. Vier Tage lang Vollgas – der ultimative Test für Mensch und Maschine. Der Cosmo Sport war das einzige Auto im Feld mit Kreiskolbenmotor und holte in der Gesamtwertung den vierten Platz, ein Ergebnis, das Sportwagenfans in aller Welt aufhorchen ließ. Jeder konnte es sehen: Der Kreiskolbenmotor war nicht einfach nur da, er war zuverlässig, schnell und in der Lage, sich mit anderen zu messen. Von da an nahm Mazda kontinuierlich mit Wankelmotor-Fahrzeugen an Rennen teil und erzielte herausragende Ergebnisse. Der Savanna RX-3 dominierte die japanische Motorsportszene mit 100 Siegen zwischen 1972 und 1976. Der Rennwagen RX-7 gewann acht Jahre in Folge die Meisterschaft der GTU-Klasse in der IMSA-Serie. In der GTO- und GTP-Klasse holte er bis 1990 insgesamt 100 Siege, ein Rekord in der IMSA-Serie. Auch in mehreren Rallye-Weltmeisterschaften konnte der RX-7 – der mit Hinterradantrieb gegen Allradfahrzeuge antrat – gute Platzierungen erzielen.

Einen ganz besonderen Stellenwert hatte für Mazda das älteste und prestigeträchtigste Langstreckenrennen der Welt: die 24 Stunden von Le Mans. Sollte der Kreiskolbenmotor hier gewinnen, dann wäre er praktisch zu allem fähig. 1970 ging ein privates Team mit belgischen Fahrern mit einem Chevron B16 an den Start, unter der Haube ein von Mazda gelieferter Kreiskolbenmotor. Es war die erste von mehreren Le-Mans-Teilnahmen für den neuen Motortyp. Die folgenden 20 Jahre machten Wankelmotor-Sportwagen zwar stets eine gute Figur, für den von Beginn an als Ziel ausgegebenen Platz eins reichte es jedoch nicht. 1990 ging der Mazda 787 mit einem neu entwickelten Vierscheiben-Motor und einem Doppelrohr-Fahrgestell aus Karbon an den Start, aber der erste Renneinsatz war noch nicht von Erfolg gekrönt.

Ein Jahr später schickte Mazda mit dem 787B eine optimierte, deutlich leistungsfähigere und effizientere Version des 787 ins Rennen. Es war die letzte Chance für den Kreiskolbenmotor in Le Mans, denn die Veranstalter hatten gerade bekanntgegeben, dass ab dem folgenden Jahr nur noch 3,5 Liter-Hubkolbenmotoren zugelassen waren. Um 16 Uhr am Nachmittag des 23. Juni 1991 überquerte der Mazda 787B nach 4.922,81 Kilometern bei 205 km/h Durchschnittsgeschwindigkeit vor 230.000 Zuschauern die Ziellinie. Der Sieg in Le Mans war endlich geschafft – und der Kreiskolbenmotor hatte den ultimativen Beweis seiner Fähigkeiten geliefert.

## ERFOLGSMODELL WANKELMOTOR



OBEN LINKS: Der Cosmo Sport 110 S zieht in Montmatre, Paris, die Blicke auf sich.  
 OBEN RECHTS: Der Eunos Cosmo überzeugte Fans und Fachwelt mit luxuriöser Innenausstattung.  
 UNTEN: Der RX-2 ist in Australien und Neuseeland noch immer ein Kult-Auto.



## DIE ZUKUNFT DES KREISKOLBENMOTORS



Der Mazda MX-30 wird zukünftig mit einem Wankelmotor als Range-Extender aufwarten.

Auf der Tokyo Motor Show 2019 hat Mazda mit dem MX-30 sein erstes vollelektrisches Fahrzeug präsentiert. Angesichts der Namensähnlichkeit zum MX-5 denkt man vielleicht zunächst an einen Sportwagen, doch tatsächlich ist der Mazda MX-30 ein SUV. Mazda verleiht das Kürzel „MX“ vielmehr an spezielle Modelle, die konventionelle Annahmen in der Automobilindustrie herausfordern. Und das gilt definitiv für den MX-30. Ein kleines, kompaktes und leichtes SUV-Modell mit recycelten, nachhaltigen Materialien, tollen Fahreigenschaften und intelligenter Elektronik, und das zu einem bezahlbaren Preis – der MX-30 verkörpert einmal mehr den Mazda-Spirit, Konventionen in Frage zu stellen.

Doch ist das der Todesstoß für den Kreiskolbenmotor – die einzigartige Technik, die Mazda so lange vorangetrieben hat, während alle anderen einfach aufgaben? Die Antwort ist ein klares „Nein“. Im Gegenteil: Der MX-30 läutet die Renaissance des Kreiskolbenmotors in Mazda Fahrzeugen ein. Denn

dieser soll zukünftig im neuen Kompakt-SUV als Range Extender für das elektrische Antriebssystem eingesetzt werden. Warum gerade der Kreiskolbenmotor? Weil seine Vorzüge ihn zur perfekten Lösung machen. Mit seiner kompakten Bauweise lässt er sich sehr leicht in ein vollelektrisches Fahrzeug integrieren. Er ist deutlich leichter als ein vergleichbarer Hubkolbenmotor und trägt damit zur Gesamteffizienz des Fahrzeugs bei. Trotz seiner kompakten und leichten Form liefert er eine beträchtliche Leistung. Und auch seine beispiellos sanfte und leise Arbeitsweise macht ihn zur perfekten Wahl für den Einsatz in einem Elektrofahrzeug. Nachdem er also über ein halbes Jahrhundert lang die Sicht auf Verbrennungsmotoren verändert hat, bleibt der Kreiskolbenmotor auch in Zukunft relevant – als Bestandteil außergewöhnlicher und überdurchschnittlicher Antriebskonzepte. Das hätte sich wohl selbst der junge Felix Wankel nicht träumen lassen. Doch dank der Beharrlichkeit von Mazda wird sein Vermächtnis auch in Zukunft weiterleben.

Mazda

Legenden

# COSMO SPORT



## 1967

Dieses Modell hat für Mazda- und Rennsportfans eine ganz besondere Bedeutung: Als erstes Auto mit Zweischieben-Kreis-Kolbenmotor legte es den Grundstein für Mazdas Rennsportmodelle.

# Mazda

---

## Legenden

### COSMO SPORT

PRODUKTIONSZEITRAUM:  
1967–1972

MOTOR:  
Zwei-Scheiben-  
Kreiskolbenmotor

HUBRAUM:  
2 x 491 cm<sup>3</sup>  
Kammervolumen

LEISTUNG:  
81 kW/110 PS –  
94 kW/128 PS

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:  
185–200 km/h

LEERGEWICHT:  
ab 940 kg

PRODUKTIONSAZahl:  
1.176 Einheiten



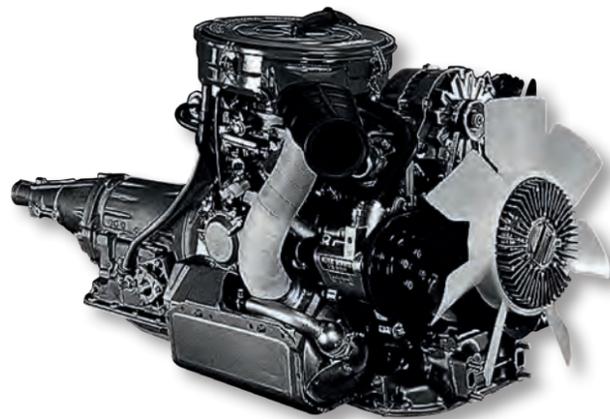
„ES IST EHER FLIEGEN  
ALS AUTOFAHREN,“  
BESCHREIBT DER DAMA-  
LIGE GESCHÄFTSFÜHRER  
TSUNEJI MATSUDA.



Als einziger Sport-  
wagen seiner Art  
verkaufte sich der  
Cosmo Sport etwa  
30 mal im Monat.



Der erste Prototyp von 1964 hatte nicht die gleiche kultige weiße Farbe wie das spätere Serienauto.



Der erfolgreiche Einsatz eines  
Kreiskolbenmotors war für  
Mazda ein Wendepunkt.

Ein herausragendes Fahr-  
gefühl und futuristisches  
Design machten den  
Cosmo Sport zu einem  
Publikumsliebbling.



# 3

## MAZDA TECHNOLOGIE

Innovation ist die Mutter der Langlebigkeit. Mazda hat in den vergangenen einhundert Jahren immer wieder Pionierarbeit für neue Technologien geleistet – manche davon haben die DNA und die Zukunft des Unternehmens grundlegend geprägt.



# DER MAZDA WEG: EINZIG-ARTIGER INGENIEURSGEIST

Die Welt der Mobilität befindet sich im permanenten Wandel: Neue Technologien entstehen, Fahrgewohnheiten ändern sich. Wie schafft man es als Autohersteller, den Trends voranzufahren und innovativ zu bleiben? Bei Mazda lautet die Antwort: Mut, Beharrlichkeit und der Wunsch, die Dinge besser zu machen.

Die Entwicklung der Märkte, technologische und gesellschaftliche Trends, politische und historische Ereignisse oder visionäre Persönlichkeiten mit großen Ideen: Es gibt zahllose Auslöser für Innovationen im Automobilbereich. Bei Mazda ist der Drang, bei Technologie, Entwicklung und Kreativität die Nase vorn zu haben, seit jeher durch eine klare menschliche und kundenorientierte Haltung motiviert: den Wunsch, das Fahren so angenehm wie möglich zu gestalten, den Fahrer so eng wie möglich mit seinem Fahrzeug zu verbinden.

100 Jahre Mazda: Das ist auch eine Geschichte voller Innovationen, die wir anhand von fünf Meilensteinen betrachten wollen. Sie zeigen beispielhaft, wie Mazda neue Gedanken und Ideen in die Tat umsetzt.

## EIN MUTIGER SCHRITT IN EINE NEUE BRANCHE: DER MAZDA-GO

Wie können wir das Leben der Menschen mit Hilfe von Technologien einfacher machen, bestehende Konzepte verbessern und uns an die Spitze des Wettbewerbs setzen? Schon beim dreirädrigen Mazda-Go von 1931, dem ersten von Toyo Kogyo (später Mazda) gebauten Fahrzeug, war die Herangehensweise des Unternehmens im Hinblick auf Innovationen zu erkennen. Das Unternehmen wurde am 30. Januar 1920 in Hiroshima zunächst als Hersteller von Korkmaterialien gegründet, doch als sich durch die breite Verfügbarkeit von natürlichem Kork die Bedingungen änderten, verlegte es sich auf die Werkzeugproduktion. Zugleich wuchs in den Jahren des wirtschaftlichen Aufschwungs der Bedarf an dreirädrigen Nutzfahrzeugen – und Jujiro Matsuda, der 1921 Präsident von Toyo Kogyo geworden war, erkannte, dass das Unternehmen die erforderliche Entwicklungskompetenz besaß, um in den Automobilmarkt einzusteigen.

Der Mazda-Go Type-DA wurde im Oktober 1931 vorgestellt, ausgerüstet mit einem intern entwickelten, luftgekühlten Einzylinder-Motor (482 ccm, 6,9 kW/9,4 PS), der über ein Dreiganggetriebe die Hinterräder antrieb. Es war das erste Produkt der Marke Mazda. Der Name spielte sowohl auf Ahura

Mazda, den persischen Gott des Lichts, der Weisheit, Intelligenz und Harmonie, als auch auf den Namen von Jujiro Matsuda an. 1940 folgte der Prototyp einer viersitzigen Limousine, ehe 1960 mit dem Mazda R360 der erste Pkw der Marke auf die Straßen Japans rollte – mit zahlreichen Innovationen bei Leichtbaukonstruktion, Motor und Karosseriekonzept. Doch die Mazda Ingenieure arbeiteten bereits an ihrer nächsten technologischen Revolution.

