



## PRESSE-INFORMATION

# Umsatzrendite im Mazda Handel im sechsten Jahr in Folge über zwei Prozent

- Händler erzielen bis Ende Oktober 2018 eine Umsatzrendite von durchschnittlich 2,13 Prozent
- Sechstes Jahr in Folge erzielt Mazda Umsatzrendite von mehr als zwei Prozent
- Positive Stimmung im Händlernetz führt zu Rekordinvestitionen

**Leverkusen, 21. Januar 2019:** Auch das Jahr 2018 verlief für die Mazda Händler profitabel. Im sechsten Jahr in Folge bleibt die Rendite der Mazda Partner über der zwei Prozent Marke: Bis Ende Oktober 2018 belief sich die im Rahmen des Mazda Betriebsvergleichs ermittelte durchschnittliche Umsatzrendite auf 2,13 Prozent.

Stabile Neuwagenumsätze und ein im Vorjahresvergleich um zwei Prozent gestiegener Gesamtumsatz trugen nicht unwesentlich zu diesem Ergebnis bei. Zusätzliche Sicherheit bietet die konstante Steigerung der bundesweiten Neuwagenzulassungen von 63.310 Zulassungen im Kalenderjahr 2016 auf 67.262 Zulassungen in 2017 und 67.387 Zulassungen in 2018. Bei einem Marktanteil von zuletzt zwei Prozent können Mazda Motors Deutschland und das deutsche Mazda Händlernetz mit seinen 440 Vertriebsstandorten insgesamt mit dem Jahresverlauf zufrieden sein.

Auch die Ertragschancen in der Zukunft stehen nicht schlecht. Der zugelassene Fahrzeugbestand steigt in Folge der steigenden Neuwagenverkäufe weiter an und die Restrukturierung des Servicenetzes bietet weiteres Potential für die Mazda Partner. Mazda legt besonderen Wert darauf, die Kundenzufriedenheit auf einem hohen Niveau zu halten, um die Fahrzeugkäufer auch regelmäßig in der Werkstatt zum Service begrüßen zu können und so Folgegeschäfte zu realisieren.

Die positive Stimmung ist bei den Händlern deutlich spürbar. Für dieses Jahr sind bereits heute Investitionen von rund 30 Millionen Euro für Neubau-Projekte angekündigt. Das könnte ein neuer Rekordwert in der über vierzigjährigen Geschichte von Mazda in Deutschland werden. Hinzu kommen die rund 60 Millionen Euro, welche die Partner im vergangenen Jahr im Servicebereich investiert haben, um den gestiegenen Kundenerwartungen gerecht zu werden. So erweitern über ein Drittel der Mazda Betriebe ihre Werkstattkapazitäten und Ausstellungsräume oder ergänzen eine Direktannahme für einen noch besseren Kundenservice.

Die Attraktivität der Marke zeigt sich auch in den mehr als 80 neuen Mazda Standorten, die in den letzten Jahren den Vertrieb und Service der Marke übernommen haben. Alleine im letzten Jahr konnte das Mazda Händlernetz gleich vier neue Standorte verbuchen: Das neugebaute Autohaus der TLS GmbH in Bornheim bei Bonn, die aufwändig modernisierten Autohäuser Hartmann in Münster und Schiermeier in Osnabrück sowie den durch die Kummich GmbH übernommenen Standort in Nürnberg.

Auskunft erteilt:

Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation  
+49 (0)2173 943 303 aheisler@mazda.de