

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im Februar 2013

MAZDA SETZT ERFOLGSKURS FORT

- **Absatz in Deutschland um 6,1 Prozent gestiegen**
- **Erfolgreicher Start des neuen Mazda6, Bestseller Mazda CX-5**
- **Beste Händler werden belohnt**

Leverkusen, 4. März 2013: Mazda setzt seinen Aufwärtstrend auf dem deutschen Markt weiter fort. Im Februar ist der Absatz des japanischen Automobilherstellers in Deutschland im Vergleich zum Vorjahresmonat um 6,1 Prozent auf 3.836 Einheiten gestiegen. Bei einem gleichzeitig um 10,5 Prozent auf 200.683 Einheiten geschrumpften Gesamtmarkt konnte Mazda seinen Marktanteil um 0,3 Prozentpunkte auf 1,9 Prozent steigern. Im bisherigen Jahresverlauf verzeichnet Mazda gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres einen Zuwachs von 10,6 Prozent auf 6.735 Einheiten.

Angetrieben wird der Erfolg der Marke erneut vom Mazda CX-5. Das kompakte Crossover-SUV fand im Monat Februar 1.089* Käufer und bleibt mit insgesamt 2.402* Zulassungen im Januar und Februar 2013 weiterhin der Bestseller im Mazda Modellprogramm. Weitere 4.700 Kundenbestellungen liegen aktuell für das erfolgreiche Kompakt-SUV vor. Einen ausgezeichneten Start verzeichnete auch der neue Mazda6, der Anfang Februar bei den deutschen Mazda Händlern eingeführt wurde. Die neue Mittelklasse-Baureihe konnte im Februar gegenüber dem Vorjahresmonat um 13,8 Prozent auf 585* Einheiten zulegen. Zusammen mit den Neuzulassungen aus dem Januar erreicht die dynamisch-elegante Mittelklasse-Baureihe 1.226* Zulassungen, was einem Zuwachs um 40,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Darüber hinaus liegen derzeit rund 2.300 Kundenaufträge für das zweite komplett neue Mazda Modell mit den neuen SKYACTIV Technologien vor. Von den Kunden haben sich bislang zwei Drittel für den Mazda6 Kombi und ein Drittel für die coupéhafte Limousine entschieden. Auch das neue SKYACTIV-Drive Automatikgetriebe erreicht mit circa 32 Prozent einen hohen Verkaufsanteil.

„Einen maßgeblichen Anteil an unserem aktuellen Absatzerfolg hat auch die Neustrukturierung des deutschen Händlernetzes im vergangenen November“, sagt Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Seitdem konnten wir ein Verkaufplus

von 24 Prozent verbuchen.“ 79 Prozent der Händler haben den Verkauf im Schnitt um 59 Prozent gesteigert. Im Februar hat jeder Händler-Standort im Durchschnitt 8,4 Fahrzeuge verkauft, in den ersten beiden Monaten des Jahres waren es 14,5 Einheiten pro Standort.

„Mein herzlicher Dank gilt den Mazda Händlern, die diese herausragende Leistung mit steigender Begeisterung in einem harten Marktumfeld erbracht haben“, so Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Und natürlich allen Kunden, die sich für eine Marke entschieden haben, die leidenschaftlich anders ist.“ Als Auszeichnung und Belohnung für die geleistete Arbeit winkt den 57 besten deutschen Mazda Partnern ein Besuch bei den besten Händlern der Marke weltweit: nämlich den australischen Händlern. „Down Under verkaufen rund 150 Händler mehr als 100.000 Mazda Fahrzeuge pro Jahr, erzielen damit einen Marktanteil von rund zehn Prozent und haben den Mazda3 zum erfolgreichsten Modell auf dem australischen Markt gemacht“, sagt Schmid. „Das ist ein leuchtendes Best-Practice-Beispiel für Mazda in Deutschland, das wir uns einmal aus der Nähe ansehen wollen.“

*interne Mazda Zahlen

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