## TECHNOLOGIE DER ZUKUNFT IN WEGWEISENDEM DESIGN: DER COSMO SPORT 110 S

Es war die größte Sensation der Tokyo Motor Show 1964: Auf einer rotorförmigen Bühne enthüllte Mazda den Prototyp des Cosmo. Das weltweit erste Serienfahrzeug mit einem Zweischieben-Kreiskolbenmotor verband modernste Technik und verführerisches Design. Die Entwicklung dieses Fahrzeugs ist ein perfektes Beispiel für die beinahe sture Beharrlichkeit, die manchmal nötig ist, um große Ideen umzusetzen. Die schon in den 1920ern von Felix Wandel erfundene Technik hatte die Automobilwelt in Spannung versetzt, sah sich aber immer wieder mit Schwierigkeiten konfrontiert. Doch Mazda behielt das Ziel, den Kreiskolbenmotor für den Einsatz in Serienfahrzeugen zu entwickeln, fest im Blick. Ein Hauptproblem – die Rattermarken an den Innenwänden des Rotorgehäuses, die sogenannten Kratzspuren des Teufels – wurde der Legende zufolge gelöst, als ein beteiligter Ingenieur das Karbonende seines Stifts betrachtete: Fortan wurde das hochfeste Material für die Rotordichtungen verwendet.

Nach dem Erfolg des Cosmo wurde der Kreiskolbenmotor zum festen Bestandteil des Mazda-Portfolios. Modelle wie der RX-7 bewiesen, dass dieser revolutionäre Motor auch Sportwagenpotenzial besaß. Von Sammlern und Kennern in aller Welt geschätztes Liebhaberstück aber bleibt der Zweisitzer von 1967, der Kreiskolben-Pionier von Mazda – nicht zuletzt aufgrund seines schlanken und wegweisenden Stils. Der durchaus selbstbewusste Slogan, mit dem Mazda den Start des Cosmo 1967 bewarb, war daher nicht übertrieben: „Das kreativste Automobilunternehmen der Welt.“



OBEN: 2017 stellte Mazda mit dem Skyactiv-X eine revolutionäre Motorentechnologie vor.



RECHTS: Der erste im Markt verfügbare Mazda mit Wasserstofftechnologie: der RX-8 Hydrogen RE. UNTEN: Der Sportwagen Cosmo Sport war Mazdas erstes Wankelmotor-Modell.



## EIN ANDERER WASSERSTOFF-ANSATZ: DER RX-8 HYDROGEN RE

Kreiskolbenmotoren besitzen noch einen weiteren Vorteil, der bei der Einführung der Technik noch gar nicht so offensichtlich war: Sie eignen sich außergewöhnlich gut für die Nutzung mit Wasserstoff. Das spezielle Geometrie des Motors sorgt dafür, dass die notwendigen Änderungen, um Wasserstoff zu integrieren, vergleichsweise einfach und kostengünstig umgesetzt werden können – und genau das tat Mazda 1991. Auf der Tokyo Motor Show enthüllte das Unternehmen den HR-X, das erste Konzeptfahrzeug, das von einem Wasserstoff-Verbrennungsmotor angetrieben wurde. Die Umwelteigenschaften waren herausragend: Statt CO<sub>2</sub> und Stickstoff stieß das Modell nichts als heißen Wasserdampf aus.

Der 2003 vorgestellte RX-8 Hydrogen RE war dann das erste verfügbare Modell der Welt mit dieser Antriebstechnik. Es konnte mit Benzin oder Wasserstoff betrieben werden; ein voller Wasserstofftank reichte für rund 100 Kilometer. Der sogenannte RENESIS Wasserstoff-Kreiskolbenmotor saugt die Luft durch einen Seiteneinlass an und spritzt den Wasserstoff direkt in die Ansaugkammer ein. Die Niedrigtemperatur-Ansaugkammer und der Hochtemperatur-Brennraum sind voneinander getrennt, was die Verbrennung verbessert und Fehlzündungen verhindert, die bei Wasserstoffmotoren sonst ein Problem sein können. Der 2012 vorgestellte Mazda5 Hydrogen RE Hybrid Concept verfügte zusätzlich über eine elektrische Antriebsoption und markierte – wenngleich nur in begrenzter Auflage zum Leasen verfügbar – einen weiteren großen Schritt nach vorn. ▶



Der MX-30 ist Mazdas erstes vollkommen elektrisch betriebenes Auto.

#### OPTIMIERT UND ELEKTRIFIZIERT: DER MAZDA CX-30 UND DER MAZDA MX-30

Anstatt sich nur auf eine Antriebstechnologie zu konzentrieren, verfolgt Mazda einen mehrgleisigen Ansatz, der die Vor- und Nachteile verschiedener Antriebsarten berücksichtigt. Diese Herangehensweise führte zu einer weiteren wichtigen Mazda Innovation: der bahnbrechenden Skyactiv Technologie, die das bislang nicht ausgeschöpfte Potenzial von Benzin- und Dieselfahrzeugen freilegt. Vorgestellt wurden die Pläne für eine neue Generation von Motoren, Getriebe sowie Karosserie- und Fahrwerkstechnologien unter dem Skyactiv-Oberbegriff erstmals 2010. Der Skyactiv-G Benzinmotor hob dank eines Verdichtungsverhältnisses von 14:1 – ein mit Rennwagen vergleichbarer Wert – Effizienz, Leistung und Abgaseigenschaften auf ein neues Niveau. Der hocheffiziente Skyactiv-D Dieselmotor erfüllt ohne eine zusätzliche Stickoxid-Nachbehandlung die strengsten Abgasgrenzwerte.

Die Vorzüge von Benzin- und Dieselmotoren vereint der im August 2017 erstmals vorgestellte Skyactiv-X, ein Verbrennungsmotor mit dem neuartigen SPCCI-Brennverfahren (Spark Controlled Compression Ignition). Das Arbeitsprinzip: Nur eine geringe, dichte Menge des Kraftstoff-Luft-Gemischs wird im Zylinder entzündet, das restliche Kraftstoff-Luft-Gemisch entzündet sich durch den Anstieg von Temperatur und Druck wie bei einem

Dieselmotor selbst. „Uns ging es darum, die Kohlendioxid-Emissionen auf einer Well-to-Wheel-Basis zu verringern – von der Gewinnung des Kraftstoffs bis zum Betrieb des Autos“, sagt Eiji Nakai, General Manager in der Antriebsentwicklung.

Mehrere renommierte Hersteller haben bereits an dieser Technik gearbeitet, aber nur Mazda ist es bisher gelungen, sie reif für die Serienproduktion zu machen. So ist etwa der CX-30, Mazdas neuer kompakter Crossover-SUV, mit allen drei Skyactiv-Motoren erhältlich und verbessert dadurch seine Treibstoffeffizienz. Und er steht auch für die neue, noch stärker am Menschen orientierte Skyactiv Fahrzeugarchitektur.

Auf der Tokyo Motor Show 2019 präsentierte Mazda unterdessen das erste Modell des Unternehmens, das speziell als emissionsfreies batterie-elektrisches Fahrzeug entwickelt wurde: den Mazda MX-30. Eine Variante des Modells wird neben Elektromotor und Batterie auch einen Kreiskolbenmotor umfassen, der als Range Extender für das elektrische Antriebssystem dient. Der MX-30 kommt in Japan in der zweiten Jahreshälfte 2020 auf den Markt. Es ist ein bedeutsamer Start in das nächste Jahrhundert der Mazda Innovationen, die der Unternehmensvision folgen: Die Zukunft der Mobilität besteht aus der weiteren Entwicklung nachhaltiger Technologien, einem offenen und mehrgleisigen Ansatz bei der Motorentechnik und dem Streben nach Fahrspaß. ◀

## MAZDA TECHNOLOGIE-MEILENSTEINE

### 1930

Mazda präsentiert sein erstes Fahrzeug: den Mazda-Go, ein Dreirad für den Warentransport. Die Serienproduktion beginnt 1931.

### 1960

Der Mazda R360 Coupé ist ein frühes Beispiel für gelungenen Leichtbau. Er ist mit nur 380 kg das leichteste Fahrzeug, das zu jener Zeit in Japan produziert wird, und das erste Kei Car mit einem Viertaktmotor aus Aluminium. Verbrauch: 3,1 l/100 km.

### 1967

Das erste Serienfahrzeug mit Zweischeiben-Kreiskolbenmotor, der Mazda Cosmo Sport 110 S, rollt auf die Straße. Ein Sportcoupé mit für damalige Verhältnisse ausgezeichneter Leistung (185 km/h, 0-100 km/h in 8,7 Sek.).

### 1973

In Form des CVS Personal Car stellt Mazda autonome Fahrtechnologie vor. Das fahrerlose, elektrisch angetriebene Auto ist seiner Zeit weit voraus.

### 1983

Der Mazda Bongo Sky Lounge nutzt Solarmodule zur Versorgung der Klimaanlage – eine Technologie, die es im Mazda 929 von 1993 in die Serienproduktion schafft und seitdem bei anderen Herstellern an Beliebtheit gewonnen hat.

### 1987

Die im Mazda 626 eingeführte Vierradlenkung von Mazda verbessert Agilität und Sicherheit.

### 1991

Auf der IAA zeigt Mazda mit dem neuen 1,8-Liter-V6-Motor ein Paradebeispiel für gelungenes Downsizing. Der Motor ist leichter, kompakter und effizienter – und dennoch leistungs- und charakterstark.

### 1992

Im Mazda 626 GLX debütiert der weltweit erste 2,0-Liter Druckwellen-Kompressor. Der Comprex-Dieselmotor verbindet hohes Drehmoment und Leistung mit niedrigen Emissionen.

### 1995

Im Xedos 9 wird die Miller-Cycle-Technologie eingeführt. Sie sorgt für eine geringere Klopfneigung, höhere Luftverdichtung und mehr Leistung.

### 2019

Der Skyactiv-X ist ein revolutionärer neuer Benzinmotor, der die Vorteile der Brennverfahren von Benzin- und Dieselmotoren verbindet. Damit trägt er zur deutlichen Verbesserung der Umwelteigenschaften der nächsten Mazda Fahrzeuggeneration bei.

Mazda

Legenden

# LUCE R130 ROTARY COUPÉ



## 1969

„Luce“ bedeutet Licht auf Italienisch, und in der Tat ist der Luce Rotary Coupé nach wie vor ein leuchtendes Beispiel für ein legendäres Mazda-Modell.

# Mazda

## Legenden

### LUCE R130 ROTARY COUPÉ

PRODUKTIONSZEITRAUM:  
1969–1971

MOTOR:  
Zwei-Scheiben-  
Kreiskolbenmotor

HUBRAUM:  
2 x 655 cm<sup>3</sup>  
Kammervolumen

LEISTUNG:  
93 kW/126 PS

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:  
190 km/h

LEERGEWICHT:  
1.185 kg

PRODUKTIONSZAHL:  
976 Einheiten



Mit dem Luce Rotary Coupé stieg Mazda in das Segment der Luxusautos ein.

DER SPITZNAME  
DES MODELLS:  
„HERR DER STRASSEN“



Das Konzeptauto RX-87 war eine wunderbare Vorschau auf das Serienfahrzeug.



Der Korpus in A-Linie basierte auf einem italienischen Bretone-Design, das die Mazda-Designer an den hauseigenen Stil anpassen.



Basierend auf dem Konzeptfahrzeug RX-87, mit 126 PS und einer Topgeschwindigkeit von 190 km/h war der Luce Rotary bereit für jedes Abenteuer auf der Straße.

# 4

## MAZDA DESIGN

Jede Kultur hat ihre eigenen Vorstellungen von Schönheit – auch bei Autos. Wie allen gleichzeitig gefallen? Mazda hat einen eigenen Ansatz entwickelt, um traditionelle japanische Designprinzipien auf die internationale Bühne zu bringen.



# SCHÖNHEIT IN BEWEGUNG

In Sachen Design war Mazda schon immer anders als die anderen. Die eigenständige Identität, die das Unternehmen im Laufe der Jahre entwickelt hat, zieht Kunden auf der ganzen Welt in ihren Bann – und ist doch tief in der japanischen Ästhetik verankert.

Stellen Sie sich vor Ihrem inneren Auge eine Box vor: nicht irgendeine, sondern eine hochwertige, handgemachte japanische Lunch-Box. Während Sie die Box von allen Seiten betrachten, fällt Ihnen die perfekte Symmetrie der Formen ins Auge und wie jedes Holzstück zum anderen passt. Wie das Licht über die schwarz lackierte und perfekt polierte Oberfläche tanzt. Das zarte Muster eines Weidenbaums mit zitternden Ästen und fallenden Blättern – eine lebendige Form in Bewegung. Der Baum befindet sich in perfekter Harmonie mit dem Holz, auf das er gemalt ist. Und als Sie schließlich den Deckel der Box anheben, fällt ihr Blick auf eine sorgfältig arrangierte Auswahl köstlicher Häppchen. Können Sie sie sehen? Dann erleben Sie aus erster Hand, was es mit dem Wesen japanischen Designs auf sich hat.



