

Interview Jan Ykema und Heide Porten: „Mash ist anders als andere“

Von Jens Riedel, cen

Mash ist 2012 mit dem Verkauf von Leichtkrafträdern in Frankreich gestartet, wo die Marke inzwischen Marktführer in der 125er-Klasse ist. 2014 begann der Export auch in andere europäische Länder. Bislang wurden rund 45.000 Fahrzeuge in 26 Länder abgesetzt. Die Modellpalette deckt inzwischen ein Spektrum von 50 bis 650 Kubikzentimeter Hubraum ab. Das Auto-Medienportal sprach anlässlich der Präsentation der X-Ride 650 mit Benelux-Importeur Jan Ykema und Deutschland-Geschäftsführerin Heide Porten, die jeweils zur Hälfte die deutsche Mash-Motors GmbH halten.

Herr Ykema, Hat Corona die Markteinführung der X-Ride verzögert?

Jan Ykema: Nein, wir liegen in der Zeit. Die Entwicklung war fertig. Das einzige Problem war, dass wir nicht wussten, wie viele Maschinen für die jetzt erfolgten Auslieferungen vorbestellt werden sollten, da Corona gerade angefangen hatte und die Märkte unsicher waren, und wegen des Lockdowns wurde natürlich die Produktion heruntergefahren. Deshalb haben wir etwas weniger Fahrzeuge als ursprünglich geplant. Alle gebauten Maschinen sind aber an die Importeure ausgeliefert worden und zum Großteil an Kunden verkauft worden. Ab Februar sollten dann auch die Euro-5-Versionen verfügbar sein.

Um den Motor gibt es jede Menge Gerüchte. Man liest immer wieder, es handelt sich um einen chinesischen Lizenzbau des alten Honda-Dominator-Motor. Was können Sie dazu sagen?

Als wir mit dem Projekt begonnen haben, haben wir alle Ein-Zylinder-Motoren 600 bis 800 Kubik eingehend studiert. Wir haben uns dann für ein Hub-/Bohrungsverhältnis von 100 mal 82 Millimetern und ein Verdichtungsverhältnis von 8,8 entschieden. Das bietet aus unserer Sicht eine hohe Zuverlässigkeit und niedrige Vibrationen. Ein großer japanischer Hersteller hat vor einigen Jahrzehnten die gleiche Wahl getroffen. Wir haben den Motor so entwickelt, dass er Euro-5-fähig ist.

Was macht die Marke Mash aus?

Mash baut Modelle, die andere Hersteller nicht bauen. Nehmen Sie nur unser Family Side. Wo sonst gibt es ein fertiges Gespann für 9000 Euro? Firmengründer Ferdinand Fourgeaud hatte 2012 gemeint, dass etwas auf dem Motorradmarkt fehlt. Ein richtiges Retro-Modell hat es aus seiner Sicht damals nicht gegeben. Deshalb hat er mit der Mash Seventy angefangen. Im ersten Jahr hat er 800 Stück verkauft, aber bekam aus allen Ländern Nachfragen. Es ist einfache Technik, aber sie funktioniert eben immer und ist einfach zu warten. Dazu kommt ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

Bei der X-Ride spricht der Hersteller von einer Mash 2.0. Was heißt das, denn den Motor kennen wir ja schon von der Dirt Track?

Wir haben in den vergangenen Jahren hart an der Weiterentwicklung der Marke gearbeitet. Bei der Qualität haben wir einen großen Sprung gemacht und werden in den nächsten Monaten noch viele neue Modelle auf den Markt bringen. Die X-Ride ist erst der Anfang.

Wie wichtig ist der deutsche Markt?

Er ist sehr wichtig für Mash. Deshalb ist es auch wichtig, dass wir in Deutschland ein Unternehmen gegründet haben, dass nur Mash allein macht. Das Wachstum ist enorm. Wir haben dieses Jahr um 100 Prozent zugelegt und mit den neuen Modellen erwarten wir für nächstes Jahr sogar noch mehr.

Frau Porten, der Motorradmarkt hat sich trotz Corona hierzulande ja sehr gut entwickelt. Wie stark hat Mash speziell vom 125er-Boom profitiert?

Heide Porten: Sehr stark. Alle unsere Leichtkrafträder wurden richtig stark nachgefragt. Besonders aber das preisgünstigste, die Seventy. Sie ist mit unter 2300 Euro gerade bei den Einstiegern, die den Führerschein B 196 gemacht haben, nachgefragt. Aber auch die Black Seven verkauft sich gut.

Welche Kunden spricht Mash vor allem an?

Es sind hauptsächlich die geburtenstarken Jahrgänge, also 60er- bis Anfang der 70er-Jahre. Es sind auch Leute, die wollen den ganzen Elektronik-Schnickschnack nicht haben, sondern einfache Technik. Die Jugend ist noch etwas verhalten. Klar, die wollen was Cooles und Modernes haben, was auffällt.

Die kleinste Mash ist die Fifty, ein klassisches Schalt-Moped, wie es in der Kleinkraftradklasse so gut wie gar nicht mehr gibt. Wie ist die Nachfrage?

Die verkauft sich gut. Sie wird viel von Schülern oder etwas älteren Auszubildenden genutzt, die damit zum Unterricht oder zur Lehrstelle fahren. Für die ist Fifty interessant.

Ich hätte jetzt gedacht, dass das eher etwas für Wohnmobilmfahrer oder Yachtbesitzer wäre, die damit am Urlaubsort unabhängiger wären?

Wohnmobilmfahrer greifen eher zur Black Seven. Die ist da sehr beliebt, ob als 125er oder mit 250 Kubik.

Mash ist – von Ural einmal abgesehen – der einzige Hersteller, der ab Werk ein Gespann anbietet. Und das auch noch für rund 9000 Euro. Wie ist da die Nachfrage?

Also, das Gespann verkauft sich in Deutschland – gerade zu dem Preis – richtig gut. Es ist ja sehr ansehnlich, man fällt damit auf, die Leute drehen sich danach um. Sicher, 27 PS sind nicht viel, aber es ist halt auch ein Zweitfahrzeug für kleine Spritztouren in die Umgebung. Es gibt aber auch Besitzer, die fahren damit wegen des zusätzlichen Platzes in den Urlaub – und es gibt Leute, die bauen den Sitz aus und nehmen ihren Hund mit. Das habe ich aus vielen Anfragen erfahren.

Welche Mash verkauft sich in Deutschland am besten?

Unser Bestseller ist die Mash Seventy 125 Kubik. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Mash X-Ride 650.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mash



Jan Ykema.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Heide Porten.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Mash Fifty.

Foto: Auto-Medienportal.Net
