

Mazda-Autohäuser in neuem Design

Mazda hat neue Richtlinien für Exterieur und Interieur seiner Autohäuser erlassen. Bereits im vergangenen Jahr startete die Marke in einer Pilotphase mit der Modernisierung der Mazda-Autohäuser in Deutschland. Aktuell erfährt das Erscheinungsbild im Handel eine leichte Anpassung, die sich auf die Hintergrundfarbe des Mazda-Logos, die Farbe des Händlernamens sowie auf das Markenlogo bzw. den Namensschriftzug beziehen. Die Farbe Schwarz rückt hier stärker in den Vordergrund.

Im Außenbereich zählen das Fassadenband im Mesh-Design mit Logo und Händlernamen – beide mit LEDs bestückt – sowie das Eingangelement im Mesh-Design zu den Pflichtelementen. Als weitere Komponente kommt der Mazda-Pylon hinzu.

Zu den Merkmalen im Innenbereich gehören eine Customer Interaction Unit (CIU) mit Pendelleuchten als Annahmetheke oder als Verkäuferarbeitsplatz, eine lineare LED-Beleuchtung über den ausgestellten Fahrzeugen, eine Lichtwand, ein Flatscreen-TV, Farbdisplays, Fahrzeugbeisteller, ein Innenlogo sowie eine Kundenwartezone mit Designer-Möbeln. Hinzu kommen verschiedene optionale Bestandteile wie beispielsweise Fliesen, Felgendisplay und „Mazda Schauraum-TV“. Je nach Größe des Betriebes liegen die Kosten zwischen 30 000 und 70 000 Euro. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel



Mazda-Händler.



Mazda-Händler.



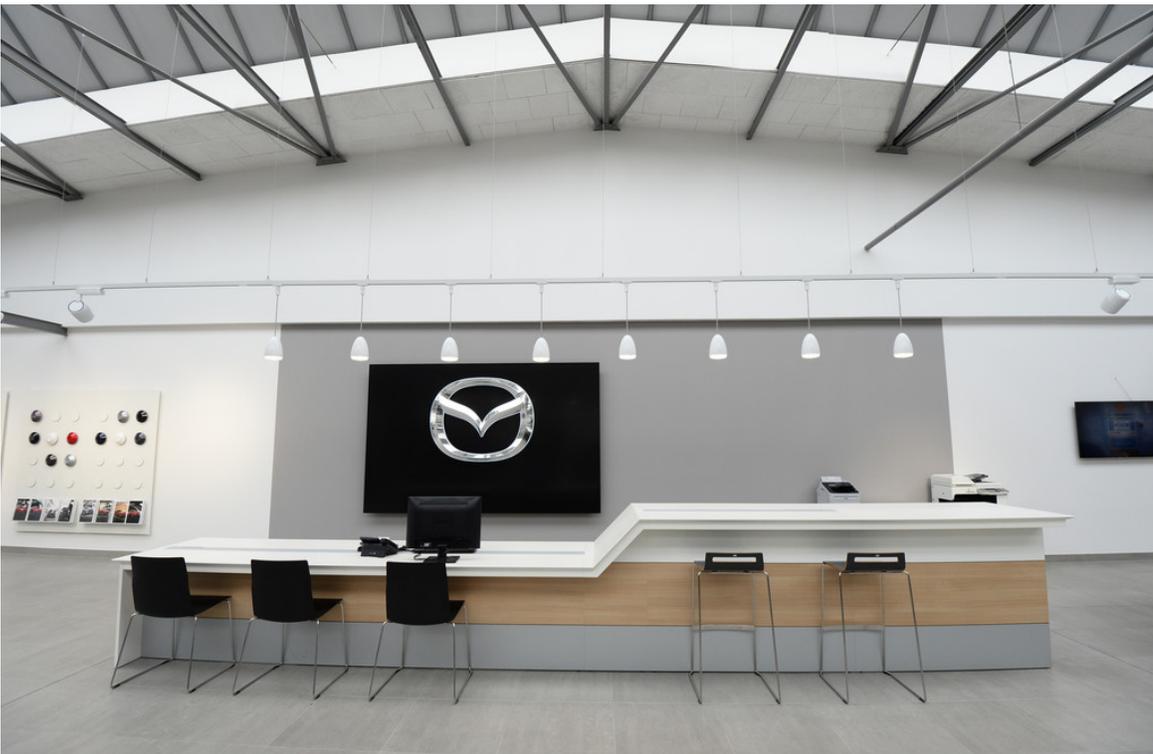
Mazda-Händler.



Mazda-Händler.



Mazda-Händler.



Mazda-Händler.



Mazda-Händler.