In einer japanischen Lunch-Box ist die Präsentation genauso wichtig wie das Essen selbst.

Die japanische Lunch-Box ist ein fester Bestandteil jeder japanischen Kunst- oder Designabteilung, ihrer vielfältigen Schönheit wurde sogar ein ganzes Buch gewidmet: „Die Ästhetik der japanischen Lunch-Box“ von Kenji Ekuan. Dieser scheinbar alltägliche Gegenstand vermittelt viel über die Ästhetik und das Produktdesign in Japan – Prinzipien, die von Anfang an auch die Herangehensweise von Mazda beim Autodesign bestimmt haben. Vom ersten Serien-Pkw, dem Mazda R360 Coupé,

bis hin zur aktuellen Modellgeneration sind die japanischen Vorstellungen von Schönheit und Kunst tief in der Mazda Designphilosophie verankert.

## IM EINKLANG MIT DER NATUR

Zugegebenermaßen sieht ein Mazda heute ziemlich anders aus als in den 60er und 70er Jahren. Und doch sind bestimmte Elemente der Mazda Design-DNA unverändert geblieben. Einfache und kraftvolle Linien zum Beispiel, die immer in Bewegung zu sein scheinen. Der sportliche Cosmo Sport 110 S aus dem Jahr 1967 scheint beinahe aus dem Bild zu rasen, während die weichen, fließenden Linien des Konzeptfahrzeugs Nagare von 2006 an eine Welle oder Windböe erinnern. Gemeinsam ist beiden das Vorbild Natur – und der Versuch, etwas von der Vitalität und Flüchtigkeit lebendiger Wesen einzufangen.

Das ist wenig überraschend angesichts der äußerst tiefen Verbindung zur Natur in der japanischen Ästhetik. Von der Kunst bis zum Alltagsleben durchdringt sie alles. Sie steht hinter der offenen Architektur und dem jährlichen Spektakel rund um die Kirschblüte, mit zahllosen Darstellungen in der Kunst. Die westliche Avantgarde mag oft durch Künstlichkeit und die Abkehr von der Banalität der Welt geprägt sein, doch das japanische Design ist unwiderruflich mit dem Land selbst verflochten. ▶

Foto: Charlad Laorlao/Shutterstock.com



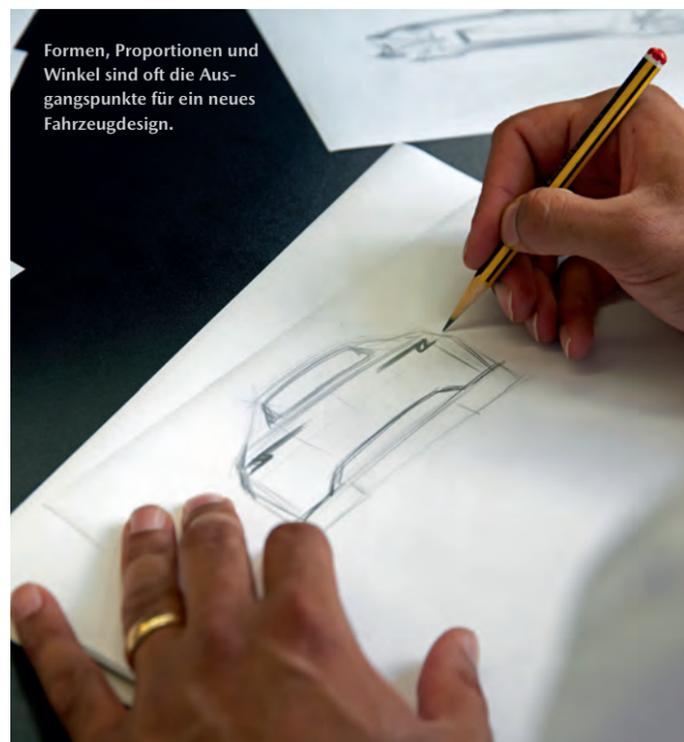
OBEN & UNTEN: Das Wesen von Kodo Design: Die Schönheit der Bewegung in einem reglosen Objekt einzufangen.



Der RX Vision und der Vision Coupe sind zwei preisgekrönte Beispiele für Kodo Design.



Der CX-30 zeigt die neueste Interpretation von Kodo Design.



Formen, Proportionen und Winkel sind oft die Ausgangspunkte für ein neues Fahrzeugdesign.

OBEN: Das Fahrrad im Kodo Design wurde 2015 bei der Milan Design Week ausgestellt.



## »IN JAPAN GIBT ES KEINE KLARE TRENNUNG ZWISCHEN KUNST UND KOMMERZIELLEN PRODUKTEN.«

### SOUL OF MOTION

Mit Kodo Design hat Mazda diese Idee am weitesten entwickelt. Vorgestellt wurde sie 2010 beim Konzeptfahrzeug Mazda Shinari, verbunden mit dem klaren Ziel des Global Head of Design Ikuo Maeda, die Essenz von Bewegung und Emotion im Außen-Design zum Ausdruck zu bringen. Die Designer entfernten alle als überflüssig erachteten Komponenten, um eine klare und reine Form zu erreichen, in der sich die Energie eines lebendigen Wesens in Bewegung – die „Soul of Motion“ – widerspiegelt. Das 2. Jahrzehnt des Kodo Designs konzentrierte sich darauf, den Ausdruck des Wesens der japanischen Ästhetik um drei Elemente zu erweitern: die Schönheit des leeren Raums (*Yohaku*), Kurven im Gleichgewicht (*Sori*) und das Spiel von Licht und Schatten (*Utsuroi*).

Gerade der Gebrauch von Licht und Schatten ist dem japanischen Autor Tanizaki Jun'ichirō zufolge von zentraler Bedeutung, wenn man die japanische Ästhetik verstehen will. Licht und Schatten sind die wahren Künstler der Natur: Sie kreieren permanent neue Formen und Ansichten, sie erwecken die *Noh*-Masken des traditionellen japanischen Theaters zum Leben und tauchen einen Raum in eine bestimmte Stimmung. Und sie sind es auch, die allen im Kodo Design gestalteten Mazda-Modellen Leben einhauchen. Befreit von allen starken Linien, dient sie Seitenfläche dem Licht als Leinwand. Ein besonders auffälliges Beispiel dafür ist die S-förmige Kurve am Mazda CX-30. Während sich das Fahrzeug bewegt, erzeugt das ständig wechselnde Licht fließende Muster, die den Eindruck von Bewegung weiter verstärken. Daraus ergibt sich eine Ästhetik, die sich kontinuierlich weiterentwickelt und die minimalistische Formen mit hoher Ausdruckskraft verbindet – japanische Ästhetik in Reinform.

Es war dieses Designkonzept, das Mazda zu einer Design-Marke machte, mit der zu rechnen ist. Was auch an Auszeichnungen wie „Most Beautiful Concept Car of the Year“ abzulesen ist, die 2015 an den Mazda RX Vision und 2017 an den Vision Coupe ging. Mit der jüngsten Generation des Mazda3 hat inzwischen eine weiterentwickelte Interpretation des Kodo Design Einzug in das Modellprogramm gehalten.

### DIE SCHÖNHEIT IM ALLTAG

Erfolge wie diese unterstreichen den Ehrgeiz von Mazda, Autos von künstlerischem Rang zu entwerfen. Für europäische Ohren kann das durchaus anmaßend klingen: Schließlich reden wir hier über einen Alltagsgegenstand, ein Produkt mit einer klaren Funktion. Kunst hingegen verlässt diese Sphäre des Nützlichen und bewegt sich in ein Reich reiner Schönheit – oder etwa nicht? Nein, jedenfalls nicht im japanischen Sinne. Dort gibt es keine klare Trennung zwischen Kunst und kommerziellen Produkten – was womöglich der Grund dafür ist, warum japanisches Design überall auf der Welt gefeiert wird. Warum sollten wir schließlich die Dinge, mit denen wir jeden Tag zu tun haben, mit geringerem Aufwand verschönern als jene Dinge, die wir im Museum zeigen?

Eine Lunch-Box ist nüchtern betrachtet nur das: ein Behälter, mit dem man Essen transportiert. Aber sie ist auch eine Möglichkeit, ein Objekt der Schönheit zu erschaffen, sowohl die Box selbst als auch die Kostbarkeiten, die sich darin befinden. Wenn einem Gast eine solche Lunch-Box überreicht wird, dann wird er ermutigt, sich mit ihrer Schönheit zu beschäftigen und das Schwingen der Weidenzweige mit seinen Augen nachzuverfolgen. Die Schönheit der Box ist Teil des Erlebnisses, ebenso wie die künstlerische Präsentation des Inhalts. Bevor er auch nur einen Bissen probiert hat, hat der Empfänger der Box das Erlebnis bereits in vielerlei Hinsicht genossen. Natürlich ist dies nur der Auftakt für den folgenden Genuss der exquisiten Aromen – die Präsentation allein reicht nicht aus. Aber sie leistet einen wertvollen Beitrag zum Gesamterlebnis.

Genau das gleiche fühlen Mazda Designer und Fans bei ihren Autos. Der Kern eines Mazda: Das ist das Fahrvergnügen und das Gefühl des *Jinba Ittai*, der Einheit von Fahrer und Fahrzeug. Viele Faktoren beeinflussen diese perfekte Harmonie: von der Art, wie sich der Motor verhält, über die Traktion auf der Straße bis hin zum Sitz, der den Körper des Fahrers optimal unterstützt. Ein mitreißendes Design mag nicht das einzige oder nicht einmal das wesentliche Element sein. Aber für das Gesamterlebnis, einen Mazda zu fahren, ist es alles andere als unerheblich. ◀

# KONZEPTFAHRZEUGE

In ihrer reinsten Form zeigt sich die Kreativität der Designer in Konzeptautos und Show Cars – wie in diesen Highlights der letzten 50 Jahre.



1970er

1980er

1990er

2000er

2010er



## »WENIGER IST MEHR«

Was macht ein Design großartig? Jemand, der es wissen muss, ist Mazdas Global Head of Design Ikuo Maeda. Im Interview spricht er über Japanische Ästhetik, „Car as Art“, und die Zukunft für Mazdas Design.

Wer sich mit Mazda Design befasst stößt früher oder später auf einen Namen: Ikuo Maeda. Wenige haben Mazdas Designentwicklung in den letzten Jahren stärker geprägt als der „Vater“ des Kodo Design. Als er 2009 nach über 20 Jahren Mazda-Erfahrung das Ruder übernahm, führte er Mazdas Design in eine mutige neue Richtung – und besann sich zugleich auf die japanischen Wurzeln des Unternehmens zurück.

### Welche Bedeutung hat Design im Allgemeinen für Sie?

Design bedeutet für mich, eine schöne Form zu kreieren, die die Herzen der Betrachter bewegt und ihren Verstand bereichert.

### Und wie definieren Sie gutes Design?

Gutes Design ist eine wunderschöne, emotionale und bis ins kleinste Detail verfeinerte Form, die die Inspiration und Botschaft ihres Schöpfers perfekt verkörpert.

### Welche Designs gefallen Ihnen außerhalb der Automobilwelt am meisten?

Architektonische Meisterwerke, die über viele Jahre gebaut wurden, zum Beispiel die Sagrada Familia von Antoni Gaudi.

### Was ist typisch japanisches Design?

Weniger ist mehr. Japanisches Design muss vor allem einfach und rein sein. Innerhalb seiner Einfachheit muss es ein Gefühl von Tiefe besitzen. Solche Designs



## »ERFOLG ODER MISSEFOLG EINES DESIGN SIND SCHON ENTSCHIEDEN, BEVOR DIE ARBEIT AM EIGENTLICHEN PRODUKTDESIGN BEGINNT.«

erfordern akribische Berechnung und Vorbereitung, gefolgt von ausgiebiger Verfeinerung, aus der schließlich die ultimative Form hervorgeht.

Man könnte sagen, die japanische Ästhetik vermittelt Tiefe und Reichtum mit Hilfe von Verfahren, die viel Zeit benötigen und nicht unbedingt auf den ersten Blick erkennbar sind. Gute Beispiele dafür sind die japanische „Dashi“-Brühe, mehrschichtige japanische Lackierarbeiten und die traditionellen japanischen Tee-Zeremonien.

