Mazda weiter auf Wachstumskurs

Mazda setzt seinen Wachstumskurs fort. In den ersten neun Monaten des am 31. März 2016 endenden Geschäftsjahres erzielte der japanische Automobilhersteller einen Betriebsgewinn von 173,4 Milliarden Yen (1,29 Milliarden Euro). Das entspricht einem Zuwachs von 14,1 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres. Der Umsatz stieg im Zeitraum von April bis Dezember 2015 um 16,1 Prozent auf 2,55 Billionen Yen (19,01 Milliarden Euro). Der Fahrzeugabsatz kletterte in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres auf 1,145 Millionen Autos und einen neuen Bestwert für die ersten neun Monate eines Geschäftsjahres. Das Plus von 14,1 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres beruht insbesondere auf der weiterhin hohen Nachfrage nach dem CX-5 und dem nun weltweit verfügbaren CX-3.

Angetrieben von der hohen Nachfrage nach dem Mazda2 und dem CX-3 hat Mazda in Europa (ohne Russland) in den vergangenen neun Monaten 163 000 Neufahrzeuge ausgeliefert und den Absatz damit um 27 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Erfolge feierte Mazda insbesondere auf wichtigen Märkten wie Deutschland (+17 % auf 44 000 Einheiten) und Großbritannien (+22 % auf 31 000 Einheiten).

Auf dem insgesamt rückläufigen japanischen Heimatmarkt legte der Hersteller um 15 Prozent auf ebenfalls 163 000 Einheiten zu und steigerte den Marktanteil um 0,9 Punkte auf 4,7 Prozent. In China verzeichnete das Unternehmen einen Zuwachs von 13 Prozent auf 177 000 Einheiten. In Nordamerika erzielte die Marke ein Plus von acht Prozent auf 345 000 Einheiten. Auf den übrigen Märkten ist der Fahrzeugabsatz um 27 Prozent auf 277 000 Einheiten gestiegen. So erzielte das Unternehmen beispielsweise in Australien ein Plus von 18 Prozent auf 86 000 Einheiten und verbuchte als zweitstärkste Marke des Landes einen Marktanteil von 9,8 Prozent. Kräftige Zuwächse gab es auch in Thailand und Vietnam, neue Rekordwerte fuhr die Marke in Chile, Kolumbien und Saudi-Arabien ein. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel

Mazda CX-5.