

Mazda schließt Lücke im Händlernetz

MÜNCHNER TRADITIONSUNTERNEHMEN HÄUSLER VERTREIBT KÜNFTIG MAZDA

- **Traditionsreiches Unternehmen unterhält über 14 Standorte im Großraum München**
- **Kundenorientierung ist oberstes Gebot**
- **München besitzt großes Wachstumspotenzial für die Marke**

Leverkusen, 18. Juni 2014: Die traditionsreiche Autohauskette Häusler erweitert ihr Portfolio: Ab Oktober werden im Hauptbetrieb in der Landsberger Straße auch Fahrzeuge der Marke Mazda angeboten. Der japanische Importeur baut mit dem neuen Vertriebspartner sein Händlernetz in Deutschland weiter aus - und schließt eine wichtige Lücke.

München ist mit 160.282 Neuzulassungen im vergangenen Jahr der größte Automobilmarkt in Deutschland. Mit einem Marktanteil von 0,35 Prozent im Jahr 2013 bzw. 0,39 Prozent bis April 2014 hat Mazda hier noch großes Zusatzpotenzial: „In Anbetracht eines bundesweiten Marktanteils von 1,52 Prozent in 2013 und 1,94 Prozent in den ersten vier Monaten 2014 sehen wir in München noch erhebliche Wachstumschancen“, erklärt Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Ich freue mich, dass wir mit der Häusler Gruppe jetzt einen kompetenten und verlässlichen Partner gefunden haben. Das familiengeführte Unternehmen verbindet Tradition mit hoher Dynamik und passt perfekt zu Mazda - einem Autohersteller, der Konventionen bewusst hinterfragt, um Dinge besser zu machen.“

Die einzigartige Erfolgsgeschichte der Firma Häusler begann vor mehr als 150 Jahren als Handwerksbetrieb im Riemer- und Sattlergewerbe. Schnell erweiterte Firmengründer Johann Häusler sein Geschäft auf den Wagen- und Kutschenbau - und widmete sich mit dem Aufkommen der ersten selbstfahrenden Droschken bald voll und ganz der neuen Automobiltechnik. So schnell sich das Auto zum wichtigsten Transportmittel entwickelte, so rasant stieg Häusler zu einem der größten Autohändler Bayerns auf. Heute garantiert die Autohauskette mit 14 Standorten in und um München maximale Kundennähe und ist mit mehr als 500 Mitarbeitern und 80 Auszubildenden im kaufmännischen und technischen Bereich stets bestrebt, den Kundenwünschen in bester Tradition des Unternehmens gerecht zu werden. Davon profitieren in Zukunft auch die Mazda Kunden.

„Mit der japanischen Marke werden wir unsere Marktposition weiter festigen. Die attraktiven Modelle sind eine hervorragende Ergänzung unserer aktuellen Palette - allen voran der neue Mazda3. Wie ich in einer ersten Testfahrt selbst feststellen konnte, garantieren die innovativen SKYACTIV Technologien ein beeindruckendes Fahrerlebnis“, freut sich Peter Müller, Geschäftsführer der Autohauskette. „Zudem haben uns die attraktiven Margen von Mazda ebenso überzeugt wie die Strategie der Marke für weiteres Wachstum in Deutschland und Europa.“

Mit dem neuen Vertriebspartner in München macht Mazda auch einen weiteren Schritt, um dem Ziel von 70.000 Zulassungen im Jahr 2016 näher zu kommen. Zu diesem Zweck sucht Mazda nach der Umstellung auf die einstufige Netzstruktur im Vorjahr starke Partner für die derzeit noch 29 offenen Gebiete; mit Ausnahme von neun Gebieten (Hamburg Harburg/ Buchholz, Norderstedt, Kirchheim, Wiesbaden, Koblenz, Siegburg, Mosbach, Euskirchen und Landau) werden überall bereits weiterführende Gespräche mit interessierten Betrieben geführt. Fest steht: Mit dem Münchner Unternehmen werden allein in diesem Jahr bereits 13 offene Gebiete besetzt.

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