PRESSEINFORMATION

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im Januar 2016

MAZDA MIT TRAUMSTART IM JANUAR

- **Absatz steigt zu Jahresbeginn um 20 Prozent auf 4.663 Neuzulassungen**
- **Mazda CX-5 und CX-3 sind beliebteste Modelle der Marke, Mazda2 im Aufwind**
- **Zunehmende Kundenzufriedenheit und Inzahlungnahme von Premium-Fahrzeugen**

Leverkusen, 2. Februar 2016: Mazda setzt seinen Erfolgskurs auch 2016 nahtlos fort: Mit 4.663 Neuzulassungen in Deutschland und einem Marktanteil von 2,13 Prozent feiert der japanische Automobilhersteller einen Jahresauftakt nach Maß – und das beste Januar-Ergebnis seit 2009. Gegenüber dem Vorjahresmonat wuchs der Absatz um 20 Prozent und damit deutlich schneller als der Pkw-Gesamtmarkt, der nach dem erfolgreichen Jahr 2015 im Januar nochmals um 3,3 Prozent auf 218.365 Einheiten zulegen konnte.

Zu den Wachstumstreibern gehört insbesondere der Privatmarkt, der im Januar um deutschlandweit 1,6 Prozent auf 66.988 Einheiten wuchs. Mazda verbesserte sich in diesem Bereich um 25 Prozent auf 2.122 neu angemeldete Fahrzeuge. Mit einem Privatmarktanteil von 3,17 Prozent war die Marke aus Hiroshima im Januar 2016 der elftgrößte Hersteller bei den Privatzulassungen in Deutschland.

Das beliebteste Modell der Marke war wie im Vorjahr der Mazda CX-5: Insgesamt 1.328 Fahrzeuge des Kompakt-SUV wurden im ersten Monat des Jahres neu zugelassen. Es folgen der Mazda CX-3, der mit mehr als 1.000 Einheiten einer der Topseller im B-SUV Segment bleibt, und der Mazda3 mit 846 Einheiten. Auch der neue Mazda2 befindet sich weiter im Aufwind und verzeichnete einen Zuwachs von über 140 Prozent.

„Der Start ins neue Jahr hätte nicht besser verlaufen können. Mit einem satten Wachstum und jetzt über 9.000 vorliegenden Kundenkaufverträgen starten unsere Mazda Händler herausragend in das vierte Erfolgsjahr in Folge“, freut sich Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Besonders stolz sind wir natürlich auf die Kundenzufriedenheitswerte, die sich ebenfalls kontinuierlich verbessern – sowohl im Verkauf als auch im Service. Dafür gebührt unseren Händlern und deren Mitarbeitern ein großes Lob.“

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

Als erfolgreichste Volumenmarke landete Mazda bei der 2015 erstmals durchgeführten J. D. Power Kundenzufriedenheitsstudie (Customer Service Index – CSI) ganz vorn. Ein weiterer Beleg für die hohe Qualität der Mazda Fahrzeuge war der erste Platz im „Auto Bild Qualitätsreport". Außerdem belegt die Entwicklung der Inzahlungnahmen, dass immer mehr Kunden von Premium-Fahrzeugen sich für einen Mazda entscheiden: Bei Mazda6, Mazda CX-3 und Mazda MX-5 kommt jeweils rund ein Fünftel der Neukunden, die ein Auto in Zahlung geben, von einer Premium-Marke.

„Wie sehr sich die Begehrlichkeit der Marke Mazda gesteigert hat, zeigen nicht nur die sehr hohen Anteile an stärkeren Motorisierungen und natürlich auch an der hochwertigen Ausstattung Sports-Line, die beim CX-3 im Januar bei über 70 Prozent lag, sondern auch der Verkauf des neuen Mazda MX-5. Die Zulassungen legten im Januar, der nicht unbedingt ein klassischer Roadster-Monat ist, um mehr als 200 Prozent zu. Und die Warteliste wird immer länger", erläutert Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb und ab April neuer Geschäftsführer von Mazda Deutschland. „Wir sind derzeit im Gespräch für zusätzliche Produktionskapazitäten, nicht nur beim Mazda MX-5, sondern auch beim Mazda CX-3 und Mazda CX-5."

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

Auskunft erteilt:
Jochen Münzinger
Direktor
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02173.943.220
E-Mail: jmuenzinger@mazda.de