### Mazda-Fahrzeuge sehen heute natürlich ziemlich anders aus als in früheren Jahrzehnten. Welche Konstanten erkennen Sie im Mazda Design über die Jahre hinweg?

Den großen Aufwand, den wir betreiben, um eine Form (für unsere Fahrzeuge) zu schaffen, und unsere Besonderheit, Designs per Hand zu entwerfen.

### Heute wird das Mazda Design über die gesamte Modellpalette hinweg gefeiert. Sie definieren das „Auto als Kunstwerk“. Können Sie erläutern, wie Sie das erreichen?

Einmal im Jahr kreieren wir intern Kunstwerke. Jeder Teilnehmer kann frei wählen, an welcher Aufgabe er arbeiten möchte. Dieser Prozess nennt sich „Erforschende Vorbereitung“. Man kann allein arbeiten, zusammen mit anderen Kunsthandwerkern traditioneller japanischer Handwerke oder mit einem Designteam außerhalb des Automobilbereichs. Es gibt keine Ein-

schränkungen, welche Methode dabei verwendet werden soll.

Ich glaube, der Austausch mit Künstlern und die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Ideen kann eine Art chemischer Reaktion auslösen, die uns Ideen für neue Designformen bringt. Wir verbringen viel Zeit damit, diese Ideen sorgfältig in Automobildesign zu übertragen. Ich bin der Meinung, dass Erfolg oder Misserfolg eines Designs schon entschieden sind, bevor die Arbeit am eigentlichen Produktdesign beginnt.“

### Welchen Einfluss haben die Designstudios, die Mazda in den USA und Europa betreibt?

Ich Sorge dafür, dass die regionalen Designstudios ihre jeweiligen regionalen Stärken bestmöglich einbringen können.

Ein Beispiel dafür ist das Design des Bediensystems, bei dem wir auf die fortschrittliche Schnittstellen-Technologie aus den USA setzen. Ein anderes Beispiel ist ein brandneues Design, das ein europäisches Studio entworfen hat, indem es Künstler aus mehreren verschiedenen Ländern zusammenbrachte und mischte.

### Was wünschen Sie sich für die Zukunft des Automobildesigns und für Mazda im Besonderen?

Die Automobilindustrie steht am Scheideweg. Der Wert des Autos verändert sich und damit auch das Design. Ich möchte nicht Zeuge davon werden, dass inmitten dieser Transformation die Schönheit von

Fahrzeugen und die goldene Regel, die in der langen Geschichte des Automobils kultiviert wurde, verloren gehen. Ich möchte, dass wir zu einer Gruppe gehören, die die Kultur des Autodesigns durch Innovationen vorantreiben will – auf eine Art, die dem ästhetischen Standard entspricht.

### Wie geht es mit dem Kodo Design weiter?

Das Thema des Kodo Designs ist es, Formen Leben einzuhauchen. Auf dieser Grundlage wollen wir japanische Ästhetik in physischen Designs abbilden, eine Brücke zwischen universellen und fortschrittlichen Designs schlagen und eine neue Ausdrucksweise etablieren, die typisch japanisch ist.

### Welche Botschaft möchten Sie den europäischen Kunden zum 100-jährigen Jubiläum mitgeben?

Wir wollten immer eine Marke werden, die in Europa glänzt, sich in die wundervolle Umgebung einfügt und den traditionellen, durch die lange Geschichte Europas gepflegten Stil respektiert. Mazda feiert in diesem Jahr sein 100-jähriges Bestehen. Wir werden auch in Zukunft unseren Werten treu bleiben, uns auf das Bauen von Autos konzentrieren, Autos als Kunstwerke betrachten und weiterhin emotionale und beeindruckende Designs erschaffen, die die japanische Ästhetik verkörpern. Damit arbeiten wir weiter daran, einen eigenständigen Markenstil zu etablieren. Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie Mazda auch in Zukunft unterstützen. ◀

Mazda  
Legenden

# RX-4 COUPÉ



## 1972

Unter Kennern gilt der RX-4 noch immer als eines der schönsten Hardtop-Coupés der 70er Jahre. Dazu konnte das Modell mit extrem niedrigen Emissionen und genug Platz für die ganze Familie aufwarten.

# Mazda Legenden

## RX-4 COUPÉ

PRODUKTIONSZEITRAUM:  
1972–1978

MOTOR:  
Zwei-Scheiben-  
Kreiskolbenmotor

HUBRAUM:  
2 x 654 cm<sup>3</sup>  
Kammervolumen

LEISTUNG:  
85 kW/115 PS –  
97 kW/130 PS

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:  
170–190 km/h

LEERGEWICHT:  
ab 1.010 kg

PRODUKTIONSAZHL:  
ca. 252.285 Einheiten  
(inkl. Limousine und Kombi)



Das japanische Pendant zum RX-4  
hieß Luce AP, eine Hommage an das  
extrem erfolgreiche Luce Modell.

### Mazda RX-4



Eine Broschüre aus dem Jahr 1973 spielt mit  
der markanten Front des Modells.

DER RX-4 COUPÉ: DAS  
ERSTE AUTO, DAS DIE  
STRENGEN JAPANISCHEN  
ABGASNORMEN VON 1973  
ERFÜLLEN KONNTE.



Liebe zum Detail und  
ein Fokus auf den Fahrer  
charakterisieren das  
Interieur des RX-4.





# 5

## HANDWERKSKUNST

Bei einem Serienauto denken wohl die wenigsten als erstes an Handarbeit. Bei Mazda spielt die menschliche Note jedoch weiterhin eine zentrale Rolle bei der Entwicklung neuer Modelle – und herausragende Handwerker sind dabei unerlässlich.

## DER PERFEKTE SCHLIFF

Für die meisten Menschen ist ein Auto nicht einfach nur ein Transportmittel; es ist ein Objekt von emotionalem Wert und eine Möglichkeit, den Spaß am Fahren zu genießen. Aber wie schafft man es als Autohersteller, solche Gefühle beim Fahrer hervorzurufen? Bei Mazda kommt alles auf die menschliche Note der Handwerksmeister an.

**E**rinnern Sie sich daran, als Sie zum letzten Mal ein Auto wirklich geliebt haben – was genau hat dieses Gefühl ausgelöst? Die auffällige Form der Motorhaube, der beruhigende Grip beim Durchfahren einer engen Kurve, das saubere und aufgeräumte Layout der Instrumententafel?

### DAS KONSTRUIEREN EINES GEFÜHLS

Wahrscheinlich war es nichts Konkretes, sondern eher ein Gefühl. Das Gefühl, dass genau dieses Auto einfach wie für Sie gemacht ist, auf natürliche Weise komfortabel, fast wie ein Teil des eigenen Körpers. Das ist das Gefühl, nach dem jeder strebt, der an der Entwicklung eines Mazda beteiligt ist. Es nennt sich *Jinba Ittai* und ist Ausdruck der Einheit zwischen dem Fahrzeug und dem Fahrer. Es ist ein Gefühl, das auf intuitive und anstrengungslose Weise entstehen sollte. Perfekt ist es, wenn der Fahrer sich zwar dessen bewusst ist, dass er es erlebt, aber gar nicht genau bestimmen kann, woher es kommt. Tatsächlich wird es in jedes Detail des Fahrzeugs sorgfältig eingearbeitet: von den Türgriffen bis hin zu den Sitzen.

Das Problem mit Gefühlen ist nur: Sie lassen sich sehr schwer konstruieren. Man braucht außergewöhnlichen Einfallsreichtum, Geschick und einen ausgeprägten Hang zum Perfektionismus. Und ohne die menschlichen Sinne geht im Grunde nichts. Klar, das Interieur eines neuen Autos kann komplett digital entworfen werden. Aber wie fühlt es sich denn wirklich an, auf dem Fahrersitz zu sitzen? Fühlt sich der Fahrer beispielsweise eingeschränkt oder vom Auto entkoppelt, oder gibt es ein perfektes Gleichgewicht zwischen Offenheit und dem Gefühl, umschlossen zu werden? Man findet es nur heraus, indem man es selbst fühlt.

### DIE MENSCHLICHE NOTE

Aus diesem Grund vertraut Mazda auf seine versierten Modellbauer und Verarbeiter: In enger Zusammenarbeit mit den Exterieur- und Interieur-Designern destillieren diese Handwerker die Essenz eines neuen Modells und veredeln sie, bis es sich genau richtig anfühlt. Dieser Prozess ist langwierig und komplex:

Zunächst kreieren die Mazda Modellierer Skulpturen aus Ton, Metall oder Holz, die auf Skizzen des Designteams oder auf ihren eigenen Vorstellungen basieren. Diese Skulpturen wiederum dienen dann als Inspiration für Skizzen vom eigentlichen Auto. Aus diesen Skizzen formen die Tonmodellierer anschließend ein dreidimensionales Maßstabsmodell.

Mit ihrer auf rund 60°C angewärmten Mischung aus Wachs, Öl und Pigmenten verbringen sie Wochen oder manchmal Monate mit dem Entwerfen der Skulpturen. Ein Tonmodell im Maßstab 1:4 dauert rund acht Wochen, ein 1:1 Modell nimmt rund ein halbes Jahr in Anspruch. Die Arbeit erfordert abstraktes Denken und räumliches Vorstellungsvermögen. Und manchmal, erzählt

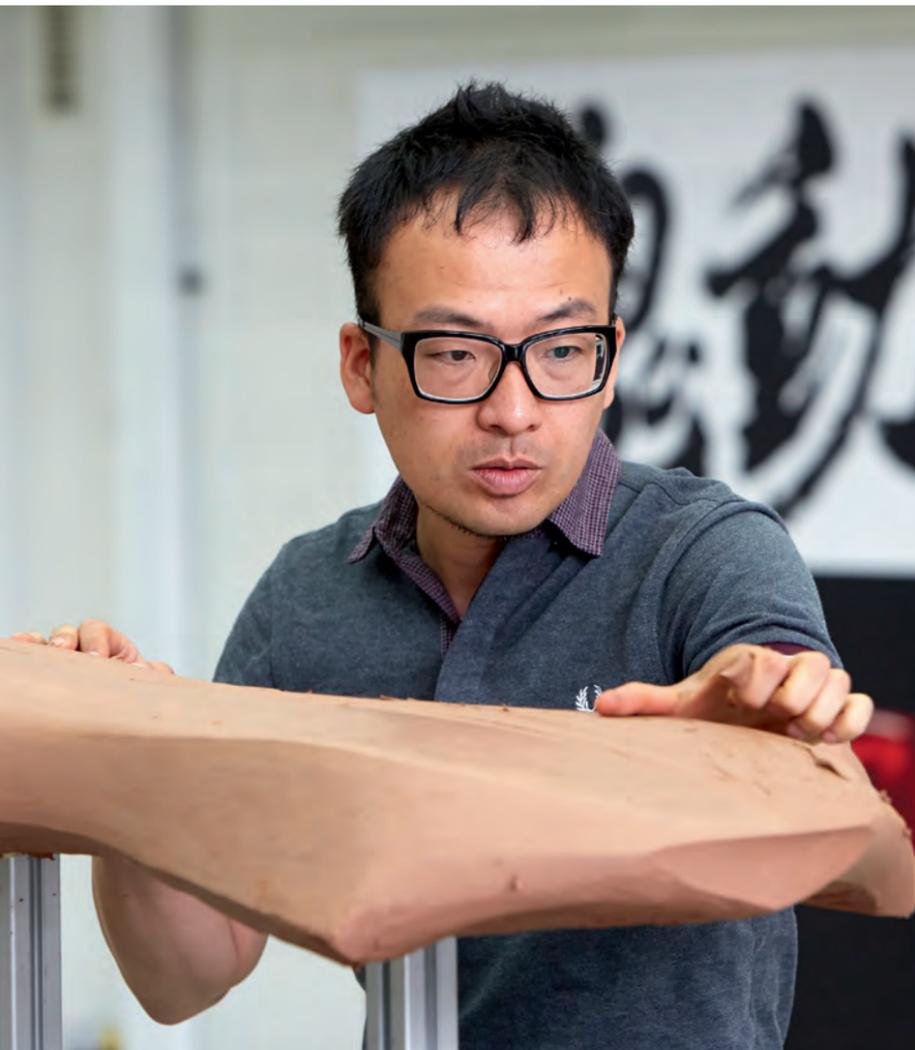


Inklusive Stahlrahmen wiegt das maßstabsgetreue Modell rund 1.500 Kilogramm – in manchen Fällen mehr als das spätere Serienfahrzeug.

