

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im August 2015

## ***MAZDA MIT DREI PROZENT MARKTANTEIL IM PRIVATMARKT***

- **Mazda überzeugt immer mehr Privatkunden**
- **Insgesamt 4.472 Neuzulassungen im August - plus vier Prozent**
- **Auftragsbücher weiterhin prall gefüllt - Marktstart für MX-5 am 11./12. September**

Leverkusen, 3. September 2015: Mazda hat im August erneut zugelegt: Mit 4.472 Pkw-Neuzulassungen im achten Monat des Jahres erzielte der japanische Automobilhersteller auf dem deutschen Automarkt ein Plus von knapp vier Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat und erreichte einen Marktanteil von zwei Prozent.

Besonders eindrucksvoll entwickelt sich das Privatkundengeschäft. Im August verzeichnete Mazda auf dem überaus anspruchsvollen deutschen Privatmarkt mit knapp 2.400 Neuzulassungen einen Marktanteil von drei Prozent. Damit gelingt es der Marke immer nachhaltiger, sich eine Spitzenposition zu erarbeiten und wichtige europäische und japanische Wettbewerber hinter sich zu lassen. Prall gefüllte Auftragsbücher - derzeit liegen immer noch knapp 10.000 Kaufverträge vor - lassen eine Fortsetzung des Wachstumskurses in den kommenden Monaten erwarten. Insgesamt wuchs der deutsche Pkw-Markt im August um rund sechs Prozent auf 226.314 Einheiten, die Zahl der Privatzulassungen allerdings war mit ca. 78.700 Einheiten rückläufig.

Im bisherigen Jahresverlauf verzeichnet Mazda in Deutschland 37.861 Neuzulassungen, was einem Marktanteil von 1,8 Prozent entspricht. Der deutsche Gesamtmarkt legte im gleichen Zeitraum um 5,6 Prozent auf 2.135.459 Einheiten zu.

Der Mazda CX-5 setzt unterdessen seinen Siegeszug im Segment der kompakten Crossover-SUV fort und bleibt weiterhin mit rund 11.500 Neuzulassungen von Januar bis August das meist verkaufte Mazda Modell. Hoher Nachfrage erfreut sich auch der Mazda3 mit rund 10.000 Einheiten. Ein bemerkenswerter Einstand gelang dem neuen Mazda CX-3: Der erst im Juni gestartete B-Segment-Crossover erzielte bereits mehr als 2.000 Neuzulassungen.

„Die hohe Nachfrage nach unseren neuen Modellen zeigt, wie stark die Begehrlichkeit unserer Marke durch die neue Modellgeneration rund um CX-5, Mazda3 oder auch den neuen CX-3 zugenommen hat“, kommentiert Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH, die aktuellen Zahlen. „Dass wir uns seit 2012 auf einem stetigen Wachstumspfad befinden, liegt aber nicht allein an unseren starken Modellen, sondern auch daran, dass wir die Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung in Verkauf und Service kontinuierlich verbessern. Dafür gebührt unseren Händlern und den Mitarbeitern größte Anerkennung.“

„Ein weiteres Highlight steht bereits in wenigen Tagen an: Am 11. und 12. September feiern unsere Händler mit der PremierenParty die Markteinführung des neuen MX-5“, kündigt Bernhard Kaplan an, Direktor Vertrieb bei Mazda Motors Deutschland. „Die neue Roadster-Generation wird unsere Marke zweifellos weiter emotionalisieren. Damit einher geht auch ein breit angelegtes Renovierungsprogramm bei den Mazda Händlern. Mit der Anpassung der Signalisation und des Schauraumes, die von Mazda Deutschland tatkräftig unterstützt wird, wollen wir die Absatzdynamik weiter fördern und auch die Erwartungshaltung besonders anspruchsvoller Kunden erfüllen.“

Zahlen basieren auf KBA-Zahlen und internen Quellen (August 2015)

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