

PRESSE-INFORMATION

Mazda wächst im ersten Quartal um neun Prozent

- März: rund 7.000 Zulassungen und 2,2 Prozent Marktanteil
- Starke Privatkundennachfrage im März treibt Wachstum voran
- „World Car of the Year“ Mazda MX-5 auf Erfolgskurs

Leverkusen, 5. April 2016: Mazda setzt seinen Wachstumskurs im ersten Quartal fort: Im Monat März erzielte Mazda mit rund 7.000 Pkw-Neuzulassungen und einem Marktanteil von 2,2 Prozent ein Ergebnis auf Vorjahresniveau. Allerdings treibt das starke Privatkunden-Geschäft im März das Wachstum voran: 3.200 Neuzulassungen im wichtigen Privatkunden-Markt entsprechen einem Plus von 52 Prozent. Insgesamt hat Mazda das erste Quartal 2016 mit einem kräftigen Zulassungsplus auf dem deutschen Automobilmarkt abgeschlossen. In den ersten drei Monaten stiegen die Neuzulassungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um neun Prozent auf rund 16.700 Einheiten. In dem um 4,5 Prozent auf rund 791.000 Einheiten gewachsenen Gesamtmarkt gehört Mazda damit weiterhin zu den Gewinnern und liegt mit einem Marktanteil von 2,1 Prozent sogar über dem Zielwert für das Gesamtjahr von 2,0 Prozent.

„Mit 2,1 Prozent Marktanteil im ersten Quartal liegen wir für das Jahr 2016 mehr als im Plan“, freut sich Bernhard Kaplan, seit dem 1. April neuer Geschäftsführer von Mazda Motors Deutschland. „Wir sind überzeugt, dass wir diesen Schwung für die kommenden Quartale nutzen können. Dabei ist der Erfolg im Privatkundensegment überaus erfreulich und für uns enorm wichtig“, so Kaplan mit Blick auf den Privatkundenmarkt, in dem Mazda mit einem Zulassungsplus von mehr als 50 Prozent und einem Marktanteil von 3,1 Prozent erneut deutlich zulegen konnte.

Neben der anhaltend starken Performance auf dem Privatkundenmarkt vermittelt auch der stetige Anstieg der Kundenaufträge weitere Zuversicht. Das Volumen liegt hier mit rund 11.000 Einheiten rund doppelt so hoch wie am Ende des ersten Quartals 2015.

Zum Verkaufserfolg tragen weiterhin die beiden SUV-Modelle Mazda CX-5 und Mazda CX-3 bei: Sie stellen mit circa 8.500 Einheiten rund 50 Prozent des gesamten Mazda Absatzes in Deutschland. Noch besser als erwartet entwickelt sich zudem die Nachfrage nach dem neuen Mazda MX-5, dem gerade erst zum „World Car of the Year 2016“ gewählten und gleichzeitig mit dem „World Car Design Award 2016“ ausgezeichneten Roadster. Allein im ersten Quartal setzte Mazda 1.500 Fahrzeuge ab, seit der Einführung der vierten Modellgeneration im vergangenen Herbst wurden bereits 3.500 Fahrzeuge in Deutschland verkauft.

„Wir waren uns sicher, dass uns mit dem neuen Mazda MX-5 ein großer Wurf gelungen ist, aber den jetzigen Erfolg haben wir nicht vorhergesehen“, sagt René Bock, der zum 1. April die Funktion als Direktor Vertrieb übernommen hat. „Und dabei ist die Modellreihe ja noch gar nicht komplett: Anfang kommenden Jahres folgt der neue Mazda MX-5 RF mit elektrisch versenkbarem Dach, den Mazda gerade auf der International Auto Show in New York vorgestellt hat.“

Entscheidenden Anteil am Erfolg von Mazda in Deutschland besitzt das schlagkräftige Vertriebsnetz mit 454 Mazda Standorten. Seit Anfang Januar ist es gelungen, weitere starke Partner für die Marke Mazda zu gewinnen: das Autohaus Piper in Minden, das Autohaus Zückner in Roth, das Autohaus Engelbart in Delmenhorst sowie die MCF Motor Company in Potsdam. Neue Filialen haben darüber hinaus das Hagener Autohaus Boden und die Häusler Automobil GmbH in Erding eröffnet.

Zahlen basieren auf KBA-Zahlen und internen Quellen (März 2016)

Auskunft erteilt:
Karin Lindel, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49.(0)2173.943.303 | klindel@mazda.de