

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im Februar 2014

MAZDA WÄCHST WEITER STÄRKER ALS DER GESAMTMARKT

- **Zulassungsplus von 9,9 Prozent auf 4.216 Einheiten**
- **Marktanteil nach den ersten beiden Monaten bei zwei Prozent**
- **Hochwertige Ausstattungen besonders gefragt**

Leverkusen, 4. März 2014: Mit einem Zulassungsplus von 9,9 Prozent hat Mazda im Februar 2014 seinen Wachstumskurs auf dem deutschen Pkw-Markt weiter fortgesetzt. Der japanische Automobilhersteller verkaufte im zweiten Monat des Jahres 4.216 Neufahrzeuge und entwickelte sich damit erneut besser als der Gesamtmarkt, der im Februar gegenüber dem gleichen Monat des Vorjahres um 4,3 Prozent auf 209.349 Einheiten zulegen konnte. Das Konsumvertrauen und die Freude am Automobil spiegelt auch der um 11,1 Prozent auf rund 75.500 Einheiten gestiegene Privatmarkt wider.

Alle Mazda Modelle der neuen SKYACTIV Generation konnten im Februar erneut kräftige Zuwachsraten erzielen: Meistverkauftes Modell der Marke war der Mazda CX-5 mit 1.327 Einheiten und einem Plus von 26 Prozent, gefolgt vom neuen Mazda3 mit 1.174 Fahrzeugen und einem Zuwachs von 32 Prozent sowie dem Mazda6 mit 772 Einheiten (+ 31 Prozent).

Angetrieben von diesen drei Erfolgsmodellen, befindet sich Mazda auch nach den ersten beiden Monaten 2014 weiter auf der Überholspur. 8.547 Pkw-Neuzulassungen im bisherigen Jahresverlauf entsprechen einem Zuwachs von 26,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Damit erzielte Mazda einen Marktanteil von 2,06 Prozent und belegt in der Markenrangliste des deutschen Automarktes Platz zwölf.

Den größten Anteil der Mazda Neuzulassungen stellen auch in den ersten beiden Monaten die SKYACTIV Modelle Mazda CX-5, Mazda3 und Mazda6 – insbesondere in den hochwertigen Ausstattungsvarianten. So liegt der Anteil der höchsten Ausstattungslinie Sports-Line am Absatzvolumen bei mehr als 40 Prozent. Beim neuen Mazda3 entscheidet sich zudem jeder dritte Kunde für die neue Sonderlackierung Rubinrot Metallic (33 Prozent) – ein besonders

aufwendig produzierter Farbton, der das emotionale KODO Design des Kompaktwagens perfekt zur Geltung bringt.

„Wir machen 2014 dort weiter, wo wir 2013 – einem für Mazda überaus erfolgreichen Jahr – aufgehört haben“, sagt Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb bei der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Mit zwei Prozent Marktanteil liegen wir in den ersten beiden Monaten bereits deutlich über unserem Jahresziel von 1,6 Prozent. Dafür gebührt vor allem unseren Händlern, die mit großartigem Engagement arbeiten, ein großes Kompliment.“

Zahlen basieren auf KBA und internen Quellen (Februar 2014)

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