Norio Terauchi, Tonmodellierer im japanischen Designzentrum von Mazda, lässt sich die vom Designer erdachte Form einfach nicht in der realen Welt umsetzen. Dann macht der Modellbauer einen Alternativvorschlag auf Basis der vereinbarten Vision. „Ich denke immer darüber nach, was das Design zum Ausdruck bringen soll“, sagt Norio Terauchi.

### DIE ESSENZ FREILEGEN

Erst wenn dieses Modell dem Designteam präsentiert wird, kommt das Wesen des Fahrzeugs zum Vorschein. Der Ausgangspunkt für diese Verfeinerung ist das 3D-Rendern. In langen Diskussionen zwischen Designern und Modellierern werden ►



Der Feinschliff der Tonmodelle erfordert Zeit, Technik und die richtigen Werkzeuge, bei Autos wie bei abstrakten Skulpturen.



Mit diesem Kodo-Schleifstein können *Takumi* Metall auf den Bruchteil einer Haaresbreite genau abtragen.

# 12.000

Schleifsteine wurden getestet, bis man den einzigartigen Kodo Stein gefunden hatte.

kontinuierlich kleine Änderungen an der Form vorgenommen: Hier etwas Ton weggenommen, dort etwas hinzugefügt – so lange, bis alle zufrieden sind. Und das kann dauern: Beim Mazda CX-30 einigte man sich erst nach einem Jahr auf das finale Design. Das Ziel ist nun einmal Perfektion bis ins letzte Detail. Das erfordert Zeit – und ein erstaunliches Maß an Präzision.

So sind die besten Modellierer in der Lage, Metall bis zu einem Zwanzigstel der Breite eines einzelnen menschlichen Haares abzutragen. Diese virtuosen Künstler heißen *Takumi*. Das Handwerk hat in Japan eine lange und stolze Tradition. Ob es um die Herstellung von *Tatami*-Matten, Keramik oder Esstättchen geht: Jeder Zweig hat seine gefeierten Handwerksmeister. *Takumi* darf sich nur nennen, wer seine Handwerkskunst zwei Jahrzehnte lang perfektioniert hat. In der Mazda Zentrale in Hiroshima tragen drei Modellierer diesen illustren Titel; ihre Expertise und Erfahrung werden enorm geschätzt. Ihre Modelle sind Kunstwerke, die einen einzigen Zweck erfüllen: das Wesen des Kodo Designs zum Leben zu erwecken. Mazda-Mitarbeiter

sind überzeugt, dass es diese menschliche Note ist, die jedem neuen Modell eine Seele einhaucht.

#### VOM STUDIO AUF DIE STRASSE

Doch so bemerkenswert diese Modelle auch sind: Nicht jedes Fahrzeug kann in Handarbeit entstehen. Der letzte – oft herausfordernde – Schritt ist es, das fertige Design in die Produktion zu bringen. Als Kodo Design eingeführt wurde, stellten die Produktionsingenieure fest, dass keine bestehende Maschine oder Technik die vom Designteam ersonnene Schönheit akkurat reproduzieren konnte. Also entwickelten sie eine.

Am Ende ausgiebiger Forschungen und Tests bestand das Ergebnis aus drei Elementen: Kodo *kezuri* ermöglicht einer Maschine, die Handbewegungen des Tonmodellierers nachzuahmen, Kodo *toishi* ein spezieller Schleifstein, bearbeitet Oberflächen mit einer Präzision von fünf Mikrometern, und Kodo *migaki*, eine Politur, bringt die Oberfläche zum Funkeln, ohne die Form zu verfälschen. ◀



Jo Stenuit, Design Director,  
Mazda Motor Europe.

## »ES KOMMT AUF DIE DETAILS AN.«

### Drei Fragen an Mazdas Europäischen Design-Chef.

#### Siesind seit mehr als 20 Jahren bei Mazda. Wie haben Sie die Entwicklung des Mazda Designs in dieser Zeit erlebt?

Das Mazda Design hat in den vergangenen Jahrzehnten einige unterschiedliche Design-Philosophien durchlaufen: Tokimeki, Nagare und jetzt Kodo. Obwohl sie sich in ihrer Ausführung sicherlich unterscheiden, war das zugrundeliegende Ziel immer das gleiche: zum Ausdruck zu bringen, dass wir Fahrzeuge ausliefern, die Fahrspaß bieten. Die größte Änderung in den letzten zehn Jahren ist, dass das Mazda Design immer mehr nach künstlerischen und hochwertigen Ausdrucksformen strebt. In der reinsten Form bedeutet das, dass wir zu den Grundlagen eines guten Automobildesigns zurückgekehrt sind. Die vielen Designauszeichnungen zeigen, dass unsere Kunden und Fans aus aller Welt diesen Ansatz verstehen und schätzen. Nur die enge Zusammenarbeit der Mazda Designstudios in Japan, Europa und den USA hat dies möglich gemacht.

#### Wie sehen Sie die jüngste Entwicklung des Kodo Designs?

Ein wesentlicher Faktor ist die Liebe zum Detail. In der zweiten Phase von Kodo Design geht es um Reinheit und darum, mit möglichst wenigen Elementen ein emotionales Design zu entwerfen. Das funktioniert nur, wenn diese wenigen Elemente auf höchstem Niveau verarbeitet sind. Beim Außendesign verbringen wir viel Zeit damit, alle Elemente in ein Gleichgewicht zu bringen und sicherzustellen, dass die Reflexionen auf den Fahrzeugen aufregend und so perfekt wie möglich sind. Innen stellen wir sicher, dass das Erlebnis für unsere Kunden immer einladend und positiv ist – wenn sie zum ersten Mal ins Auto steigen genauso wie in den Jahren danach. Dazu gestalten wir die gesamte Innenarchitektur präzise, beschränken die Anzahl der Designelemente und verfeinern unsere Materialien bis zur Perfektion. Herausragendes Design geht aber über das Auto selbst hinaus. Wir arbeiten eng mit dem Bereich Brand Style innerhalb der

Design-Abteilung sowie mit Marketing und PR zusammen. Gemeinsam haben wir ein Umfeld für unsere Autos und unsere Marke geschaffen, das den wachsenden Premium-Anspruch von Mazda widerspiegelt. Wir haben dazu Schriften, Grafik, Fotografie und Veranstaltungs-Architektur akribisch abgestimmt. In unserer Liebe zum Detail zeigt sich die Leidenschaft der Designer und unser Vertrauen in die Produkte und die Marke.

#### Wie würden Sie die Entwicklung von Mazda hin zum Highend-Design charakterisieren?

Es ist die logische Folge unseres Strebens nach einer einzigartigen Produkt- und Markenerfahrung. In einer Welt, die sich immer schneller dreht und in der sich Design-Trends ständig ändern, bietet Mazda eine zeitlose, durchdachte und qualitativ hochwertige Lösung. Schönheit funktioniert nur dann, wenn sie mit Leidenschaft, Detailliebe und einem hohen Maß an Demut und Zuversicht erschaffen wird.

Mazda  
Legenden

# RX-7

## 1. Generation



# 1978

Als erfolgreichstes Kreiskolben-Modell ist der RX-7 eine Ikone der 80er. Ein leistungsstarker Motor und avantgardistisches Design machten ihn schnell zum absoluten Renner in Europa und den USA.

# Mazda Legenden

## RX-7 1. Generation

PRODUKTIONSZEITRAUM:  
1978–1985

MOTOR:  
Zwei-Scheiben-  
Kreiskolbenmotor

HUBRAUM:  
2 x 573 cm<sup>3</sup>  
Kammervolumen

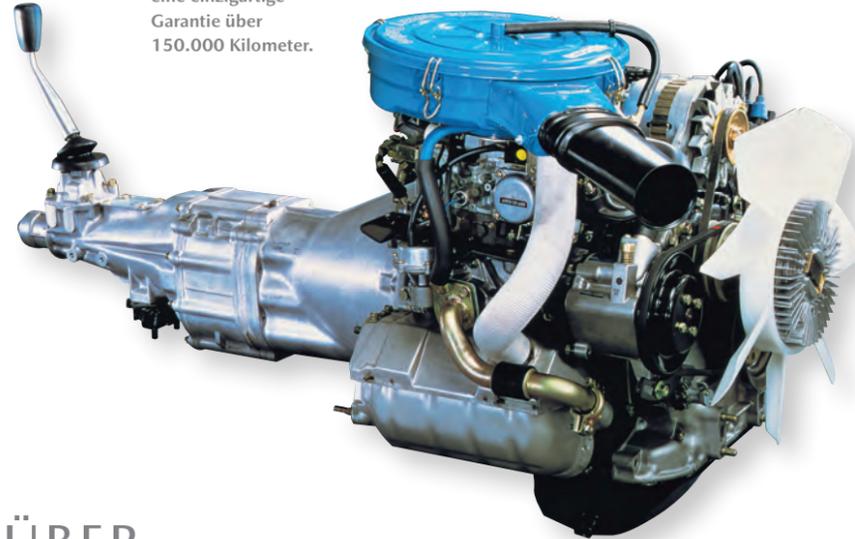
LEISTUNG:  
77 kW/105 PS –  
121 kW/165 PS

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:  
190–217 km/h

LEERGEWICHT:  
ab 1.005 kg

PRODUKTIONSAZAH:  
471.018 Einheiten

Der RX-7 bot  
eine einzigartige  
Garantie über  
150.000 Kilometer.



ÜBER  
**450.000**  
AUTOS WURDEN BIS  
1986 VERKAUFT.

Mit mehr als 100 Siegen bei IMSA-Rennen  
und zahlreichen erfolgreichen Auftritten auf  
den Rennstrecken und Ralleys dieser Welt  
konnte der RX-7 auch die letzten Zweifel an  
der Langlebigkeit und Leistungsfähigkeit des  
Kreiskolbenmotors aus dem Weg räumen.



DETAILS WIE EINE GLÄSERNE HECKKLAPPE  
MACHTEN DEN RX-7 ZUR STILIKONE.



Das Design entsprach voll und ganz dem Zeitgeist und sicherte dem RX-7 eine Platz neben den absoluten Größen im Sportwagenbereich.



Ausklappbare Scheinwerfer  
waren für Sportwagen der Zeit  
ein Muss.



6

## MAZDA MX-5, DIE MARKENIKONE

Nur wenige Autos haben die Welt so im Sturm erobert wie die Roadster-Ikone von Mazda. Seit über 30 Jahren bereitet der MX-5 Fans Freude und ist heute so beliebt wie eh und je. Das Geheimnis seines Erfolgs über vier Modellgenerationen heißt *Jinba Ittai*.

## DIE VERKÖRPERUNG VON JINBA ITTAI

Die Seele eines Autos kommt in der Freude, die man beim Fahren erlebt, zum Vorschein, ganz besonders bei einem Sportwagen. Über die Jahrzehnte hinweg hat Mazda eine Reihe erfolgreicher und beliebter Modelle auf den Markt gebracht. Aber keines sticht so hervor wie der Mazda MX-5 – eine echte Markenikone.

**K**aum ein technologisches Produkt ist so komplex wie das moderne Auto. Seit fast 150 Jahren arbeiten die Ingenieure daran, das Auto immer weiter zu verbessern, schlagen dabei immer neue Wege ein und machen es immer noch komplexer. Doch oft ist es die einfachste Lösung, die am meisten Spaß macht. Nehmen Sie einen leichten, offenen Zweisitzer und geben ihm einen lebhaften Motor und Hinterrad-antrieb – fertig. Jeder Impuls des Fahrers wird in Bewegung umgesetzt, direkt, exakt und verzögerungsfrei. Es hat etwas Ursprüngliches und Aufregendes. Wenn man ein solches Auto durch die engen Kurven einer Landstraße wirft, ist es fast unmöglich, sich das Grinsen zu verkneifen. Die japanische Kultur hat dafür einen Namen: *Jinba Ittai* – das traditionelle Konzept der Einheit von Pferd und Reiter, das zugleich das Fundament von Mazda bildet. Und die reinste Verkörperung dieses Konzepts ist der Roadster MX-5, in Nordamerika als Miata und in Japan als Eunos Roadster bekannt.

