

PRESSE-INFORMATION

Bester September für Mazda seit 14 Jahren

- 6.886 Neuzulassungen im September bedeuten 2,4 Prozent Marktanteil
- Marktanteil im bisherigen Jahresverlauf bei 2,0 Prozent
- Über 75 Prozent Eroberungsrate bei SKYACTIV-Wechselprämie

Leverkusen, 5. Oktober 2017: Mit 6.886 Pkw-Neuzulassungen in Deutschland hat Mazda das beste September-Ergebnis seit 2003 eingefahren. Während der Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahresmonat um 3,3 Prozent auf 288.035 Einheiten schrumpfte, konnte Mazda seinen Absatz um 1,7 Prozent steigern und so einen Marktanteil von 2,4 Prozent erzielen.

Auch im bisherigen Jahresverlauf entwickelt sich die japanische Marke weiterhin besser als der Gesamtmarkt und verbuchte von Januar bis September ein Plus von 3,3 Prozent auf 51.556 Neuzulassungen, was einem Marktanteil von 2,0 Prozent entspricht. Die Zahl der gesamten Pkw-Neuzulassungen stieg im gleichen Zeitraum um 2,2 Prozent auf rund 2,6 Millionen Einheiten.

„Das großartige September-Ergebnis und die zwei Prozent Marktanteil im Jahresverlauf zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, sagt Bernhard Kaplan, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Auch unsere SKYACTIV-Wechselprämie ist ein großer Erfolg: Mit einer Eroberungsrate von mehr als 75 Prozent konnten wir bereits viele Neukunden von unseren Fahrzeugen überzeugen.“

Die neue Modellgeneration des Mazda CX-5 bleibt der Bestseller im Modellprogramm des japanischen Herstellers. Knapp 2.000 Kunden entschieden sich im September für das kompakte Crossover-SUV. Auf den kleineren Bruder CX-3 entfielen rund 1.700 Neuzulassungen, dahinter folgt der Mazda3 mit knapp 1.400 Einheiten.

„Die Privatkunden sind weiterhin die Garanten unseres Erfolges“, ergänzt René Bock, Direktor Vertrieb bei Mazda in Deutschland. „Sie machen bei uns rund die Hälfte des Zulassungsvolumens aus, was deutlich über dem Marktschnitt von 35 Prozent liegt. Und die meisten sind nicht einfach nur Kunden, sondern echte Fans der Marke.“

Die besondere Verbindung zwischen Fans und Marke zeigte sich auch durch den Erfolg des Youtube-Formats „Mazda Garage“, für das der japanische Automobilhersteller kürzlich zwei Preise im Rahmen des Film- und Multimedia-Festivals AutoVision 2017 erhielt. Von Juni bis August 2017 konnten die Zuschauer verfolgen, wie ein alter Mazda Cosmo Sport 110 S, Baujahr 1969, aufwändig restauriert wurde.

riert wurde und anschließend erfolgreich an der Hamburg-Berlin-Klassik Rallye teilnahm. Die insgesamt 14 Episoden wurden über fünf Millionen Mal aufgerufen. Der Youtube-Kanal von Mazda Motors Deutschland war damit in diesem Zeitraum der erfolgreichste Automotiv-Kanal Deutschlands.

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

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