

Verkaufsergebnis auf dem deutschen Gewerbekundenmarkt 2013

MAZDA MIT KRÄFTIGEM ZUWACHS IM FLOTTENGESCHÄFT

- **Gewerbezulassungen 2013 um 51,1 Prozent gestiegen**
- **Zweitstärkste japanische Marke auf dem deutschen Flottenmarkt**
- **Mazda6 und Mazda CX-5 als Erfolgsgaranten**

Leverkusen, 13. Januar 2014: Mit einem Zuwachs von 51,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr hat Mazda 2013 einen großen Erfolg auf dem deutschen Gewerbekundenmarkt gefeiert. In dem um 6,2 Prozent rückläufigen Gesamtmarkt gelang dem japanischen Automobilhersteller damit ein überaus eindrucksvolles Ergebnis: Keine andere Volumenmarke eines deutschen oder ausländischen Herstellers konnte einen ähnlich großen Zuwachs in 2013 verzeichnen. Mit 7.110 echten gewerblichen Neuzulassungen erzielte Mazda einen Marktanteil von 1,1 Prozent über alle Markt-Segmente und 3,5 Prozent Marktanteil in den von Mazda besetzten Segmenten.

Das Ergebnis im Gewerbekundengeschäft komplettiert ein hervorragendes Gesamtjahr für den Automobilimporteur: Insgesamt verbuchte Mazda 2013 rund 45.000 Pkw-Neuzulassungen in Deutschland und gehörte mit einem Absatzplus von 10,5 Prozent zu den erfolgreichsten Marken auf dem rückläufigen deutschen Automarkt.

Angetrieben wird der Wachstumskurs von Mazda auf dem Flottenmarkt insbesondere von den neuen Modellen der Mazda SKYACTIV Generation: allen voran dem neuen Mazda6, der im Februar 2013 eingeführt wurde und seitdem Flotten- wie Privatkunden mit seinem dynamisch-eleganten Design, hochmodernen Assistenzsystemen und vor allem den ebenso leistungsstarken wie effizienten SKYACTIV Antrieben mit geringsten CO₂-Emissionen überzeugt. Erst kürzlich hat der Mazda6 in einem Test der Fachzeitschrift „auto motor und sport“ im direkten Vergleich mit einem gerade als Facelift präsentierten deutschen Volumenmodell seine Qualitäten überzeugend unter Beweis gestellt und einen klaren Sieg eingefahren. Einen zentralen Beitrag zum Erfolg der Marke leistete auch das kompakte SUV Mazda CX-5.

„Zudem bieten wir mit unserem Mazda Full Service Leasing Fuhrparkleitern Rundum-Sorglos-Schutz und volle Kostenkontrolle“, sagt René Bock, Leiter Fleet & Remarketing bei der Mazda

Motors Deutschland GmbH. „Besonders gut kommt der Mazda6 in der Business-Line an, die in Antrieben und Ausstattung speziell auf die Bedürfnisse von Flottenkunden zugeschnitten ist.“

Zu den besonderen Merkmalen dieser Ausstattungsvariante zählen das Mazda SD-Navigationssystem mit TomTom[®]-Technologie, 5,8-Zoll-Farb-Touchscreen-Display und Bluetooth[®]-Freisprecheinrichtung sowie eine Zwei-Zonen-Klimaautomatik, Nebelscheinwerfer, die Geschwindigkeitsregelanlage Cruisematic sowie das neue System zur Bremsenergieerückgewinnung i-ELOOP. Die „Business-Line“ basiert auf dem Ausstattungsniveau Prime-Line, die neben diversen fortschrittlichen Sicherheitssystemen unter anderem über ein Audiosystem mit CD-Player, Lenkradbedientasten sowie AUX- und USB-Anschluss, 17-Zoll-Leichtmetallfelgen und einen Touring-Computer verfügt. Die Preise für den Mazda6 Business-Line beginnen in beiden Karosserievarianten als Kombi und Limousine bei 25.076 Euro netto.

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