Der erste Mazda MX-5 verband das klassische Roadster-Prinzip mit der Zuverlässigkeit japanischer Technik und wurde so zu etwas, das Herz und Verstand gleichermaßen anspricht. Fahrspaß in seiner reinsten Form, ein zeitloses Design, tadellose Zuverlässigkeit und Leichtbau in einem erschwinglichen Paket – das erwies sich als das Rezept für etwas ganz Besonderes. „Dies ist zweifellos einer der bekanntesten Sportwagen der Welt und

eine Freude zu fahren“, sagt das britische Automagazin Top Gear. Was als kleine interne Rebellion begonnen hatte, ist heute für Autofans rund um den Globus eine Ikone der Marke Mazda: Seit vier Generationen zaubert der MX-5 überall auf der Welt ein Lächeln auf die Gesichter. Seine Wurzeln reichen bis ins Jahr 1979 zurück: In einer Zeit, in der der klassische Roadster zu einer bedrohten Spezies geworden war, plante eine kleine Gruppe von Mazda-Mitarbeitern sein Revival.

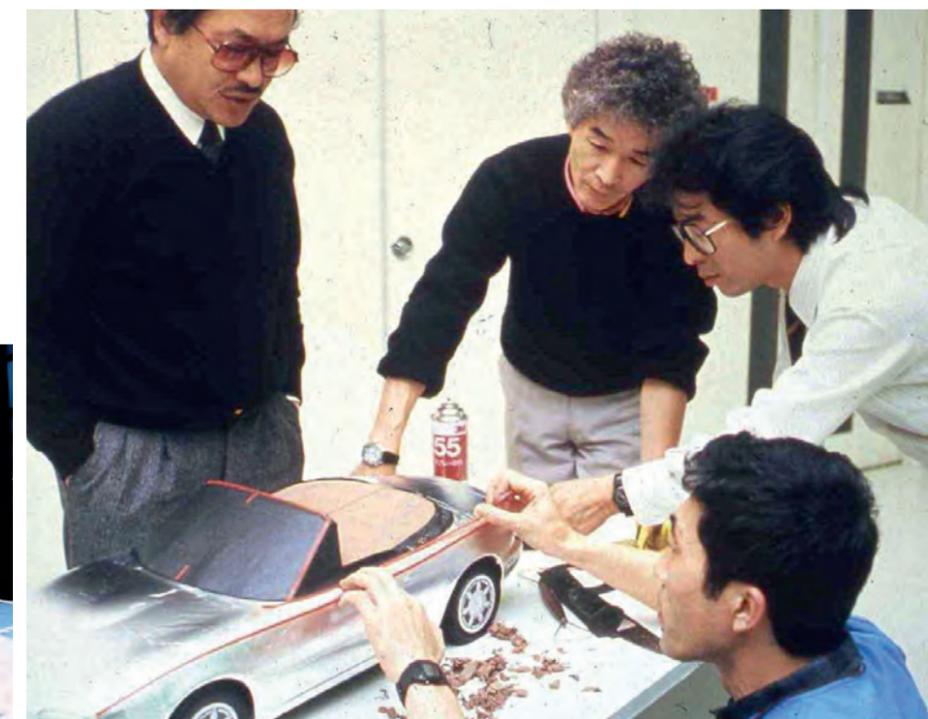
### DIE GEBURT EINER IKONE

„Mr. Hall, was für ein Auto sollen wir als nächstes bauen?“ Mit dieser Frage von Kenichi Yamamoto, damals Leiter der

In Europa wurde das Modell als MX-5 bekannt, in den USA als Miata, und in Japan als Eunos Roadster.



OBEN: Sorgfältig kalibrierte Fahrdynamik ist entscheidend für das *Jinba-Ittai*-Gefühl.



Von der Werkbank zur großen Bühne: die Entwicklung des MX-5 dauerte treffenderweise fünf Jahre.

Forschungs- und Entwicklungsabteilung bei Mazda, ging 1979 alles los. Und natürlich mit der Antwort: „Einen preiswerten Sportwagen, einen einfachen, klassisch-britischen Roadster, den man mit Fliegen zwischen den Zähnen und Wind in den Haaren fährt.“ Die Antwort kam von Bob Hall, einem amerikanischen Automobiljournalisten, der in der Zeit der klassischen Roadster von Austin-Healey, Jaguar, Lotus, MG und Triumph aufgewachsen war. Legendäre Roadster wie der Lotus Elan oder der Triumph Spitfire hatten in den 1960er Jahren als bezahlbare, offene Sportwagen Fahrspaß für die breite Masse gebracht. Doch schon zehn Jahre später begann dieser Traum zu verblassen: Verschärfte Crash-Vorschriften, die Krise der britischen Automobilindustrie und die notorischen Qualitätsprobleme der britischen Roadster hämmerten einen Nagel nach dem anderen in den Sarg des offenen Sportwagens.

In seiner Leidenschaft blieb Bob Hall gleichwohl unbeeindruckt; er war dieser Fahrzeuggattung verfallen, seit er als junger Mann die Roadster seines Vaters gefahren war. Und als er an jenem schicksalhaften Tag von seinem langjährigen Freund Kenichi Yamamoto gefragt wurde, erkannte er die Chance, dieses Segment wieder zum Leben zu erwecken. Der Journalist zeichnete mit rudimentären Strichen einen offenen Zweisitzer auf eine Tafel und erklärte, wie einfach es sei, solch ein Auto mit Hilfe schon bestehender Mazda-Komponenten zu bauen. Die erste Reaktion

des Mazda Manns war eher verhalten. Doch Bob Hall blieb unbeirrt und empfahl seinem Freund eine Ausfahrt mit einem britischen Roadster. Also steuerte Yamamoto einen Triumph Spitfire über die malerischen Straßen rund um Hakone – und war im Anschluss überzeugt: Mazda brauchte einen leichten Sportwagen. Die Beharrlichkeit von Bob Hall hatte sich ausgezahlt. Auch für ihn persönlich, denn er übernahm einen Job im gerade eröffneten Mazda Design Studio in Kalifornien. Bei Mazda tat sich Kenichi Yamamoto mit einigen anderen Befürwortern zusammen und entwickelte die Parameter für die Wiedergeburt des Roadsters: Er sollte leicht und agil sein, genügend Motorleistung besitzen, gut klingen und schön aussehen.

Bis der erste Mazda MX-5 das Licht der Welt erblicken würde, sollte es allerdings noch zehn Jahre dauern. Im Unternehmen gab es Skeptiker, die Fragen nach der Profitabilität eines solchen Nischenmodells stellten. Doch 1984 wurde Yamamoto Präsident der Mazda Motor Corporation – und den Platz, der unterhalb des legendären RX-7 bereits für einen leichten Sportwagen vorgesehen war, gab er dem MX-5 Miata.

Format und Styling des neuen Sportwagens sollten in einem internen Wettbewerb beschlossen werden. Drei Mazda Studios, zwei in Japan und das in Kalifornien, reichten Vorschläge ein: zwei Zweisitzer-Coupés, eins mit Frontmotor und Frontantrieb und eines mit Mittelmotor und Hinterradantrieb, sowie ein ▶

Eine Stilentwicklung: Die Veränderungen von der ersten bis zur vierten Generation (von hinten nach vorne) sind subtil, aber unübersehbar.



## »DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG: NEUE TECHNOLOGIEN EINBAUEN UND GLEICHZEITIG DEN FAHRSPASS ALTER SCHULE BEWAHREN.«

offener Zweisitzer mit Frontmotor und Hinterradantrieb. Kunden und Fans bewerteten die Entwürfe, ehe nach zwei internen Abstimmungsrunden die Wahl auf das kalifornische Team von MANA (Mazda North America) – heute als MRA (Mazda Research of America) bekannt – fiel: Dessen Vorschlag kam dem Geist des klassischen Roadster am nächsten. Zu den internen Juroren gehörte übrigens Bob Hall, der in der Zwischenzeit einen Job in der Forschung und Entwicklung von Mazda übernommen hatte. Sein Traum, den britischen Roadster wieder zum Leben zu erwecken, war Wirklichkeit geworden.

### VIER GENERATIONEN FAHRSPASS

Ein Jahrzehnt nachdem Bob Hall die erste Zeichnung erstellt hatte, feierte im Februar 1989 die Serienversion des ersten Mazda MX-5 Premiere auf der Chicago Auto Show. Kurz danach rollte der MX-5 in die Schauräume – und eroberte die Autowelt im Sturm. Sein charmantes Gesicht, die runden Ecken und die Klappscheinwerfer machten ihn einzigartig und auf Anhieb als echten Roadster erkennbar. Seine inneren Werte untermauerten diesen Status und sollten fortan jede Generation charakterisieren: Ein Vierzylinder-Motor, mit genügend Leistung, um Spaß zu haben, ohne dass das Auto schwierig zu steuern wäre. Ein manuelles Getriebe mit kurzen Schaltwegen für schnelle, knackige Gangwechsel. Ein niedriger Schwerpunkt, Front-/Mittelmotor, Hinterradantrieb und ein straffes Fahrwerk für echtes *Jinba Ittai* Handling. Und eine Abgasanlage, die dem MX-5 einen kehligen Motorsound verlieh.

Nicht einmal die optimistischsten Prognosen konnten vorhersehen, wie erfolgreich diese Mischung sein sollte. Schnell wurde klar, dass die ursprünglich angepeilten 40.000 Einheiten pro Jahr nicht ausreichen würden. In Japan verkaufte Mazda jeden Monat tausende Fahrzeuge, nicht wie erwartet ein paar hundert. In Europa besorgten sich unabhängige Importeure Miatas aus Nordamerika und verkauften sie mit hoher Marge weiter. Als der MX-5 1990 offiziell in Deutschland in den Verkauf ging, war das Jahreskontingent von 2.000 Fahrzeugen innerhalb weniger Tage

ausverkauft. Am Ende des Produktionszyklus hatte Mazda 450.000 Exemplare abgesetzt.

Die Erwartungen waren also hoch, als die zweite Generation des Mazda MX-5 auf der Tokyo Motor Show 1997 vorgestellt wurde. Das Festhalten am *Jinba Ittai* Prinzip war für die Ingenieure und Designer natürlich Pflicht, doch in den Details tat sich etwas. Neue Elektronikkomponenten und Leichtbaumaterialien hoben das technische Niveau, die Klappscheinwerfer verschwanden und machten den Weg frei für ein muskulöseres Erscheinungsbild: Der neue MX-5 war eine gereifte Version seiner selbst. Ein Beifahrerairbag und ein steiferer Rahmen erhöhten die Sicherheit. Die Strategie, den Charme des Modells zu bewahren und nur das Nötige zu ändern, erwies sich als goldrichtig. Als 2005 die dritte Generation in den Startlöchern stand, war die Gesamtzahl der verkauften MX-5 auf über 700.000 gestiegen.

Die in den 2000er Jahren aufkommenden aktiven Sicherheitstechnologien einbauen und gleichzeitig den Fahrspaß alter Schule bewahren: Bei der Entwicklung der dritten Modellgeneration war das die größte Herausforderung. Seitenairbags, eine dynamische Stabilitätskontrolle und größere Bremsen machten das im August 2005 eingeführte Modell sicherer denn je, Ausstattungsmerkmale wie ein schlüsselloses Zugangssystem und ein für offenes Fahren optimiertes Bose Premium Soundsystem mit sieben Lautsprechern sorgten für modernen Komfort. Auch optisch gab sich der neue MX-5 etwas angriffslustiger und energischer, während erstmals eine Variante mit elektrisch bedienbarem Klappdach erhältlich war. Im Kern blieb die dritte Modellgeneration aber der Erfolgsformel treu – ein echter Sportwagen, zum Fahren gebaut.

Dank der Gramm-Strategie zur Gewichtssenkung legte der etwas größere, geräumigere und besser ausgestattete MX-5 gegenüber dem Vorgänger nur geringfügig zu und machte dank der kraftvolleren Motoren beim Fahren so viel Spaß wie eh und je. Als Mazda 2014 – ein Jahr vor dem Start der vierten Modellgeneration – den 25. Geburtstag des MX-5 feierte, näherten sich die Verkaufszahlen der Millionenmarke und besiegelten das Modell als meistverkauften Roadster der Welt. Viele Wettbewerber ►

## MAZDA MX-5, DIE MARKENIKONE



Frontmotor, Hinterradantrieb, eine 50:50 Gewichtsverteilung: Die Grundwerte sind über die Generationen erhalten geblieben.



Enge Kurven oder Stadtalleen – der MX-5 garantiert immer Fahrspaß.

haben versucht, das Erfolgsrezept zu kopieren, aber ohne Erfolg: Bei den erschwinglichen Roadstern ist der Mazda MX-5 der alleinige Champion.

