

Anzahl neuer Händler in diesem Jahr erneut vor Verdoppelung

MAZDA BAUT HÄNDLERNETZ IN EUROPA WEITER AUS

- **2009 voraussichtlich europaweit über 100 neue Partner**
- **Optimierung des Wirtschaftsraumkonzeptes in Deutschland**
- **60 Open Points bundesweit zu besetzen**

Leverkusen, 29. Juni 2009: Mehr Mazda Händler in Europa: Nachdem die Marke 2007 in Europa 28 neue Partner gewinnen konnte und diese Zahl 2008 exakt verdoppelte wurde, rechnet Mazda für dieses Jahr mit einer erneuten Verdoppelung auf über 100 neue Händler. Dies würde bei der aktuellen Zahl von europaweit 2.000 Händlern einem Zuwachs von rund fünf Prozent entsprechen. Dank einer erfolgreichen Vermarktung der jungen Modellpalette mit dem Kleinwagen Mazda2, dem Mittelklasse-Fahrzeug Mazda6 und dem brandneuen Kompaktmodell Mazda3 an der Spitze, konnte Mazda gemeinsam mit seinen Händlern den europäischen Marktanteil von 0,9 Prozent (2001) auf 1,6 Prozent im vergangenen Jahr steigern. „Wir werden mehr und mehr zur ersten Wahl für einige der besten Händler in Europa“, sagt Philip Waring, Chief Operating Officer bei Mazda Motor Europe. „Und ein größeres Händlernetz gibt uns die Möglichkeit, mehr Fahrzeuge abzusetzen. Schließlich verkaufen nicht wir die Fahrzeuge, sondern unsere Partner im Handel.“

Bereits für das erste Halbjahr 2009 meldet das Unternehmen 49 Zugänge ins europäische Händlernetz, davon sieben Neueinsätze in Deutschland. Insgesamt sollen bundesweit 60 zusätzliche Standorte durch qualifizierte Vertriebspartner neu besetzt werden, die sogenannten „Open Points“. An dem 2003 eingeführten Wirtschaftsraumkonzept wird im deutschen Markt festgehalten. „Mit 76 Wirtschaftsraumleitern, 625 Vertriebs- und 162 Servicepartnern sind wir, von einigen wichtigen Open Points abgesehen, flächendeckend im deutschen Markt aufgestellt, erläutert Thomas Rothe, Direktor Vertrieb Mazda Motors Deutschland. „Grundsätzlich stehen wir voll und ganz hinter dem Wirtschaftsraumkonzept. Wichtig ist aber, dass wir konsequent den aktuellen Zustand unseres Händlernetzes überprüfen und bei Bedarf Verbesserungen einleiten. Als entscheidend erscheint uns, dass wir gezielt Kooperationen fördern, die wirtschaftlich und geographisch sinnvoll sind.“

Die Anzahl der direkten Ansprechpartner soll dabei mittelfristig von 76 auf 200 gesteigert werden. Dies bedeutet, dass Wirtschaftsräume verkleinert oder bestimmten Vertriebspartnern Direktverträge angeboten werden, wenn dies seitens der Handelspartner gewünscht oder betriebswirtschaftlich sinnvoll ist. Für eine direkte Partnerschaft mit Mazda haben Mazda Händler bewiesen, dass sie professionell und profitabel im Markt agieren und loyal zur Marke stehen.

Die Marke legt großen Wert auf vernünftige, kosteneffiziente Standards und günstige Betriebseinrichtungen. Mazda hat erst vor kurzem neue finanzielle Vereinbarungen mit verschiedenen Banken in ganz Europa getroffen, um seinen Händlern auch im Vergleich zum Wettbewerb günstigste Bedingungen für Investitions- und Kundenfinanzierungen zu bieten. Seit Anfang 2009 ist in Deutschland die Santander Consumer Bank AG die finanzierende Bank und bietet neben attraktiven Finanzierungsprogrammen auch flexible Leasingangebote und einen umfassenden Versicherungsschutz.

Beispiel Neueröffnung - Autoprofi D.E. Handels GmbH in Bremerhaven

Als sich der langjährige Nissan-Händler Autoprofi D.E. Handels GmbH in Bremerhaven entschloss, zusätzlich Mazda Vertragspartner zu werden, musste es schnell gehen, da man gerne parallel zur Markteinführung des Erfolgsmodells Mazda3 mit dem Verkauf von Mazda Fahrzeugen starten wollte.

Dazu Susanne Burgemeister, Geschäftsführerin Autoprofi D.E. in Bremerhaven: „Von Anfang an gestaltete sich der Einsatzprozess mit Mazda sehr partnerschaftlich und unbürokratisch. Die Beratung und Betreuung sowohl bei der Vertragsgestaltung als auch bei den Produkt- und IT-Schulungen war genau auf uns abgestimmt. Besonders gut gefällt mir das Mazda Dealer Management System MACS, das viel Potenzial besitzt und sich deutlich von anderen Händler-Systemen abhebt und sich übrigens auch für andere Marken einsetzen lässt. In unserem Team kommt insbesondere die moderne, frische Mazda Modellpalette unheimlich gut an. Die Eröffnung und die PremierenParty Anfang Juni verlief vielversprechend und ich freue mich auf eine gute und langjährige Zusammenarbeit mit Mazda.“

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de