

35 JAHRE MAZDA MX-5



→ Fakten

- *Weltpremiere am 9. Februar 1989 auf der Chicago Auto Show
- *Bei der Markteinführung lediglich in einer Variante mit 115 PS erhältlich
- *Klassische Sportwagentechnik mit Hinterradantrieb, das Front-Mittelmotor-Layout sorgte für eine ideale Balance zwischen Vorder- und Hinterachse
- *Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Roadsters bilden die vier Modellgenerationen („NA“, „NB“, „NC“ und aktuell „ND“) ab
- *Schon vor der Europa-Premiere auf der IAA 1989 in Frankfurt und der Markteinführung hierzulande im Frühjahr 1990 entstand ein Hype um den Zweisitzer, der dazu führte, dass Interessenten bereit waren, hohe Aufschläge auf den fairen Einstiegspreis von 35.500 D-Mark zu zahlen; wegen der geringen Produktionskapazitäten war das für Deutschland vorgesehene Jahreskontingent innerhalb von drei Tagen ausverkauft
- *Seit 1995 im New York Museum of Modern Art ausgestellt

→ Favoriten

TOP 1

Die ersten (gedanklichen) Schritte des MX-5 sind so heute kaum mehr in der Automobilindustrie vorstellbar: Kenichi Yamamoto, der damalige Leiter der Forschungs- und Entwicklungsabteilung bei Mazda, fasste im Februar 1979 das Ergebnis eines Brainstormings mit dem Publizisten Bob Hall zusammen: Es ist Zeit für ein **REVIVAL** des Roadsters. Nachdem Yamamoto fünf Jahre später Präsident der Mazda Motor Corporation wurde, nahm die Entwicklung des MX-5 an Fahrt auf. Unter den eingereichten Designstudien waren auch Entwürfe mit Frontantrieb sowie Mittelmotor. Die Entscheidung fiel jedoch für einen Vorschlag aus dem Mazda-Designstudio in Kalifornien, das einen Roadster mit Front-Mittelmotor und Heckantrieb favorisierte.



TOP 2

Die erste Generation des MX-5 („NA“) avancierte bis zum Produktionsende 1998 mit 431.506 gefertigten Einheiten zum seinerzeit weltweit meistverkauften Zweisitzer. Der Nachfolger („NB“) setzte die **ERFOLGSSTORY** des Roadsters mit insgesamt 290.123 Exemplaren bis 2005 fort. Beim MX-5 Nummer drei ergänzte ein Roadster Coupé mit elektrisch versenkbarem Hardtop die Modellpalette. Der „NC“ konnte sich in einem schwieriger werdenden Marktumfeld mit 231.632 Fahrzeugen bis zu seiner Wachablösung im Jahr 2015 behaupten. Seitdem unterschrieben mehr als 250.000 Fans des japanischen Roadsters Kaufverträge für die aktuelle vierte Modellgeneration („ND“), bei der mit dem MX-5 RF eine Variante im Fastback-Design mit vollautomatischem Dachsystem das Portfolio erweitert. Das „Lebensgefühl MX-5“ konnte mittlerweile auch in global über 300 TV- und Kinofilmen „aufgesaugt“ werden.

TOP 3

Der MX-5 ist der **WELTWEIT ERFOLGREICHSTE ROADSTER** aller Zeiten: Von den bisher 1.210.661 im Werk Ujina in Hiroshima vom Band gelaufenen Exemplaren wurden mehr als 40 Prozent (532.867 Einheiten) nach Nordamerika exportiert (dort heißt der MX-5 „Miata“). Nach Europa gingen 391.177 Fahrzeuge, davon erfolgten 143.000 Zulassungen alleine in Deutschland (über die Hälfte davon sind noch auf den hiesigen Straßen unterwegs). Auf dem Heimatmarkt in Japan (hier wird der Sportler als Mazda Roadster bzw. anfangs als Eunos Roadster vermarktet) verblieben 225.462 Modelle. Im Mai 2000 zeichnete das Guinness Book of World Records den MX-5 nach 531.890 produzierten Fahrzeugen erstmals als global meistverkauften zweisitzigen Sportwagen aus. Darüber hinaus darf sich der Japaner damit schmücken, dass er das um 1990 herum fast ausgestorbene Fahrzeugsegment „Roadster“ wieder zum Leben erweckte.



→ Fazit

Blicke ich auf die vielen stämmigen SUV's auf den Straßen, das ausgedünnte Angebot an Coupés und Cabrios der Hersteller, sowie die steigende Zahl an emotionslosen Elektroautos, dann kommt mir der MX-5 wie ein Relikt aus besseren automobilen Zeiten vor. Danke Mazda, dass Ihr den Roadster weiterhin anbietet, obwohl seine Verkaufszahlen mittlerweile auf ein Niveau gesunken sind, auf dem diverse andere Hersteller schon die Notbremse gezogen hätten. Die Japaner gehen aber (zum Glück) häufig andere Wege, wie zum Beispiel turbolose Benziner oder die neuentwickelte Sechszylinder-Verbrenner-Generation beweisen (auch dafür danke, Mazda!). Und stärken damit den Charakter ihrer Marke sowie ihrer Modelle. Ein wesentlicher Aspekt in Zeiten, wo keiner so recht weiß, wohin der Weg der Automobilindustrie – auch und gerade mit Blick auf die Elektromobilität – führt. Solange die Händler Modelle wie den MX-5 als Neufahrzeuge verkaufen (können), werden Automobile nicht nur mit dem Kopf, sondern vielmehr auch mit dem Herz angeschafft!



(Alle Bilder: Mazda)