



NEWS – MAZDA AUSTRIA

Von den Anfängen bis heute: Die Geschichte des Mazda Logos

Die Evolution eines Markenlogos spiegelt auch die Geschichte einer Marke im Laufe der Zeit wider. In den 100 Jahren ihres Bestehens hat die Marke Mazda eine spannende Entwicklung durchlaufen. Und ihr Markenlogo hat sich zu einem respektierten Symbol in der Automobilindustrie entwickelt.

Die Mazda Motor Corporation wurde am 30. Januar 1920 als Toyo Cork Kogyo Company gegründet und produzierte Kork für Dichtungen, Isolierungen und Polstermaterial. Erst 1931 lief das erste Fahrzeug vom Band - der dreirädrige Mazda-Go. Bis zur Produktion des ersten Pkw, der R360 Coupé im Jahr 1960 dauerte es weitere 29 Jahre.

Als Unternehmen mit globalen Ambitionen begann Mazda bereits sieben Jahre später mit dem Export nach Europa. In den vergangenen 60 Jahren hat Mazda immer wieder den Mut bewiesen, gängige Praktiken in Frage zu stellen und neue Wege in Technik und Design zu beschreiten um damit vielfach Geschichte zu schreiben. Zum Beispiel als erste japanische Marke, die das 24-Stunden-Rennen von Le Mans gewann. Oder durch die Einführung des Kreiskolbenmotors im kultigen Cosmo Sport 110S. Die Entwicklung des weltweit meistverkauften zweisitzigen Roadsters, des Mazda MX-5 oder in der jüngsten Vergangenheit die Konstruktion und Serienfertigung von Skyactiv-X, des weltweit ersten serienmäßigen Benzinmotors mit funkengesteuerter Kompressionszündung.

Auf dem 100-jährigen Weg vom Hersteller von Korkprodukten zu einem globalen, unabhängigen Automobilunternehmen hat sich das Firmenlogo von Mazda mit den Veränderungen des Unternehmens weiterentwickelt. Anlässlich des hundertjährigen Bestehens, das Mazda im Jahr 2020 feiert, tragen die 100th Anniversary Edition-Versionen des Mazda3, Mazda CX-30 und Mazda MX-5 jetzt ein besonderes Emblem, das das aktuelle Mazda-Logo mit dem ursprünglichen Logo der Toyo Kogyo Company verbindet.



Das Firmenlogo von 1920, als der spätere Mazda Gründer Jujiro Matsuda nach einer erfolgreichen Ingenieurskarriere in Osaka in seine Heimatstadt Hiroshima zurückkehrte. Das einfache, aber prägnante Logo des Unternehmens zeigte einen roten Kreis mit kleinen horizontalen roten Linien und wurde von Matsuda so beschrieben, dass es den Wunsch von Toyo Kogyo widerspiegelt, einen Beitrag zur Welt durch Technik zu leisten und die Entschlossenheit, ständig nach vorne zu streben.



NEWS – MAZDA AUSTRIA

Mazda

Zum ersten Mal tauchte der Name Mazda 1934 auf, als die Produktion von dreirädrigen Lastwagen begann. Der Name Mazda wurde in Anlehnung an Ahura Mazda, den Gott der Harmonie, Intelligenz und Weisheit, gewählt. Glücklicherweise traf sich, dass der Familienname des Gründers, Matsuda, sehr ähnlich wie "Mazda" ausgesprochen wurde. Das Logo war eine einfache stilisierte Version des Mazda-Namens und zierte die Seitentanks des Mazda Go. Es erschien bis 1954 auf Mazdas wachsender Palette von dreirädrigen Lastwagen.



Ab 1936 hatte Mazda ein neues Logo, das vom Emblem der Stadt Hiroshima inspiriert war. Das Emblem von Mazdas Heimatstadt zeigt drei gewellte weiße Linien auf grünem Hintergrund, die die drei Flüsse des Ota-Flussdeltas in Hiroshima darstellen. Das Mazda-Emblem hat die Linien begradigt und in der Mitte jeder Linie ein abgeflachtes M eingefügt. Die drei Ms standen für die Mazda Motor Corporation, während die langen seitlichen Verlängerungen Flügel für Agilität, Geschwindigkeit und die Fähigkeit, zu neuen Höhen aufzusteigen, darstellten. Dieses an die Luftfahrt erinnernde Symbol ist auf der Vorderseite vieler späterer Versionen des Mazda Go zu sehen und hielt sich weit in die Nachkriegszeit hinein bis 1959.

MAZDA

Zeitgleich mit dem geflügelten Markenzeichen benötigte Mazda ein Logo, das sich für die internationale Verwendung eignete, da das Unternehmen ab 1949 begann, dreirädrige Lastwagen nach Übersee zu exportieren. Dieser Schriftzug wurde erstmals 1954 in Taiwan registriert und ersetzte den vorherigen, mehr kalligraphisch gestalteten Mazda-Schriftzug, der 1934 eingeführt worden war. Bis 1959 war diese Wortmarke in 21 Ländern auf der ganzen Welt markenrechtlich geschützt.



