

## PRESSE-INFORMATION

## Höherer Gewinn und mehr Rendite für Mazda Händler

- Händler erzielen bis Ende September eine Umsatzrendite von durchschnittlich 2,1 Prozent
- Gewinn vor Steuern steigt um 15,4 Prozent
- Mazda Zulassungen legen im November im Vergleich zu 2016 um 30 Prozent zu

Leverkusen, 8. Dezember 2017: Gute Zeiten für die deutschen Mazda Händler: In den ersten drei Quartalen des Jahres 2017 betrug die durchschnittliche Umsatzrendite 2,1 Prozent. Hauptgrund ist der bis einschließlich September 2017 um 12,3 Prozent gesteigerte Gesamtumsatz der bundesweit 388\* Mazda Vertragshändler mit ihren insgesamt 446\* Vertriebsstandorten. Die besten 25 Prozent der Betriebe erzielten sogar eine durchschnittliche Umsatzrendite von 4,84 Prozent. Der Gewinn vor Steuern konnte aufgrund des erhöhten Gesamtumsatzes um 15,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesteigert werden. Ermittelt wurden die aktuellen Werte im Rahmen des regelmäßig durchgeführten Mazda Betriebsvergleichs.

Damit erreichen die Mazda Händler nun bereits im fünften Jahr in Folge eine Umsatzrendite vor Steuern von zwei Prozent oder mehr. Die Hauptgründe für diese positive Entwicklung liegen vor allem in der Steigerung der Neuwagenverkäufe. Der durchschnittliche Umsatz hat sich seit 2012 mehr als verdoppelt. Dies zeigt sich auch in den Neuzulassungen: Im abgelaufenen Monat hat Mazda das beste Ergebnis seit 2006 verzeichnet und liegt aktuell mit 62.274 Zulassungen beziehungsweise zwei Prozent Marktanteil bis einschließlich November um 6,1 Prozent über dem Vorjahresergebnis.

Aber auch das Servicegeschäft ist eine wichtige Ertragssäule für die Mazda Händler. Hier konnte der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert werden.

„Die Mazda Händler wachsen weiter profitabel“, freut sich Bernhard Kaplan, Geschäftsführer Mazda Motors Deutschland GmbH. „Das liegt natürlich auch an den steigenden Privatzulassungen, die bei Mazda seit längerem bei über 50 Prozent und damit deutlich über dem Marktdurchschnitt liegen.“

„Wenn unser Zulassungsplus auch im Ertrag bei den Mazda Händlern ankommt, ist das der richtige Weg. Nur so ist der Handel in der Lage, auch weiterhin in die Betriebe und die Mitarbeiter zu investieren, um den steigenden Kundenerwartungen Rechnung zu tragen“, ergänzt Kaplan. „Und genau darauf ist auch der neue Mazda ServicePartner Vertrag ausgerichtet, den wir nach intensiven Beratungen mit Mazda Händlern und dem Mazda Händler Verband Ende November an den Handel verschicken konnten.“

Auskunft erteilt:  
Jochen Münzinger, Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
+49.(0)2173.943.220 | [jmuenzinger@mazda.de](mailto:jmuenzinger@mazda.de)

\* Stand 1. Dezember 2017