

PRESSE-INFORMATION

Mazda Neuzulassungen wachsen um 30 Prozent

- Bestes November-Ergebnis seit 2006
- Fast alle Modelle mit zweistelligen Zuwachsraten
- Neue ServicePartner-Verträge für noch mehr Service-Qualität und Kundenzufriedenheit

Leverkusen, 4. Dezember 2017: Mazda ist auf dem besten Weg zu einem erfolgreichen Jahresabschluss. Mit 5.376 Pkw-Neuzulassungen im November erzielte der japanische Automobilhersteller in Deutschland ein Absatzplus von 30 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat und verzeichnete damit das stärkste November-Ergebnis seit 2006. In einem um 9,4 Prozent auf 302.636 Einheiten gewachsenen Gesamtmarkt erreichte Mazda einen Marktanteil von 1,8 Prozent.

Damit liegt Mazda nach den ersten elf Monaten des Jahres mit 62.274 Neuzulassungen um 6,1 Prozent über dem Niveau des vergleichbaren Vorjahreszeitraums und ist dabei stärker gewachsen als der Gesamtmarkt, der im gleichen Zeitraum um 3,0 Prozent auf rund 3,19 Millionen Einheiten zulegen konnte. Der Marktanteil von Mazda beläuft sich damit weiterhin auf 2,0 Prozent.

„Nicht nur im November, auch im bisherigen Jahresverlauf ist 2017 das stärkste Jahr für Mazda in Deutschland seit 2006 – also seit über einer Dekade“, freut sich Bernhard Kaplan, Geschäftsführer Mazda Motors Deutschland GmbH. „Nun wollen wir das Jahr mit einem starken Dezember abschließen und unser Jahresziel von zwei Prozent Marktanteil erreichen.“

Der zur Jahresmitte neu aufgelegte Mazda CX-5 ist weiterhin ein wichtiger Wachstumstreiber für die Marke in Deutschland. Im November wurden mehr als 1.700 Einheiten des erfolgreichen Crossover-SUV verkauft. Dahinter folgen der Mazda CX-3 mit über 1.400 Neuzulassungen und der Mazda3 mit knapp 1.000 Einheiten. Fast alle Modellreihen weisen gegenüber dem Vorjahresmonat eine Absatzsteigerung im zweistelligen Prozentbereich auf, der Mazda CX-3 und der Mazda6 erzielten sogar einen Zuwachs von über 40 Prozent.

„Die Begehrlichkeit der Marke Mazda steigt und steigt. Dies zeigt auch unser hoher Privatkundenanteil, der weiterhin bei über 50 Prozent und damit deutlich über dem Durchschnitt liegt“, sagt René Bock, Direktor Vertrieb bei Mazda in Deutschland. „Diese enge Bindung zwischen uns und unseren Kunden wollen wir in Zukunft weiter intensivieren. Dazu tragen auch die neuen ServicePartner-Verträge bei, die wir in der vergangenen Woche an unsere Partner im Vertriebsnetz verschickt haben. Damit kann sich der Handel schon jetzt auf die Anforderungen vorbereiten, die zum 1. Januar

zoom-zoom



2019 in Kraft treten. Gemeinsam wollen wir die Qualität im Service und die Kundenzufriedenheit weiter steigern.“

Zahlen basieren auf KBA-Zahlen und internen Quellen (November 2017)

Auskunft erteilt:
Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49.(0)2173.943.303 | aheisler@mazda.de