Mazda reist mit künftigen Händlern nach Japan

Mazda fördert den Nachwuchs im Autohaus: Seit fast 15 Jahren können sich angehende Geschäftsführer deutscher Händlerbetriebe im Mazda-Juniorenclub auf ihre künftige Tätigkeit vorbereiten. Nun steht den Führungskräften von morgen eine besondere Erfahrung bevor: Mazda Deutschland reist mit 23 von ihnen für eine Woche nach Japan.

Vom 20. bis 27. April 2013 lernen die Nachwuchskräfte die Heimat des Automobilherstellers kennen, besichtigen das Stammwerk in Hiroshima und können sich im Mazda-Museum über die Geschichte des Unternehmens informieren. Vorgesehen sind auch Diskussionen mit Vertretern des Senior Managements über Themen wie Markttrends, Verkauf und Kundenanforderungen. Im Gespräch mit einem Händler lernen die deutschen Mazda-Junioren die Besonderheiten des japanischen Automobilhandels kennen. Auch ein Treffen mit Chefdesigner Ikuo Maeda ist geplant. Er hat die erfolgreiche Designsprache „Kodo“ entwickelt, die Mazda mit dem CX-5 und dem neuen Mazda6 etabliert hat.

Ein weiteres Ziel der Reise ist es, den angehenden Vertragspartnern die japanische Kultur näherzubringen. Ein Besuch der Hauptstadt Tokio steht daher ebenso auf dem Programm wie eine Reise in die geschichtlich und kulturell bedeutendste japanische Metropole Kyoto. Zudem übernachten die Gäste in einem traditionellen Ryokan-Hotel mit Blick auf den berühmten Berg Fuji.

Der Mazda-Juniorenclub wurde im Jahr 1999 mit dem Ziel gegründet, die Unternehmensnachfolge in Autohäusern der Marke gezielt zu fördern und bestmöglich zu regeln. Das Programm beinhaltet eine kontinuierliche Ausbildung der unternehmerischen Kompetenz, um die Übergabe eines Autohauses an den Nachfolger so problemlos wie möglich zu gestalten. Die Mitglieder sind in ihrem jeweiligen Betrieb schon operativ eingebunden und zum Teil bereits als Geschäftsführer tätig. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:

Mazda-Zentrale in Hiroshima.