

Vorverkauf des Mazda CX-5 sehr erfolgreich - Starke Zuwächse bei Privatkundenaufträgen

## ***MAZDA CX-5 SORGT FÜR DEUTLICHES NACHFRAGE-PLUS***

- **Bereits mehr als 2.000 Kunden-Vorbestellungen für den Mazda CX-5**
- **Tendenz zu hochwertiger Ausstattung und Automatik-Getriebe**
- **Deutliches Auftragsplus von 77 Prozent bei den Privatkunden insgesamt**

Leverkusen, 13. März 2012: Der neue Mazda CX-5 erfreut sich knapp sieben Wochen vor seiner offiziellen Markteinführung am 28./29. April 2012 einer ungebrochen hohen Kundennachfrage. Vor gut einem Monat wurde bereits der eintausendste Kunden-Kaufvertrag für einen CX-5 unterzeichnet, mittlerweile hat sich diese Zahl schon auf mehr als 2.000 Kaufverträge verdoppelt.

Bemerkenswert ist, dass etwa 50 Prozent der Kunden, die sich für einen Mazda CX-5 entschieden haben, von Fremdmarken stammen und zu 45 Prozent die nahezu vollausgestattete Ausstattungsvariante Sports-Line bestellt haben. Die neuen SKYACTIV-G (Benziner) und SKYACTIV-D (Diesel)-Motoren nehmen jeweils rund die Hälfte der Vorbestellungen für sich in Anspruch, der Anteil der neuen SKYACTIV-Drive Automatik liegt bei überdurchschnittlichen 36 Prozent.

Aber auch bei den anderen Mazda Modellen hat sich der Kundenauftrags-Eingang nicht zuletzt wegen der erfolgreichen „Mazda schenkt Deutschland die Mehrwertsteuer“-Kampagne in diesem Jahr sehr erfreulich entwickelt: So konnte Mazda in den ersten zehn Wochen des Jahres ein Kundenauftragsplus von insgesamt 30 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbuchen. Mehr als positiv ist die Entwicklung bei den privaten Kunden-Kaufverträgen, hier verzeichnete das Unternehmen aus Hiroshima sogar ein Plus von 77 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Neben dem CX-5 trugen hierzu vor allem die Modelle Mazda2, Mazda3 und Mazda5 bei.

Josef A. Schmid, Geschäftsführer Mazda Motors Deutschland, zum erfolgreichen Start in das aktuelle Jahr: „Wir sehen überaus positiv in das Jahr 2012 und erwarten auch nach der offiziellen Markteinführung des CX-5 eine anhaltend hohe Nachfrage nach diesem Fahrzeug und den anderen Mazda Modellen. Und der CX-5 ist ja erst der Anfang einer Produkt-Offensive auf Basis unserer innovativen SKYACTIV Technologie, die unsere Kunden in der nächsten Zeit erwarten können.“

Auskunft erteilt:  
Jochen Münzinger  
Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel.: 02173.943.220  
E-mail: [jmuenzinger@mazda.de](mailto:jmuenzinger@mazda.de)

