

PRESSE-INFORMATION

Höherer Gewinn und mehr Rendite für Mazda Händler

- Händler erzielen bis Ende Dezember 2016 eine Umsatzrendite von durchschnittlich 2,1 Prozent
- Viertes Jahr in Folge mit einer durchschnittlichen Umsatzrendite von 2 Prozent und mehr
- Mazda Privatzulassungen legen im Vergleich zu 2015 um 19 Prozent zu

Leverkusen, 1. März 2017: Der bis einschließlich Dezember 2016 um 5,1 Prozent gesteigerte Gesamtumsatz hat den Mazda Partnern eine durchschnittliche Umsatzrendite von 2,1 Prozent beschert. Die besten 25 Prozent der Betriebe erzielten sogar eine Umsatzrendite von 4,4 Prozent, die besten 50 Prozent lagen immerhin noch bei 3,4 Prozent. Der Gewinn vor Steuern konnte im Vergleich zum Vorjahr erneut und bereits zum vierten Mal in Folge gesteigert werden. Damit erzielte das Mazda Händlernetz im vierten Jahre in Folge eine Umsatzrendite von 2 Prozent und mehr. Ermittelt wurden die aktuellen Werte im Rahmen des regelmäßig durchgeführten Mazda Betriebsvergleichs.

Bedingt durch die weiterhin hohe Nachfrage nach Mazda Neufahrzeugen und dem deutlich höheren Mazda Neuwagenumsatz von plus 5,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr ergibt sich mit 4,4 Prozent ein weiterhin stabiles Abteilungsergebnis (Deckungsbeitrag 2) der Neuwagenabteilung auf sehr hohem Niveau. Das Ergebnis bei den Gebrauchtwagen ist mit einem Bruttoertrag von 11,8 Prozent und einem Deckungsbeitrag 2 von 4,5 Prozent ebenfalls weiterhin auf hohem Niveau.

„Die Mazda Händler wachsen weiterhin profitabel“, freut sich Bernhard Kaplan, Geschäftsführer der Mazda Motors (Deutschland) GmbH. „Das liegt natürlich auch an den weiter steigenden Privatzulassungen, wo wir im Vergleich zu 2015 ein Plus von 19 Prozent erreichen konnten. Wenn unser Zulassungsplus auch im Ertrag bei den Partnern ankommt, dann ist das der richtige Weg und die richtige Entwicklung für unsere Händler und unsere gemeinsamen Kunden. So können diese darauf bauen, dass unser Händlernetz auch weiterhin in ihre Autohäuser und Mitarbeiter investieren, um die Kundenerwartungen zu erfüllen oder sogar zu übertreffen.“

Dazu Werner Prange, Präsident des Mazda Händlerverbandes (MHV): „Seit der Einführung der neuen, designorientierten Produktgeneration im Jahre 2012 zeigen Umsatz und Ertrag im Mazda-Handel in die richtige Richtung - und auch das Jahr 2016 war ein gutes Jahr für den Mazda-Handel. Auch wenn wir naturgemäß nicht jede einzelne Zahl bis in das kleinste Detail transparent nachvollziehen können, freut es uns, dass man beim Importeur sehr viel Wert auf ein profitables Wachstum im Handel legt und wünschen uns eine Beibehaltung dieser Strategie auch in der Zukunft.“

Auskunft erteilt:
Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49.(0)2173.943.303 | aheisler@mazda.de