

Mazda-Händlernachwuchs reist nach Japan

Mazda hat mit 23 Nachwuchskräften deutscher Vertragspartner eine ungewöhnliche Reise unternommen. Eine Woche lang besuchten die Mitglieder des Mazda-Juniorenclubs die Heimat des Automobilherstellers – und lernten neue Seiten der Marke und der japanischen Kultur kennen.

Ob Mittagessen mit der Führungsetage oder Fließbandfertigung im Stammwerk: Den angehenden Geschäftsführern der Händlerbetriebe bot sich ein Blick hinter die Kulissen. Beim Besuch eines Händlers in Ujina konnten sich die angehenden Betriebsleiter anschauen, was ein japanisches Autohaus unter Transparenz und Kundenpflege versteht: Die wartenden Autofahrer können vom Aufenthaltsraum aus, der mit Massage-Sesseln, Computer- und Internet-Zugang, Verpflegung und Literatur einer Wellness-Oase gleicht, die Reparatur beobachten.

Mazda fördert den Autohaus-Nachwuchs seit nunmehr fast 15 Jahren. Der Juniorenclub wurde im Jahr 1999 mit dem Ziel gegründet, die angehenden Geschäftsführer auf ihre künftige Tätigkeit vorzubereiten und die Unternehmensnachfolge in den Mazda-Autohäusern bestmöglich zu regeln. Das Programm beinhaltet eine kontinuierliche Ausbildung der unternehmerischen Kompetenz. Die Mitglieder sind in ihrem jeweiligen Betrieb schon operativ eingebunden und zum Teil bereits als Geschäftsführer tätig.
(ampnet/nic)

Bilder zum Artikel:



Mazda-Juniorenreise nach Japan.