

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im Mai 2015

CX-5: IM MAI DIE NUMMER 1 BEI MAZDA

- **Gesamtmarkt sinkt um 6,7 Prozent auf 256.385 Einheiten**
- **Mazda erreicht 4.162 Zulassungen, davon 1.317 Mazda CX-5**
- **Neuer Mazda CX-3 und vierte Generation des Roadsters MX-5 kurz vor Marktstart**

Leverkusen, 2. Juni 2015: Bedingt durch Modellwechsel und Fahrzeug-Verfügbarkeiten verzeichnet Mazda im Mai im Vergleich zum Vorjahresmonat einen Zulassungsrückgang: um 361 Einheiten auf 4.162 Fahrzeuge. Allein beim Mazda MX-5, der ab dem 11. September in der vierten Generation auf den Markt kommt, liegt der Rückgang bei knapp 230 Einheiten. Mit den 4.162 Zulassungen kam Mazda auf einen Marktanteil von 1,6 Prozent. Auch der Gesamtmarkt ging wegen einer geringeren Anzahl an Arbeitstagen sowie zahlreicher Brückentage um 6,7 Prozent auf 256.385 Einheiten zurück.

Erfolgsmodell im Mai war das Kompakt-SUV Mazda CX-5 mit 1.317 Zulassungen, gefolgt vom Kompaktwagen Mazda3 mit 1.044 Einheiten. An die dritte Position schob sich der Ende Februar neu eingeführte Kleinwagen Mazda2 mit 832 Zulassungen und einer Steigerung von 25 Prozent. Und auch der Mazda5 steuert mit 514 Zulassungen und einer Steigerung von 72 Prozent äußerst positiv zum Mai-Ergebnis bei.

Kurz vor seiner Premiere steht der Mazda CX-3, mit dem der japanischer Hersteller erstmals das stark wachsende Segment der kleinen B-Segment Crossover-SUV bedient. „Der Monat Juni wird eine Trendwende einläuten. Trotz sehr geringer Lagerbestände werden wir wachsen, auch bedingt durch den neuen Mazda CX-3, der ab 19. Juni 2015 bei allen 460 Mazda Partnern seine Deutschlandpremiere feiert. Mit rund 10.000 offenen Kundenbestellungen sind die Auftragsbücher unserer Händler prall gefüllt - und weitere zusätzliche Aufträge sind in Sicht, denn ab 11. September rollt der Mazda MX-5 in die Verkaufsräume“, zeigt sich Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH, optimistisch. „Mit 22.729 zugelassenen Einheiten und einem Marktanteil von 1,74 Prozent liegen wir rund zwei Prozent über den internen Planungen.“

Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb bei Mazda, ergänzt: „Gerade vom MX-5 erwarten wir eine weitere Stärkung der Begehrlichkeit für unsere Marke. Denn kein anderes Modell steht so sehr für die reine Freude am Fahren, das Erfahren der Kurven deines Lebens, wie unsere Roadster-Ikone.“

Zahlen basieren auf KBA-Zahlen (Mai 2015)

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