



PRESSE-INFORMATION

Mazda erwartet weltweite Absatzerholung

- Gesamtabsatz von 1,3 Millionen Einheiten für komplettes Geschäftsjahr prognostiziert
- Weltweit 244.000 verkaufte Fahrzeuge von April bis Juni 2020
- Weitere Investitionen in Zukunftstechnologien und Start des ersten Elektroautos

Leverkusen, 31. Juli 2020: Die Mazda Motor Corporation hat heute die Absatz- und Finanzergebnisse für die ersten drei Monate des am 31. März 2021 endenden Geschäftsjahres bekanntgegeben. Zwischen dem 1. April und dem 30. Juni 2020 verkaufte der japanische Automobilhersteller weltweit 244.000 Fahrzeuge.

Die COVID-19-Pandemie hat die Automobilmärkte in vielen Regionen maßgeblich beeinflusst – auch Mazda konnte sich dem nicht entziehen. In Europa* sank der Absatz im ersten Quartal des Geschäftsjahres um 58 Prozent auf 28.000 Einheiten, was einem Marktanteil von 1,1 Prozent entspricht. In Nordamerika, dem größten Mazda Markt, verzeichnete das Unternehmen einen Rückgang von 19 Prozent auf 81.000 Fahrzeuge. Auch auf dem Heimatmarkt in Japan waren die Verkaufszahlen rückläufig: 26.000 Fahrzeuge bedeuten ein Minus von 34 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum. In China registrierte der japanische Automobilhersteller dagegen schon wieder eine Erholung: Der Absatz kletterte von April bis Juni 2020 um 13 Prozent auf 61.000 Einheiten.

Der Umsatz der Mazda Motor Corporation beläuft sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres auf 376,7 Milliarden Yen (3,2 Milliarden Euro**). Der Betriebsverlust liegt im gleichen Zeitraum bei 45,3 Milliarden Yen (380,4 Millionen Euro), der Nettoverlust bei 66,7 Milliarden Yen (560,4 Millionen Euro).

Nachdem der weltweite Vertrieb bereits wieder aufgenommen wurde und die Produktion ab August schon wieder das Vor-Pandemie-Niveau erreicht, erwartet Mazda für das gesamte Geschäftsjahr einen weltweiten Absatz von 1,3 Millionen Einheiten. Davon entfallen voraussichtlich 196.000 Fahrzeuge auf den europäischen Markt*. In Verbindung mit verschiedenen Maßnahmen, die den Absatz beleben und die Fixkosten reduzieren sollen, rechnet das Unternehmen mit einem Umsatz von 2,85 Billionen Yen (23,8 Milliarden Euro**) bei einem Betriebsverlust von 40 Milliarden Yen (333,3 Millionen Euro) und einem Nettoverlust von 90 Milliarden Yen (750,0 Millionen Euro). Mazda wird dabei die wirtschaftliche Situation sowie die Entwicklung der Automobilnachfrage in jedem Markt, in dem Fahrzeuge der japanischen Marke ausgeliefert werden, weiterhin aufmerksam beobachten.

Trotz der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das weltweite Geschäft investiert Mazda weiterhin in Zukunftstechnologien wie die Elektrifizierung. Im Rahmen der „Virtuellen Mazda MX-30 Experience“ wurde das erste Elektrofahrzeug der Marke, der Mazda MX-30 (kombinierter Stromverbrauch nach NEFZ: 17,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen: 0 g/km), europaweit mehr als 4.000 Kunden digital vorgestellt. In Deutschland gab es darüber hinaus mit den „First E-Dates“ erste Probefahrten im Handel weit vor der eigentlichen Markteinführung. Die Markteinführung bei den deutschen Mazda Händlern findet im Rahmen von Aktionswochen ab dem 25. September statt, gleichzeitig werden die ersten Kundenfahrzeuge aus dem Vorverkauf ausgeliefert.



PRESSE-INFORMATION

* inklusive Russland

** Hinweis: Die in dieser Pressemitteilung in Euro angegebenen Beträge für die ersten drei Monate des am 31. März 2021 endenden Geschäftsjahres wurden mit dem Wechselkurs von 119 Yen/Euro umgerechnet. Die in der Prognose für das komplette Geschäftsjahr angegebenen Beträge wurden mit dem Wechselkurs von 120 Yen/Euro umgerechnet.

Auskunft erteilt:

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