MAZDA AUSTRIA – PRESSEAUSSENDUNG

Händlerradar 2026: Mazda bei mittelgroßen Marken erneut klare Nummer 1

- **Bestnoten bei der Händlerzufriedenheitsumfrage 2026**
- **Mazda bereits zum fünften Mal in Serie auf Platz 1**
- **Top-Werte bei Basiskriterien und partnerschaftlicher Zusammenarbeit**

(Klagenfurt, 5. November 2026) Erneut Bestnoten für den japanischen Traditionshersteller bei der diesjährigen Händlerzufriedenheitsumfrage, dem Händlerradar 2026, dessen Ergebnisse der A&W Verlag kürzlich veröffentlicht hat. Über alle Kriterien hinweg konnte sich Mazda bei den mittelgroßen Marken durchsetzen und mit 7,58 Gesamtpunkten als Gruppensieger behaupten. „Wir freuen uns sehr über die herausragende Platzierung auf Platz 1 und das zum fünften Mal in Serie", zeigt sich Christian Heider, Geschäftsführer von Mazda Austria begeistert über das erfreuliche Ergebnis. „Noch mehr freut es uns, dass wir die Umfrage insgesamt bereits zum neunten Male für uns entscheiden konnten. Unser ganzer Dank gilt unseren Händlern für ihre langjährige Treue, das Vertrauen und die partnerschaftliche Zusammenarbeit!"

Klarer Vorsprung bei den Basiskriterien

Ein klares Bild zeigte sich in der Umfrage bei den Basiskriterien der Zusammenarbeit wie Preis-Leistungsverhältnis der Marke, Margen & Bonussystem, Lieferfähigkeit und Liefertreue bis hin zu Support bei technischen Problemen oder Garantieabwicklung. Bei insgesamt 13 von 18 Kriterien erzielte Mazda das beste Ergebnis in der Gruppe und entschied die Wertung mit deutlichem Abstand für sich. „Wir haben in einigen Bereichen Verbesserungen vorgenommen, was nun erste erfreuliche Ergebnisse zeigt", fasst Christian Heider zusammen. „Darüber hinaus wollen wir heuer nicht zuletzt dank neuer Modelle wie dem Mazda CX-5 und dem Mazda CX-6e das Volumen steigern und weiter Potenziale ausschöpfen."

Benchmark bei Vorgaben und Standards

Das beste Ergebnis unter allen insgesamt 26 Marken erreichte Mazda beim Aufwand für die Erfüllung von Vorgaben und Standards beim Fahrzeugverkauf, was seit jeher als zentraler Punkt aus Händlersicht gilt. „Wir setzen auf Vorgaben mit Maß und Ziel - so hat etwa jeder Kunde ein Recht, die neuesten Modelle im Schauraum zu sehen - und begleiten diese mit entsprechender Kommunikation. Damit schaffen wir Vertrauen, Verständnis und eine tragfähige Grundlage", erläutert Christian Heider.

Top-Werte bei partnerschaftlicher Zusammenarbeit

Seit jeher zählt der Index „Beziehungskriterien" zu den Stärken der Marke, so auch in der heurigen Umfrage. Bei fünf von sechs Beziehungskriterien erzielt Mazda die Bestnoten in der Gruppe etwa beim partnerschaftlichen Kontakt mit dem Importeur, Zielvorgaben, Fairness oder Hilfestellung bei

dringenden Anliegen. „Partnerschaftlichkeit, ein konstruktives Miteinander und Transparenz sind uns ein zentrales Anliegen, auch auf regelmäßigen persönlichen Austausch legen wir großen Wert, umso mehr unser Händlernetz groß und über 70 Standorte verteilt ist. Nur so können Loyalität dauerhaft aufrecht erhalten und eine hohe Zufriedenheit nachhaltig erreicht werden“, unterstreicht Geschäftsführer Christian Heider. „Wir freuen uns, mit einem so starken, loyalen und engagierten Händlernetz in die Zukunft zu gehen!“

Die Umfrage wurde vom A&W Verlag und der puls Marktforschung GmbH sowie dem Bundesgremium des Fahrzeughandels, der Bundesinnung der Fahrzeugtechnik und dem Verband Österreichischer Kraftfahrzeugbetriebe (VÖK) durchgeführt. Befragt wurden markengebundene Kfz-Betriebe in ganz Österreich im Erhebungszeitraum Juli bis September 2026. Die Stichprobengröße betrug n=500. Das Händlerradar ist aktuell die größte Händlerbefragung in Österreich.

Rückfragehinweis:
Mazda Austria GmbH
Pia Buchner | PR-Managerin Mazda Austria
Ernst-Diez-Straße 3 | 9020 Klagenfurt
Tel. +43 (0)664 810 94 34 | buchner@mazda.at

Weitere Informationen in unserem Newsroom unter www.mazda-newsroom.at.