

Halbjahresergebnisse aus dem Mazda Betriebsvergleich

## ***MAZDA HÄNDLER FREUEN SICH ÜBER STEIGENDE RENDITE***

- **Durchschnittliche Umsatzrendite steigt auf 1,9 Prozent**
- **Bruttoertrag aus Neuwagengeschäft erreicht Spitzenwert von 11,8 Prozent**
- **Mazda Deutschland unterstützt Händler auch im Service- und Gebrauchtwagengeschäft**

Leverkusen, 9. September 2014: Mit einem Zulassungsplus von 20,5 Prozent auf 36.883 Fahrzeuge gehört Mazda nach den ersten acht Monaten des Jahres zu den wachstumsstärksten Marken auf dem deutschen Automobilmarkt – ein Erfolg, an dem die deutschen Mazda Händler großen Anteil haben und auch gebührend teilhaben. Abzulesen ist das an der Umsatzrendite der Händler, die im ersten Halbjahr 2014 gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um 0,3 Prozentpunkte auf 1,9 Prozent gestiegen ist. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Mazda Händlerbetriebsvergleich.

Die erfolgreichsten 50 Prozent der Mazda Partner erzielten in den ersten sechs Monaten des Jahres sogar eine durchschnittliche Rendite vor Steuern von 4,3 Prozent. Damit liegt Mazda im Spitzenfeld der Markenhändler in Deutschland. „Das große Engagement unserer Vertriebspartner lohnt sich – für uns als Marke und für die Händler selbst“, sagt Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Ich freue mich darauf, unseren Wachstumskurs mit diesem schlagkräftigen Vertriebsnetz in den kommenden Monaten weiter fortzusetzen.“

Insbesondere das Neuwagengeschäft hat mit einem Bruttoertrag von 11,8 Prozent – einem Spitzenwert der vergangenen Jahre – zur erfreulichen Geschäftsentwicklung der Mazda Händler beigetragen. Die Zahlen belegen die hohe Begehrlichkeit der Marke sowie der Modelle der neuen SKYACTIV Generation Mazda3, Mazda6 und Mazda CX-5.

Im Service-Bereich, der insbesondere im ersten Halbjahr mit einem konstant gutem Deckungsbeitrag maßgeblich zum Gesamtergebnis der Mazda Händler beitragen konnte, sieht der Importeur darüber hinaus noch Potentiale. Die Steigerung des Werkstattgeschäftes durch

eine optimale Beratung des Kunden und damit einer Ausschöpfung der Wartungs- und Reparaturpotentiale am Fahrzeug, sowie die Optimierung der Werkstattauslastung und damit der Kosten im Werkstattbereich, sind zukünftig Schwerpunkte in der Händlerbetreuung. Dafür stellt die Mazda Deutschlandzentrale dem Handel die sogenannte NASA (Neue After Sales Analyse) zur Verfügung. Mit diesem im Hause entwickelten Werkzeug kann präzise und leicht verständlich die Entwicklung des Werkstattgeschäftes pro Partner analysiert werden. Der Unternehmer kann so, auch durch Unterstützung des Mazda Außendienstes, entsprechende strategische Maßnahmen ableiten und in der Folge implementieren.

Unterstützt wird das gemeinsame erfolgreiche Wachstum von Marke und Händlern durch die Betriebsberatung von Mazda Deutschland. Gemeinsam mit den Vertriebspartnern werden Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung, zur Kostenoptimierung und zur Ausschöpfung der Kundenpotenziale analysiert und umgesetzt. Um den Umsatz und den Ertrag im Gebrauchtwagenbereich weiter zu verbessern, wird der Handel seit kurzem durch Mazda Finance mit Möglichkeiten zur Einkaufsfinanzierung für Mazda Dienstfahrzeuge und Mietwagenrückläufer gestärkt, die ausschließlich an das deutsche Mazda Händlernetz vermarktet werden. Dafür wurde auch die nur für den Mazda Handel zur Verfügung stehende B2B Börse für Dienst- und Mietwagenrückläufer weiter optimiert. Zielsetzung ist hier dem Handel einen verbesserten Gebrauchtwagenmix zu ermöglichen.

„Wir pflegen einen partnerschaftlichen Umgang mit unseren Händlern und unterstützen sie nach Kräften, um ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung zu fördern“, ergänzt Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb von Mazda Deutschland. „Dank der gemeinsamen Aktivitäten und der unverändert hohen Nachfrage nach unseren attraktiven neuen Modellen erwarten wir, dass wir in diesem Jahr mehr als 50.000 Neufahrzeuge in Deutschland verkaufen. Die Umsatzrendite der Händler wird sich dabei weiter im Spitzenfeld des Wettbewerbs stabilisieren.“

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