

PRESSE-INFORMATION

Europäischer Automarkt wächst - Mazda wächst stärker

- 28,5 Prozent Zuwachs im ersten Quartal
- Mazda legt in jedem einzelnen Markt Europas zu
- Mazda MX-5: World Car of the Year 2016 vervierfacht Verkäufe

Leverkusen, 18. April 2016: Kein Nachlassen in Sicht: Mazda hat im ersten Quartal 2016 seinen schwungvollen Wachstumskurs in Europa weiter fortgesetzt und gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres den Fahrzeugabsatz um 28,5 Prozent auf 68.797 Einheiten gesteigert. Es ist das 14. Wachstumsquartal in Folge für den japanischen Automobilhersteller – und das zehnte der letzten zwölf Quartale, in dem Mazda sogar zweistellig zulegen konnte.

Den nach Angaben des europäischen Herstellerverbandes ACEA ebenfalls wachsenden Pkw-Gesamtmarkt (+ 8,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum) hat Mazda damit klar übertroffen und seinen Marktanteil gegenüber dem ersten Quartal 2015 um 13 Prozent auf 1,7 Prozent gesteigert. Im gesamten Geschäftsjahr von April 2015 bis März 2016 hat Mazda in Europa mehr als 227.000 Fahrzeuge verkauft und damit einen Zuwachs von 28 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erzielt.

Die Nachfrage befeuert haben vor allem Modelle wie der enorm beliebte Mazda CX-3 und der Mazda2, dem im ersten Quartal ein Plus von 75 Prozent gelang. Der Absatz des gerade erst zum World Car of the Year 2016 gekrönten und mit dem World Car Design of the Year 2016 ausgezeichneten Mazda MX-5 hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum sogar fast vervierfacht (+ 282 Prozent). Weitere wichtige Modelle wie der Mazda CX-5 und der Mazda6 erreichen weiterhin ihre Ziele; meist-verkauftes Modell jenseits der SUV im europäischen Produktprogramm der Marke ist der Mazda3.

In Deutschland, dem für Mazda im vergangenen Jahr größten Markt in Europa, haben sich die Verkäufe in den ersten drei Monaten des Jahres ebenfalls ausgesprochen positiv entwickelt: Insgesamt fast 16.700 Neuzulassungen bedeuten gegenüber dem schon starken ersten Quartal 2015 nochmals ein Plus von neun Prozent und entsprechen einem Marktanteil von 2,1 Prozent. Damit steht Mazda im anspruchsvollen deutschen Markt an zweiter Stelle unter den japanischen Marken hinter Nissan und vor Toyota.

Technik und Design bleiben die beiden treibenden Kräfte des Mazda Erfolgs in Europa. Seit der Einführung der SKYACTIV Technologien im Jahr 2012 hat der Automobilhersteller seinen Fahrzeugabsatz in Europa beinahe verdoppelt. „Darüber hinaus ist unser Erfolg vor allem den engagierten Mit-

arbeitern in allen Geschäftsbereichen zu verdanken", so Martijn ten Brink, Vice President Sales & Customer Service bei Mazda Motor Europe. „Wir haben es geschafft, in jedem einzelnen Markt in Europa zu wachsen und dabei noch zahlreiche neue Rekorde aufzustellen. Besonderes Augenmerk legen wir in Zukunft auf den Kundenservice und damit auf jeden einzelnen Berührungspunkt zwischen dem Kunden und der Marke Mazda über den gesamten Lebenszyklus des Fahrzeugs.“

Auskunft erteilt:
Karin Lindel, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49.(0)2173.943.303 | klindel@mazda.de