

Südosteuropa auf der Überholspur

Mazda Austria wird in der kommenden Fünfjahresperiode den Umsatz in seinen 17 Märkten Südosteuropas um 33 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro und den Absatz um 29,5 Prozent auf 111.000 Autos zu steigern.

Das Mazda-Drehkreuz in Klagenfurt entwickelt sich zum *Big Business*. Mazda Austria managt von Klagenfurt das Geschäft mit Autos und Ersatzteilen in insgesamt 17 Länder Zentral- und Südosteuropas (CSEE), eine Region mit 210 Millionen Menschen. Nach Jahren der Krise springt das Geschäft im Südosten jetzt wieder an. Aktuell verkauft Mazda Austria am Heimmarkt in Österreich noch weit mehr Fahrzeuge als in allen seinen Auslandsmärkten zusammen. Doch Südosteuropa holt schnell auf. 111.000 Neuwagen (+29,5%) wird Mazda Austria in den kommenden fünf Jahren verkaufen – davon 55.700 in Österreich, 55.300 in Südosteuropa. „Von 2014 bis 2019 prognostizieren wir eine Verdreifachung der Mazda-Verkäufe außerhalb Österreichs, allein in Südosteuropa“, sagt Heimo Egger, Verkaufsdirektor CSEE.

Top-3 aller Mazda-Organisationen in Europa.

Das Absatzplus treibt natürlich auch den Umsatz nach oben. Inklusive Ersatzteil- und Zubehörgeschäft bedeutet das über den gesamten Zeitraum 2014 bis 2019 hinweg einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro – ein Plus von 33 Prozent im Vergleich zur vergangenen Fünfjahresperiode. 2 Milliarden kommen aus dem Autoabsatz, 302 Millionen aus dem Geschäft mit Ersatzteilen. Insgesamt fährt Mazda Austria damit den dritthöchsten Umsatz, Absatz und auch Profit aller europäischen Mazda-Organisationen ein.

Gründe fürs Wachstum.

In Südosteuropa trifft steigendes Bruttoinlandsprodukt auf alternden Autobestand und geringe Autodichte. Kamen im Vorjahr in Österreich 37 Neuwagenkäufe auf 1.000 Einwohner, waren es in Rumänien, Bulgarien und Serbien nur 3 auf 1.000. Weitere Länder mit großem Wachstumspotenzial sind Ungarn (6 auf 1.000) und Kroatien (7 auf 1.000).

„Wir werden aber nicht nur mit der Industrie mitwachsen, sondern dank neuer Produkte in populären Segmenten unseren Marktanteil erhöhen“, betont Egger. Nebenbei soll in den online-affinen Südost-Märkten auch der Direktverkauf übers Internet forciert und in Zusammenarbeit mit den Händlern ein zusätzlicher Vertriebskanal eröffnet werden.

Potenzial sieht Mazda darüber hinaus im Flottengeschäft. In den südosteuropäischen Märkten ist geplant, den Anteil der Mazda-Firmenkunden bis 2019 zu verdoppeln. Fünf Millionen Euro investiert Mazda Austria darüber hinaus in den kommenden Jahren, um die Händler und Werkstätten zu modernisieren und damit auch die Kundenfrequenz zu erhöhen. Das frische Schauraumkonzept bringt die Partnerbetriebe in puncto Architektur, IT und technischer Ausstattung auf den neuesten Stand.

Internationales Ersatzteilgeschäft via Klagenfurt.

302 Millionen Euro und damit ein Drittel seines Umsatzes bis 2019 generiert Mazda Austria über das Ersatzteil- und Zubehörgeschäft. Klagenfurt ist neben Brüssel die zweite große europäische Mazda-Drehscheibe. Die wichtigsten Ersatzteile kommen per Schiff direkt aus Japan via Triest nach Österreich. Von hier aus werden sie an die 507 Händler und Werkstätten in den 17 Mazda-Austria-Märkten verteilt.

96 Prozent aller Mazda-Ersatzteile – oder anders ausgedrückt rund 21.400 Stück im Gesamtwert von 5,4 Millionen Euro – sind im Depot in Klagenfurt jederzeit lagernd. Täglich gehen bis zu 1.500 Bestellungen im Klagenfurter Zentrallager ein. Robert Böck, Logistik-Direktor bei Mazda Austria: „Bis zum Radius von Rom schaffen wir eine Zustellung über Nacht.“ Die Schnelligkeit ist entscheidend, betont Böck: „Wenn ein Teil sofort verfügbar ist, kann rasch repariert werden. Und nur dann kommen die Kunden immer wieder.“

Neukunden zu Stammkunden machen.

Ziel ist es, die traditionell noch etwas niedrigere Kundenloyalität in den südosteuropäischen Märkten an das hohe Österreich-Niveau heranzuführen. Macht hierzulande jeder zweite Mazda-Kunde sein Service auch noch im fünften Jahr beim Mazda-Vertragshändler, ist es in Südosteuropa nur jeder Dritte. „Aus den 111.000 neuen Mazda-Käufern sollen Stammkunden für unsere Werkstätten werden“, erläutert Böck die Strategie. Möglichkeiten, die Werkstatttreue zu steigern, sind neben dem prompten Lieferservice künftig auch längere Fahrzeuggarantien sowie kompetente, gut geschulte Mechaniker. In drei Schulungswerkstätten bildet Mazda Austria in Klagenfurt jedes Jahr über 1.000 Kfz-Techniker aus.

Mehr lokales Zubehör.

Ein Fünftel des Teile-Umsatzes kommt von Zubehör, das Mazda Austria selbständig und lokal in Auftrag gibt. Mittelfristig soll dieser Anteil auf ein Viertel steigen – in erster Linie durch das

Angebot an speziellen Rädern und Felgen, Auspuffanlagen oder Tuningpaketen, aus denen auch Sondermodelle geschnürt werden, die genau auf die Kundenwünsche in den 17 Märkten zugeschnitten sind.

Geschäftsplan 2014 - 2019		Mazda Austria
Umsatz gesamt	[€ mio]	2.302
<i>Steigerung zur vorigen 5-Jahres-Periode</i>		33,0%
Umsatz Autoverkauf	[€ mio]	2.000
Umsatz Teilegeschäft	[€ mio]	302
Verkäufe Neuwagen	[units]	111.000
<i>Steigerung zur vorigen 5-Jahres-Periode</i>		29,5%

+++

Klagenfurt, 8. April 2014

Mehr Information:

Jo Deimel

+43 463 3888 223 | +43 664 81 11 477

deimel@mazda.at | twitter.com/jodeimel

Unternehmensporträt:

Von Klagenfurt aus versorgt Mazda Austria mit 99 Mitarbeitern insgesamt 507 Händlerpartner in 17 Ländern (Österreich, Italien, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Rumänien, Bulgarien, Serbien, Montenegro, Kosovo, Bosnien, Mazedonien, Moldawien, Albanien, Türkei) mit Autos, Ersatzteilen und Mobilitätsservice. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 16.750 Mazda-Neuwagen verkauft, im Fiskaljahr 2013/2014 lag der Umsatz bei 368,5 Millionen Euro. Die Mazda Austria GmbH ist ein Tochterunternehmen der Mazda Corporation mit Sitz in Hiroshima, Japan.