



PRESSE-INFORMATION

Umsatzrendite im Mazda Handel im siebten Jahr in Folge über zwei Prozent

- Händler erzielen im Gesamtjahr 2019 eine Umsatzrendite von durchschnittlich 2,2 Prozent
- Fast 72.000 Neuzulassungen im vergangenen Jahr im deutschen Markt
- Im hundertsten Jahr der Unternehmensgeschichte wird mit dem Mut zum Anderssein auf die Herausforderungen eines sich wandelnden Marktumfeldes reagiert

Leverkusen, 25. Februar 2020: Auch das Jahr 2019 verlief für die Mazda Händler profitabel. Im siebten Jahr in Folge bleibt die Rendite der Mazda Partner über der zwei Prozent Marke: Für das Gesamtjahr 2019 belief sich die im Rahmen des Mazda Betriebsvergleichs ermittelte durchschnittliche Umsatzrendite vor Steuern auf 2,2 Prozent. Die besten 25 Prozent des Händlernetzes, 432 Standorte, erreichten sogar eine durchschnittliche Umsatzrendite von 5,5 Prozent.

Der Neuwagenumsatz je Vertriebsstandort lag mit im Durchschnitt etwa 3,5 Millionen Euro nahezu auf Vorjahresniveau, der erzielte Bruttoertrag wurde von 10,6 Prozent leicht auf 10,9 Prozent gesteigert.

Auch die Umsatz- und Ertragslage in anderen Abteilungen zeigt in die richtige Richtung. So stieg der Umsatz im Service im Vorjahresvergleich um 6,9 Prozent bei einer Steigerung des Deckungsbeitrages für Teile und Werkstatt um 5,9 Prozent. Im Gebrauchtwagenbereich waren ein Bruttoertrag von 11,1 Prozent und ein Deckungsbeitrag von 3,8 Prozent zu verzeichnen.

In der erfolgreichen Restrukturierung des Mazda Servicenetzes standen die Kundenorientierung und die Ausschöpfung von Marktpotentialen im Vordergrund, die zu den wichtigsten Treibern für die positive Entwicklung der Mazda Partner zählen. Die erneute Steigerung der Fahrzeug-Neuzulassungen hat zu einem weiteren Anstieg des Mazda Fahrzeugbestandes geführt und stellt somit die Basis für ein weiterhin nachhaltiges Servicegeschäft dar.

„Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit unseren Mazda Partnern die Strategie im Bereich Vertrieb und Service erfolgreich umsetzen und sich dies in entsprechend positiven Betriebsergebnissen niederschlägt. Das ist eine solide Basis, um die Anforderungen der nächsten Jahre, die zweifellos in einem sich wandelnden Marktumfeld spannend werden, zu meistern. Mein Dank gilt allen Händlern und deren Mitarbeitern, die jeden Tag im Kundenkontakt ihr Bestes geben“, sagt Bernhard Kaplan, Geschäftsführer von Mazda Motors Deutschland.

Auskunft erteilt:

Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49 (0)2173 943 303 aheisler@mazda.de