NEWS – MAZDA AUSTRIA



Zur Vorbereitung des ersten Personenwagens im Jahr 1959 entwickelte Mazda ein Logo, das stolz die Motorhaube des Mazda R360 zieren konnte. Der 1960 auf den Markt gebrachte erste Pkw von Mazda wurde nach den zierlichen japanischen "Kai-Auto"-Vorschriften gebaut, was die Mazda-Ingenieure jedoch nicht davon abhielt, ein unverwechselbares Fahrzeug zu schaffen, das den gleichen Fokus auf Ästhetik, Zuverlässigkeit und Komfort hatte, wie man es von einem größeren Auto erwarten würde.

Trotz einer Länge von weniger als drei Metern bot das Mazda R360 Coupé vier Erwachsenen Platz und setzte mit attraktivem Styling, Leichtbau und cleverer Motorentechnik neue Maßstäbe für Kleinstwagen in Japan. Das R360 Coupé war sowohl erschwinglich als auch gut zu fahren und dominierte das Segment vom Tag seiner Markteinführung an. An seinem ersten Verkaufstag im Mai 1960 wurden 4.500 Autos verkauft. Im selben Jahr eroberte das Modell 15 % des japanischen Automarktes, was dazu beitrug, dass Mazda und seine neue Marke in ganz Japan bekannt wurden. Das neue Emblem erschien auf dem Mazda P360 Carol, der ein noch größerer Verkaufserfolg wurde. Tatsächlich zierte dieses nun berühmte Mazda-Logo die Autos der Firma bis 1975.

Als Mazda mit dem weltweiten Export seiner Fahrzeuge begann, war das auffällige M auf allen Fahrzeugen der Marke zu sehen. Bei der Präsentation des Mazda Cosmo-Prototypen im Jahr 1964, zeigte dieser dasselbe Mazda M in einem Reuleaux-Dreieck, das die Form der Rotoren des einzigartigen Rotationsmotors nachahmte, der unter der Motorhaube des Cosmo saß. Die Lackierung des Emblems war in einem tiefen Rot gehalten, das sich von der hellgrünen Metallic-Lackierung des Konzeptautos abhob. Als 1967 der Serien-Cosmo Sport folgte, trug er die gleiche Plakette, aber diesmal hob sich die Kombination aus blauem Hintergrund und silbernen Details von der reinweißen Karosserie des Cosmo ab. Die "Rotor"-Version dieses Emblems fand sich auf der Nase, den Radkappen und dem Lenkrad des Cosmo wieder und wurde auch auf den nachfolgenden Rotationsmotoren wie dem R130 Luce, RX-2 und RX-3 verwendet. Fahrzeuge ohne Rotationsmotor trugen die runde Version bis 1975, was es zu einem der bekanntesten Logos in der Geschichte von Mazda machte.



NEWS – MAZDA AUSTRIA



Wie in den 70er und 80er Jahren üblich, entfernte sich Mazda jedoch vom verspielten Logo-Stil und verwendete in einem Zeitraum, in dem wegweisende Fahrzeuge wie der RX-7, der 323 und der 626 auf den Markt kamen, eine einfache, blockartige Wortmarke mit einem fokussierten, zentralen Z. Das Logo zierte in einer enormen Wachstumsphase von Mazda PKWs, LKWs und Transportern und wurde in der Werbung, den Gebäuden, dem Händlernetz und der Corporate Identity des Unternehmens verwendet. Es war bis 1997 im Einsatz, ist immer noch sofort erkennbar und sieht dem heute verwendeten Mazda Markenzeichen sehr ähnlich.



Der Wunsch nach einer Bildmarke kehrte Anfang der 90er Jahre zurück und 1991 führte Mazda ein diamantenförmiges Symbol ein, das von einem Kreis umschlossen war und an Flügel und eine Sonne erinnern sollte. Nur ein Jahr später wurde das Logo jedoch geändert, indem die Kanten des Diamanten geglättet wurden, um es vom ähnlichen Renault-Logo zu unterscheiden. Dieses Logo wird vielen Mazda-Besitzern bekannt sein, vor allem, da es spätere Versionen des MX-5 der ersten Generation schmückte



Im Jahr 1997 wurden sowohl die Wortmarke als auch das Logo aktualisiert und das Abzeichen, das wir heute kennen, kam zur Anwendung. Die in den 70er Jahren eingeführte Schriftart des Mazda-Markenzeichens wurde blau, um die neue Unternehmensfarbe von Mazda zu repräsentieren, während das neue Abzeichen die Diamantform des vorherigen Logos durch V-förmige Flügel ersetzte, die für "Wachstum" und "Verbesserung" stehen. Der Ausdruck eines Flügelpaares in Form des Buchstabens M soll Mazdas Streben nach Verbesserungen und kontinuierlichem Wachstum mit flexiblem Denken, Kreativität und Widerstandsfähigkeit repräsentieren.



NEWS – MAZDA AUSTRIA



2015 wurde eine aktualisierte, blau umrandete Version des Markenlogos und eine silberne Version der Wortmarke eingeführt.



Heute bildet die überarbeitete silberne Version davon das Zentrum der Visual Identity, die sich in den weltweiten Niederlassungen von Mazda und seinen Händlerpartnern findet.

Eine Reise durch die Geschichte der Mazda Markenlogos beleuchtet ein Jahrhundert der Innovation, des bahnbrechenden Designs und der technischen Erfolge, die Mazda von einem Korkprodukthersteller aus Hiroshima zu einem unabhängigen, globalen Automobilhersteller gemacht haben, der bis heute für sein herausragendes Design, seine innovativen Technologie und seine Kundenorientierung bekannt ist.

+++