Zum 100. Geburtstag von Mazda ist alles wie gehabt: Die vierte Generation verspricht wie ihre Vorgänger überall pure Freude. Natürlich sind die jüngsten Fortschritte wie die Skyactiv Technologien und die i-Activsense Sicherheitssysteme an Bord, aber das bedeutet nicht, dass das Modell die Verbindung zu seinen Wurzeln gekappt hätte. Im Gegenteil: Das aktuelle Modell ist sogar der leichteste MX-5 seit der ersten Generation. Weil der Motor weiter nach hinten und das Fahrzeug näher Richtung Boden rückte, ist der Schwerpunkt niedriger und das Gewicht besser verteilt. Und das fließende Kodo Design transportiert den MX-5 mit schlankerer Optik und aggressiveren Linien in die Zukunft. Nobuhiro Yamamoto, Programm-Manager der vierten Generation, beschreibt es folgendermaßen: „Mit dem neuen Modell wollten den wahren Kern des MX-5 verstehen. Was mögen die Leute wirklich an diesem Auto? Dann haben wir unsere neuen Technologien dazu genutzt, die Werte zu verwirklichen, nach denen wir

streben. Dabei sind wir unserem Konzept ‚Erneuern, um zu bewahren‘ treu geblieben – ein sehr einfaches Prinzip, das zurück zu den Grundlagen führt. Das Auto vermittelt Schönheit und Spaß. Dinge, die man nicht lernen muss, sondern einfach fühlt. Daran hat sich seit über 30 Jahren nichts geändert, und deshalb lieben die Menschen dieses Auto nach wie vor.“

Über 280 Preise für den MX-5, darunter zahlreiche nationale und globale Auszeichnungen zum Auto des Jahres, zeigen, dass diese Liebe auch von den Automobilkritikern geteilt wird. Das gilt übrigens nicht nur für die Serienversion: Dutzende von Sondermodellen für Japan, Europa und die USA wurden produziert und sind bis heute begehrt. Kein Auto der Welt wird häufiger auf Rennstrecken gefahren als der Mazda MX-5. Und die vielen Konzeptfahrzeuge, die auf seiner Basis entstanden, haben die Faszination für dieses außergewöhnliche Fahrzeug nur noch verstärkt. All dies zeigt: die besten Dinge im Leben sind tatsächlich ziemlich einfach. So einfach wie ein kleiner, leichter, erschwinglicher Roadster. Ein Konzept aus der Vergangenheit, das der MX-5 fit für die Zukunft machte – ein echter Sportwagen und ein echter Mazda. ◀

## DIE LEGENDE AM LEBEN ERHALTEN

In Westen ist die Restaurierung klassischer Fahrzeuge durch den Hersteller Alltag, in Japan hingegen ein neues Konzept. Doch so wie der MX-5 den Blick der Welt auf das vergessene Roadster-Segment veränderte, hat eine Initiative von Mazda zur Restaurierung von Modellen der ersten MX-5-Generation auch dieser Idee in Japan zum Durchbruch verholfen. Im Januar 2018 nahm ein Team erfahrener Techniker von Mazda Engineering & Technology die Arbeit auf, einer Tochtergesellschaft für Karosserieentwicklung und -forschung, Konzeptfahrzeuge und andere Sondereditionen. Seitdem werden rund sechs Fahrzeuge pro Jahr wieder auf Vordermann gebracht.

Das erste Fahrzeug, das vom Restaurierungsteam fertiggestellt wurde, nahm dem stolze Besitzer im August 2018 in feierlichem Rahmen in der Unternehmenszentrale in Hiroshima entgegen. Der Kunde hatte seinen V Special 26 Jahre zuvor in nagelneuem Zustand gekauft und entschied sich für die Restaurierung, um auch in Zukunft noch viel Freude an seinem Fahrzeug zu haben. Er sagte, er wolle das Fahrzeug gerne noch weitere 20 Jahre fahren und es dann Mazda schenken. Es ist diese Leidenschaft – von Kunden genauso wie von Designern und Ingenieuren – die die Entwicklung des MX-5 von Beginn an antreibt und noch immer bestimmt.

Nobuhiro Yamamoto, Markenbotschafter und früherer Program Manager des MX-5, stellt persönlich sicher, dass die in Japan restaurierten NA Roadster fit für die Straße sind.



Mazda  
Legenden

# RX-7

## 3. Generation



# 1991

Noch im gleichen Jahr wie der bedeutende Sieg in Le Mans brachte Mazda die dritte Generation des RX-7 auf den Markt – der ultimative Sportwagen.

# Mazda

---

## Legenden

### RX-7 3. Generation

PRODUKTIONSZEITRAUM:  
1991–2003

MOTOR:  
Zwei-Scheiben-  
Kreiskolbenmotor mit  
Twin-Turbo

HUBRAUM:  
2 x 654 cm<sup>3</sup>  
Kammervolumen

LEISTUNG:  
176 kW/240 PS -  
206 kW/280 PS

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:  
250 km/h  
(elektronisch limitiert)

LEERGEWICHT:  
ab 1.240 kg

PRODUKTIONSAZAH:  
68.589 Einheiten



DIE LEISTUNG DER DRITTEN  
GENERATION REICHTE  
AN DIE VON  
SUPERSPORT-  
WAGEN HERAN.



Dank Twin-Turbolader erreichte  
der RX-7 der dritten Generation  
bis zu 280 PS.



Mit einer Aluminium-Doppel-  
querlenkung und vielen  
weiteren Leichtbauelementen  
konnte der RX-7 der dritten  
Generation sein Leistungs-  
gewicht optimieren.



Wer Auto-Videospiele mag kennt  
unweigerlich die extrem sportliche  
Silhouette des RX-7 der dritten  
Generation.



## MAZDA – EINE EMOTIONALE ERFAHRUNG

Manche Autos sind dazu da, Menschen oder Güter zu transportieren. Autos von Mazda sind dazu da, gefahren zu werden. Ob es um das Design geht, das Handling oder den Motor – Mazda will nicht einfach nur Bedürfnisse erfüllen, sondern Faszination hervorrufen. Dass dies gelingt, lässt sich an der riesigen Gemeinschaft von Mazda-Fans in aller Welt ablesen. Hier folgen einige Highlights aus der Mazda Fan-Szene.

# 7

## MARKEN-FASZINATION

Nur wenn es eine Marke schafft, Menschen und Orte zu berühren, wird sie lebendig. In diesem Kapitel erleben wir einige Beispiele, wie Fans, Veranstaltungen und sogar die Popkultur von Mazda beeinflusst worden sind.

### EINZIGARTIGE FAHRERLEBNISSE

Ein tolles Auto auf einer wunderschönen Straße: Für Autohersteller gibt es wohl keine bessere Möglichkeit, ihr Produkt zu präsentieren. Mit besonderen Fahrveranstaltungen macht Mazda genau das – und bietet den Fans dabei die Möglichkeit, ihre Lieblingsautos auf einzigartige Weise zu erleben. Mazda Motors Deutschland beispielsweise lud sieben Fans zur „Kurve deines Lebens“ nach Norwegen ein. Sie hatten zuvor ihr Fahrtalent bei einer Qualifikationsveranstaltung unter Beweis gestellt und konnten nun auf einer dreitägigen Fahrt von Bergen nach Kristiansund in einem Mazda MX-5 RF die raue Schönheit der norwegischen Westküste erkunden. „Kurviger geht es nicht“, kommentierte ein glücklicher Teilnehmer die Reise.

Weniger sportlich, aber ebenso spannend war die Aktion „My Magic Road Trip“ von Mazda Switzerland, bei der Mazda-Fans einen CX-5 auf einer von drei ausgewählten Routen durch spektakuläre Schweizer Landschaften an abgelegene Orte

steuerten. So verbrachte ein Paar die Nacht in einem extra aufgebauten Design-Würfel an einem einsamen Bergsee – sternklarer Himmel und atemberaubender Sonnenaufgang inklusive. Die Aktion „Epic Drives“ von Mazda UK macht die Faszination Mazda auf andere Weise erlebbar. Im Rahmen einer Filmreihe platziert Mazda verschiedene Modelle in außergewöhnlichen Umgebungen. Etwa ein Mazda CX-5 AWD in seiner Serienversion, der als erstes Fahrzeug den sibirischen Baikalsee erfolgreich überquerte. In enger Zusammenarbeit mit dem dortigen Naturreservat und seiner Direktoren Irina Lyasota hatte Mazda sichergestellt, dass das Ökosystem dieses UNESCO Welterbes durch das Event nicht beeinträchtigt wurde. Ein von Mazda in Auftrag gegebener Film zeigt den Baikalsee aus der Sicht von Irina: Mit ihrer Leidenschaft für den See und seine Umgebung blickt sie auf ganz besondere Weise auf die Ökologie, die Geschichte und die Zukunft dieses Naturschauspiels.



Beim Goodwood Festival of Speed scheinen 2015 zwei Mazdas in den englischen Himmel zu rasen.

## FEIERN UND FÖRDERN: MAZDA IM MOTORSPORT

Konventionen in Frage stellen und nach Einzigartigkeit streben – der Challenger-Spirit von Mazda spiegelt sich auch in den Motorsportaktivitäten der Marke wider. Dem weltberühmten Goodwood Festival of Speed in Südengland drückte Mazda 2015 seinen Stempel auf. Dem japanischen Autohersteller war die spiralförmige, 40 Meter hohe Skulptur aus 120 Tonnen Stahl gewidmet, die an der Spitze zwei Mazda-Ikonen trug: einen LM55 Vision Gran Turismo, entworfen für das bekannte Videospiel, und den Mazda 787B, der 1991 die 24 Stunden von Le Mans gewonnen hatte – als erstes japanisches Auto und als erstes und einziges Fahrzeug mit Kreiskolbenmotor. In Goodwood konnte er sich mal wieder die Beine vertreten: Zusammen mit dem Mazda 787 #2 nahm er am „Hill Climb“ vor dem Goodwood House teil. Die Zuschauer jubelten, als sie den beeindruckenden Klang des berühmten Vierscheiben-Kreiskolbenmotors hörten.

Aber das Motorsport-Engagement von Mazda geht weit über die eigene Rennhistorie hinaus. In Form des MX-5 bietet Mazda eine erschwingliche, aber auch sehr leistungsfähige Rennwagen-Option an und ist damit zu einer wichtigen Stütze des „Graswurzeln“-Motorsports geworden. Auf Rennstrecken in aller Welt kommen Fahrer von Mazda-Fahrzeugen in den Genuss temperamentvoller Leistung, agilen Handlings und hoher Zuverlässigkeit und können ihren Traum vom leistungsorientierten Fahren verwirklichen.

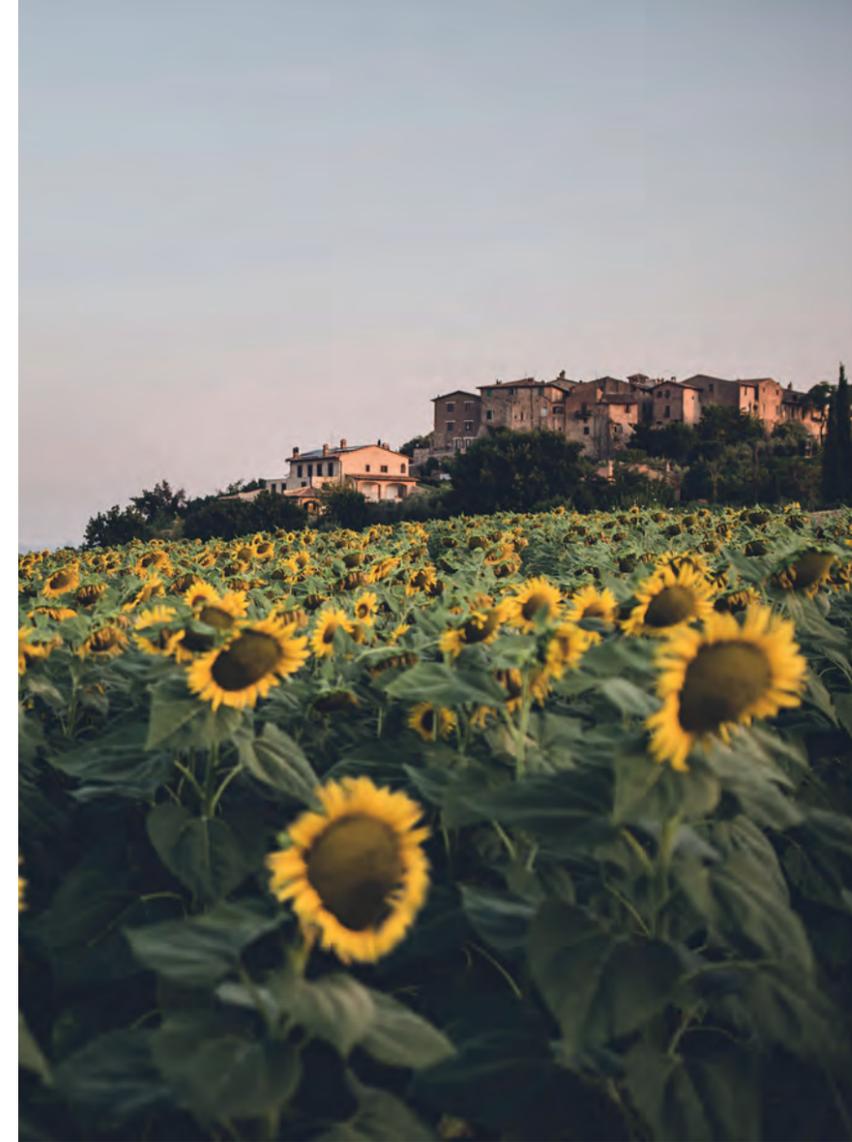
Der Global MX-5 Cup ist eines von zahlreichen Beispielen für Mazdas Motorsport-Engagement. MX-5-Rennen gab es schon 1989, als das Champion's Race den Macao Grand Prix eröffnete.



