

Vertriebsnetz wächst kontinuierlich

NEUE MAZDA PARTNER AM START

- **Nach Umstrukturierung sind bereits 19 neue Händler hinzugekommen**
- **Intensive Gespräche mit 40 weiteren Interessenten**
- **Mazda Modelle zeichnen für hohe Nachfrage verantwortlich**

Leverkusen, 14. Mai 2013: Der Ausbau des deutschen Mazda Händlernetzes schreitet voran: 19 neue Vertragspartner sind bereits für die japanische Marke aktiv, drei weitere Betriebe stehen in den Startlöchern. So beginnt Auto Engel in Halberstadt mit dem Verkauf und Service bereits Ende Mai, das Autohaus Büdenbender in Siegen folgt im Juni, um im Januar 2014 nach Umbau den neuen Schauraum zu beziehen. Auch das Autohaus Hoefler in Nürnberg hat schon einen Mazda Händlervertrag unterschrieben und baut einen exklusiven Schauraum, um im Herbst durchstarten zu können.

„Mazda ist eine dynamische Marke mit einer attraktiven Modellpalette, die gut zu uns passt und unser Portfolio sinnvoll ergänzt“, sagt Dirk Hoerr, Geschäftsführer des Autohauses Hoefler. „Die Qualität, das Design und die neuen Technologien werden unsere Kunden sicherlich genauso überzeugen wie sie uns überzeugt haben. Die Partnerschaft mit Mazda bietet uns die Gelegenheit, unsere Ertragslage zu verbessern und unser Unternehmen langfristig zu sichern.“

„Wir freuen uns über das große Interesse an unserer Marke und die vielen neuen Partner, die seit der Umstellung auf die einstufige Netzstruktur im November 2012 hinzugekommen sind oder ihr Interesse bekundet haben“, erklärt Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb der Mazda Motors (Deutschland) GmbH. „Bei Mazda legen wir großen Wert auf die richtige Balance: Die Kunden müssen zufrieden sein, die Händler müssen profitabel arbeiten können.“ Die mit der Umstrukturierung verbundene Reduzierung der Netzdichte führt für die Mazda Händler zu größeren Marktgebieten und somit zu einem höheren Umsatzpotenzial und Absatzvolumen. Das deutsche Vertriebsnetz umfasst aktuell rund 455 Standorte. Mit 40 weiteren Händlern führt Mazda derzeit intensive Gespräche.

Einer der Hauptgründe für das große Interesse der Händler ist die Mazda Modellpalette, die sich seit der Einführung der innovativen SKYACTIV Technologien und der emotionalen KODO Designsprache so attraktiv wie noch nie präsentiert. Eine Attraktivität, die sich auch in den Erfolgen des Mazda CX-5 und des neuen Mazda6 widerspiegelt: So zählen beide Modelle zu den wertstabilsten Fahrzeugen auf dem deutschen Markt und konnten nicht nur mehrere Auszeichnungen wie den europäischen AUTO BILD Design Award einheimsen, sondern auch herausragende Verkaufserfolge erzielen. Für den Mazda CX-5 liegen noch immer 4.500 Kundenkaufverträge vor, für den Mazda6 sind es rund 1.800 unterschriebene Verträge. Dass die Autokäufer die daraus resultierenden, längeren Wartezeiten in Kauf nehmen, ist ein Zeichen für die Begehrlichkeit der Marke. Sie dürfte mit einem weiteren Modell der neuen SKYACTIV Generation im Oktober noch zunehmen.

„Der partnerschaftliche Umgang und die Zusammenarbeit auf Augenhöhe sind unsere Leitphilosophie. Als Vertragspartner suchen wir den richtigen Händler mit dem richtigen Team am richtigen Ort in der richtigen Immobilie – und das genau in dieser Reihenfolge“, erklärt Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH.

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