

Verkaufszahlen auf dem deutschen Pkw-Markt im Juni 2015

KRÄFTIGES WACHSTUM FÜR MAZDA

- **Neuzulassungen steigen um 12,5 Prozent auf 5.550 Einheiten**
- **Mazda2 und im Juni eingeführter Mazda CX-3 forcieren Absatz**
- **Hohes Auftragsvolumen sichert Wachstum im zweiten Halbjahr**

Leverkusen, 2. Juli 2015: Mazda startet mit Rückenwind in die zweite Jahreshälfte: Nachdem der gesamte deutsche Pkw-Markt im Mai eine vorsommerliche Verschnaufpause eingelegt hatte, geht es nun wieder aufwärts. Während der Gesamtmarkt im Juni um 12,9 Prozent auf 313.539 Einheiten wuchs, verzeichnete der japanische Automobilhersteller ein Plus von 616 Einheiten auf insgesamt 5.550 Neuzulassungen. Der Marktanteil liegt mit 1,8 Prozent auf Vorjahresniveau.

Wachstumstreiber waren insbesondere der neue Mazda2, dessen Absatz gegenüber dem Vergleichsmonat um rund 75 Prozent stieg, und der ebenfalls neue Mazda CX-3: Vom B-Segment Crossover-SUV, das am 19. und 20. Juni seine Premiere bei den deutschen Mazda Vertragspartnern feierte, wurden im Juni deutschlandweit bereits 800 Einheiten neu zugelassen. Der große Bruder des CX-3 war einmal mehr das beliebteste Mazda Modell: Mit über 1.760 verkauften Einheiten konnte der Mazda CX-5 nochmals leicht um 3,8 Prozent zulegen.

Auch im ersten Halbjahr führt der Mazda CX-5 mit rund 8.600 Neuzulassungen die Verkaufshitparade an. Es folgen der Mazda3 mit über 8.100 Einheiten und der Mazda6, der sich mehr als 3.450 Mal verkauft hat. Insgesamt wurden von Januar bis einschließlich Juni 28.279 Fahrzeuge des japanischen Autoherstellers neu zugelassen, rund 750 mehr als ursprünglich geplant. Auf einem Gesamtmarkt von rund 1,62 Millionen Fahrzeugen entspricht dies einem Anteil von 1,7 Prozent.

Das zweite Halbjahr wird Mazda einen weiteren Schub geben. „Mit fast 11.000 Kundenkaufverträgen in den Büchern unserer rund 460 Mazda Händler haben wir einen neuen Rekord in puncto Auftragsvorlauf - und somit starten wir mit Vollgas in die zweite Halbzeit“, freut sich Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Die Speerspitze bildet auch hier der Mazda CX-5 mit knapp 4.000 Kundenbestellungen, gefolgt vom neuen

Mazda CX-3, der bereits eine Woche nach der Markteinführung mit 3.000 Kundenbestellungen knapp 50 Prozent des Verkaufsvolumens des Jahres 2015 überschritten hatte. Aber auch rund 1.800 Mazda2 sind vorbestellt.“

Allein durch dieses hohe Auftragsvolumen erwartet die Marke im zweiten Halbjahr rund 30.000 Neuzulassungen, was einem Zuwachs von 6.000 Einheiten respektive 25 Prozent entspräche. „Das ist ein ambitioniertes, aber durchaus realistisches Ziel. Mit der Einführung des neuen Mazda MX-5 wird die Nachfrage weiter zunehmen“, so Josef A. Schmid.

„Die Zielsetzung für die Marke Mazda und die Mazda Händler ist natürlich in erster Linie ein kundenoptimiertes und profitables Wachstum, gerade in einer Zeit, in der die Nachfrage besonders hoch ist“, ergänzt Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb bei Mazda Deutschland. „Darüber hinaus findet derzeit ein größeres Investment der Mazda Organisation statt, um die Kundenzufriedenheit noch weiter zu steigern: Die Ausstellungsräume werden den gestiegenen Anforderungen angepasst und auch im digitalen Bereich geht die neue Mazda Online-Plattform ‚Find My Mazda‘, die Anfang Juli live gehen wird, auf das veränderte Kundenverhalten ein.“

Zahlen basieren auf KBA-Zahlen und internen Quellen (Juni 2015)

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