## MAZDA IN DER POPKULTUR

Autos sind ein fester Bestandteil der heutigen Popkultur – jedenfalls die faszinierenderen. Eine Tatsache, die Mazda begrüßt und fördert: Mazda Motors Deutschland zum Beispiel hat mit der „Mazda Garage“ eine kreative Möglichkeit entwickelt, Fans in den neuen Medien zu unterhalten. In der YouTube-Serie bereiten die Gastgeber Det Müller, Cyndie Allemann und Gerrit Behage besonderen Mazda Modellen eine Bühne. Sie restaurieren beispielsweise einen Mazda Cosmo Sport und nehmen an der Oldtimer-Rallye teil oder tunen einen MX-5 der ersten Generation, um mit ihm einen neuen Rekord für die meisten Kurvenfahrten in zwölf Stunden aufzustellen. Mit Millionen von Aufrufen hat sich das unorthodoxe Format mit bislang drei Staffeln als Überraschungserfolg erwiesen; die zweite Staffel war der zweiterfolgreichste Automotive-Kanal bei YouTube.

Darüber hinaus taucht Mazda immer wieder in populären Medienformaten auf. Die häufigsten Gastauftritte haben natürlich die Sportmodelle Mazda RX-7 und MX-5; zu sehen waren sie unter anderem in Filmen wie „The Fast and the Furious“, in TV-Serien wie „Malcolm mittendrin“ oder in Musikvideos wie dem für den Song „Bebot“ von den Black Eyed Peas. Auch Videospiele gewinnen immer mehr an popkultureller Relevanz, und es ist alles andere als überraschend, dass Mazda Modelle in beliebten Rennspielserien wie Forza Horizon, Gran Turismo oder Need for Speed in großer Zahl vertreten sind.



## MIATALAND

In Piedicolle, einem kleinen italienischen Dorf südlich von Perugia, wartet ein Paradies für MX-5-Fans: Miataland, das weltweit einzige dem MX-5 gewidmete Luxusressort. Hier teilt Andrea Mancini seine intensive Leidenschaft für den MX-5 Miata – und einige der 30 Modelle seiner Sammlung – mit Gleichgesinnten.

## DER MAZDA MX-5 VEREINT ROADSTER-FANS IN ALLER WELT

Ein Sportwagen für alle, der den Fahrspaß eines Roadsters mit japanischer Zuverlässigkeit kombiniert – das ist seit der ersten Generation das Erfolgsrezept für den Mazda MX-5. Dieser kleine Sportwagen hat nicht nur das totgegläubte Segment traditioneller Roadster wiederbelebt, sondern Fahrspaß für die breite Masse erschwinglich gemacht und in der ganzen Welt eine unglaubliche Anzahl an Fans gewonnen. Und diese Fangemeinde hat sich als äußerst aktiv erwiesen. Von Anfang an gründeten MX-5 Besitzer und Bewunderer Fanclubs, organisierten gemeinsame Veranstaltungen, stellten Weltrekorde auf – oder gingen einfach gemeinsam auf Tour, um das Leben mit dem Roadster zu feiern.

Einer der größten Clubs in Europa ist der Registrato Italiano Mazda MX-5 mit über 5.000 Mitgliedern. Seit seiner Gründung im Jahr 1995 hat er, in Zusammenarbeit mit Mazda und dem italienischen Händlernetz, 78 regionale und nationale Rallies organisiert und die Veranstaltungen ausländischer MX-5 Clubs

unterstützt. Die holländischen MX-5 Fans stellten sogar einen Guinness Weltrekord auf. Am 15. Juni 2013 bildeten 683 MX-5 auf den Straßen rund um das RDW-Testzentrum in Lelystad die längste Fahrzeugkolonne der Welt. Auch den bis dahin gültigen Rekord hatten Mazda-Fans aufgestellt, als sich 2010 in Essen 459 MX-5 zur Parade getroffen hatten. Natürlich gibt es auch in Japan eine riesige Fan-Szene. Zum 20. Geburtstag des MX-5 im Jahr 2009 kamen mehr als 1.600 MX-5 und 2.500 Fans aus Japan und aller Welt auf dem Mazda-Testgelände Miyoshi in Hiroshima zusammen, um den Roadster gebührend zu feiern.

Zum 100. Geburtstag blickt Mazda mit Dankbarkeit auf die andauernde Leidenschaft seiner Fans. Sie sind die ultimative Bestätigung, dass es immer richtig war, gegen den Strom zu schwimmen. Denkwürdige Erlebnisse mit einzigartigen Autos und inspirierenden Fans – was kann ein Autohersteller mehr erreichen?

# FAMILIENBANDE

Hier liegt die Mazda-Leidenschaft in der Familie: Gemeinsam mit seinen Söhnen Joachim und Markus gründete Walter Frey das erste (und bisher einzige) öffentlich zugängliche Mazda-Museum. Heute pilgern Mazda-Fans aus aller Welt ins süddeutsche Augsburg, um die Geschichte von Mazda anhand der ausgestellten Autos zu erleben. Warum? Das erklärt Familie Frey selbst.



Joachim, Walter, und Markus Frey (von links): das Mazda Classic Museum ist eine Familienangelegenheit

## Was ist Ihre persönliche Geschichte mit Mazda?

**Walter Frey:** Ich war 24 Jahre alt, als ich beschloss, ein Autohaus zu eröffnen und merkte schnell, dass Mazda meine Marke ist. Als Elektriker-Meister fand ich den Wankelmotor sehr spannend, und nur Mazda hatte diesen im Programm.

## Wie entstand daraus das Mazda Classic Museum?

**Walter Frey:** Das Museum ist ein Auswuchs unserer persönlichen Sammlung. Wir lieben Mazda-Autos schon immer,

und irgendwann dachten wir: Warum nicht diese tollen Modelle auch anderen Mazda-Begeisterten zugänglich machen? **Markus Frey:** Zuerst war das nur für uns selbst gedacht. Aber als wir ein geeignetes Grundstück gefunden und mit dem Umbau begonnen hatten, schaltete sich Mazda ein. Da wurde uns klar, dass wir das auch für die Öffentlichkeit umsetzen können.

## Was sind die besonderen Highlights der Ausstellung?

**Markus Frey:** Schwer zu sagen, selbst die alltäglichsten Modelle können für manche Besucher ein Highlight sein. Ich werde zum Beispiel nie den Moment vergessen, als die Chefsekretärin des Geschäftsführers von Mazda Deutschland zum ersten Mal ins Museum kam, einen Mazda 323, Baujahr 1978, sah, und rief: „Das ist mein erstes Auto!“ Für sie hatte dieses Modell eine besondere emotionale Bedeutung, und das gilt auch für viele andere Besucher. Schließlich sind die meisten, die hierherkommen, keine Auto-Historiker, sondern Mazda-Fans, genau wie wir.

**Joachim Frey:** Jedes Auto hier hat eine Geschichte, das ist für uns das Wichtigste. Hier gibt es zum Beispiel ein Auto, das ein guter Freund von Markus selbst von Trave-münde nach Augsburg gefahren hat – bei einem Auto mit einem 50 Jahre alten Motor ein ganz schönes Abenteuer. Oder der Mazda Roadpacer aus Neuseeland: Jemand, der dort lebt und unser Museum kannte, kam auf uns zu und erzählte uns,



dass er dieses tolle Modell gefunden hatte. Und nicht nur das, er würde auch den Kauf für uns abwickeln und das Auto zum nächsten Hafen fahren.

**Walter Frey:** Das war ein völliger Unbekannter, und trotzdem nimmt er diese Mühe auf sich – einfach, weil er ein Mazda-Fan ist und unser Museum gut findet. Seitdem haben wir uns mehrmals persönlich getroffen. Für mich ist das ein Zeichen dafür, wie die Begeisterung für Mazda Menschen auf der ganzen Welt zusammenbringt. Und mit der heutigen Technologie ist es einfacher denn je, in Kontakt zu bleiben. Toll, um die Beziehung zu anderen



Mazda-Verrückten zu pflegen, aber auch, um neue Schätze für das Museum ausfindig zu machen.

## Was macht Mazda für Sie so besonders?

**Markus Frey:** Mazda macht Dinge schon immer anders. Entweder liebt man diese Andersartigkeit, oder man kann damit gar nichts anfangen. Im Fall von Mazda scheint aber die Liebe zu überwiegen.

**Joachim Frey:** Mazda-Fans sind leidenschaftlich, manchmal sogar ein bisschen verrückt. Ein Beispiel: Zum 30. Jubiläum des Mazda MX-5 haben viele Fanclubs ihre Treffen hier abgehalten. Zu dieser Ge-

Das Mazda Classic Museum zeigt eine Mischung aus außergewöhnlichen und alltäglichen Mazda-Modellen.

legenheit kam der ehemalige MX-5 Programm Manager, Nobuhiro Yamamoto, zu Besuch – das allein gäbe es wohl bei keinem anderen Hersteller. Als die Fans ihn sahen, waren sie nicht mehr zu bremsen. Sie ließen ihn überall unterschreiben: Auf dem Handschuhfach, im Motorraum, alles was ihnen in den Sinn kam. Und er hat das gerne gemacht. In solchen Momenten merkt man: Wir sind zwar selbst eine Familie von Mazda-Verrückten, aber eben auch Teil der größeren Mazda-Familie. Erlebnisse wie diese, in denen man die geteilte Leidenschaft für die Marke spürt – das macht das Museum wirklich wertvoll. ◀

# MAZDA HIGHLIGHT-MODELLE



Mazda-Go  
1931



R360 Coupé  
1960



Carol  
1962



Luce  
1966



Cosmo Sport 110S  
1967



Luce R130 Coupé  
1969



616/RX-2  
1970



RX-3  
1971



RX-4  
1972



Chantez



RX-5  
1975



Roadpacer



323  
1977



929



RX-7  
1978



929 Coupé  
1981



RX-7 Cabriolet  
1987



323 F  
1989



MX-5 NA



Autozam Carol



Eunos Cosmo  
1990



121



MX-3  
1991



RX-7  
1991



Autozam AZ-1  
1992



Xedos6



323 F  
1993



Demio  
1996



MX-5 NB  
1998



Mazda6  
2002



Mazda3  
2003



RX-8



MX-5 NC  
2005



Mazda5



CX-7  
2006



Mazda2  
2007



CX-5  
2012



Mazda6



Mazda2  
2014



MX-5 ND  
2015



CX-3



CX-5  
2017



Mazda3  
2019



CX-30



MX-30  
2020

---

## IMPRESSUM

Mazda Motor Europe GmbH  
Public Relations  
Hitdorfer Strasse 73  
51371 Leverkusen  
Deutschland

Umsetzung: Nicolas Valeano,  
Storymaker GmbH,  
autodrom publications

Druck: paffrath print & medien gmbh  
Auf dem Knapp 33-53  
42855 Remscheid  
Deutschland

