PRESSEINFORMATION

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im Februar 2016

MAZDA MIT QUANTENSPRUNG BEI DEN PRIVATZULASSUNGEN

- **Privatkunden-Geschäft wächst im Februar um mehr als 92 Prozent**
- **Mazda Gesamtneuzulassungen steigen um 16,3 Prozent auf 5.048 Einheiten**
- **Jeder zweite Kunde entscheidet sich für eines der Crossover-SUV Mazda CX-3 und Mazda CX-5**

Leverkusen, 2. März 2016: Mazda schwimmt weiter auf der Erfolgswelle: Beflügelt vom ungebrochen starken Privatkunden-Geschäft, verzeichnete der japanische Automobilhersteller im Februar ein Absatzplus von 16,3 Prozent auf 5.048 Einheiten. Mit dem besten Februar-Ergebnis seit 2009, dem Jahr der Abwrackprämie, erzielte Mazda einen Marktanteil von 2,02 Prozent. Der deutsche Pkw-Gesamtmarkt kletterte unter anderem durch den zusätzlichen Arbeitstag des Schaltjahres um 12,1 Prozent auf 250.302 Einheiten, wovon 32,1 Prozent auf Privatkunden entfielen.

Wie schon im Januar konnte Mazda seine Privatzulassungen auch im zweiten Monat des Jahres kräftig steigern – um 92,5 Prozent auf 2.662 Einheiten und einen Marktanteil von 3,32 Prozent. Damit belegt Mazda die neunte Position im lediglich um 8,8 Prozent gewachsenen Privatmarkt, der die Begehrlichkeit der Marken am stärksten widerspiegelt. Bei den Importeuren liegt Mazda sogar auf Platz drei, alle anderen japanischen und alle französischen Hersteller hat die Marke im Februar überholt. Zweistellige Zuwächse gab es auch bei den Gewerbekunden, während die Eigenzulassungen stark reduziert werden konnten.

Zu den Wachstumstreibern gehören die Crossover-SUV, die inzwischen mehr als 53 Prozent aller Mazda Zulassungen ausmachen. Der kleinere Mazda CX-3 verzeichnete im Februar insgesamt 1.206 Neuzulassungen, womit er zum zweitbeliebtesten Modell in seinem Segment gehört. Der Bestseller im Programm bleibt der Mazda CX-5, der gegenüber dem Vorjahresmonat um 8,4 Prozent auf 1.513 Einheiten zulegen konnte. Der Mazda3 schob sich mit 775 Einheiten auf Platz drei der meistverkauften Modelle der Marke. Einen Erfolg feierte mitten im Winter auch der neue Mazda MX-5: Noch vor dem Start der Open-Air-Saison konnte der Roadster seine Neuzulassungen im Februar auf 413 Einheiten mehr als vervierfachen.

Mazda Motors (Deutschland) GmbH I Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Hitdorfer Straße 73 I 51371 Leverkusen I tel +49.2173.943.303 I fax +49.2173.943.468
www.mazda-presse.de I presse@mazda.de

Dabei entscheiden sich immer mehr Mazda Kunden für höherwertige Varianten und Motorisierungen: Jeder zehnte neu zugelassene Mazda6 fährt beispielsweise mit i-ACTIV AWD Allradantrieb vor. Beim Mazda CX-3 liegt der Allradanteil bei 40 Prozent, beim Mazda CX-5 sogar bei 57 Prozent. 60 Prozent der Käufer eines neuen Mazda MX-5 bestellen den größeren 2,0-Liter-Benziner SKYACTIV-G 160 mit 118 kW/160 PS (Verbrauch: 6,6-6,9 l/100 km, CO_2: 154-161 g/km) – allesamt wichtige Erfolgsgaranten und Zeichen für die weitere Annäherung der Marke Mazda in Richtung Premium.

Seit Jahresbeginn ist der Fahrzeugabsatz von Mazda gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 18,2 Prozent auf 9.711 Einheiten gestiegen. Damit wird der Ende 2012 eingeleitete Wachstumstrend unverändert fortgeführt. „Wir sind sehr stolz auf unsere Mazda Händler und deren Mitarbeiter. Sie begleiten den Wachstumskurs der Marke so erfolgreich und stellen dabei den Kunden in den Mittelpunkt aller Aktivitäten. Zahlreiche interne Untersuchungen zeigen, dass die Begehrlichkeit, die Loyalität und die Kundenbegeisterung für Mazda Modelle und deren Service eine überaus positive Entwicklung nimmt“, erläutert Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors (Deutschland) GmbH.

Die Aussichten für den weiteren Jahresverlauf sind überaus positiv. „Mit noch immer knapp 10.000 vorliegenden Kundenkaufverträgen sind die Auftragsbücher der rund 400 Mazda Händler prall gefüllt und ermöglichen auch eine weitere positive Entwicklung der Marke Mazda in Deutschland“, freut sich Bernhard Kaplan, Mazda Vertriebsdirektor und ab April neuer Geschäftsführer. „Besonders stolz sind wir auf den Mazda CX-3, der sich in kürzester Zeit zu einem der Top-Player in seinem Segment entwickelt hat.“

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

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Supervisor
Produkt- und Unternehmenskommunikation
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de