

Presseinformation

Mazda Motors Deutschland fördert den Händlernachwuchs

Fachwissen und soziale Kompetenz für die Führungskräfte von morgen

- 90 Händlersöhne und -töchter sind Mitglieder im Juniorenclub
- Förderprogramm schult „soft skills“ und unternehmerisches Wissen
- Kontinuierliche Begleitung auf dem Weg zur Leitungsfunktion

Leverkusen, 8. August 2006: „Zwischen 18 und 35 Jahre alt, mit abgeschlossener Berufsausbildung oder Studium, im elterlichen Mazda Betrieb beschäftigt und für die Nachfolge der Geschäftsführung vorgesehen“ - nein, hier ist nicht von einer Partnerschaftsanzeige die Rede, sondern vom Profil der zukünftigen Führungskräfte in den Mazda Partnerbetrieben. Denn die Händlersöhne und -töchter, die all diese Kriterien erfüllen, werden auf Wunsch in den Mazda Juniorenclub aufgenommen. Besonders ehrgeizige angehende Kandidaten für die Unternehmensnachfolge kommen zudem in den Genuss des Mazda Juniorenförderprogramms für angehende Führungskräfte.

250 potenzielle Nachwuchs-Führungskräfte gibt es in den Mazda Vertragshäusern, 90 von ihnen haben sich dem im Jahr 1999 gegründeten Juniorenclub angeschlossen. „Der Juniorenclub bietet den Händlersöhnen und -töchtern in erster Linie die Möglichkeit, sich mit anderen, die sich in einer ähnlichen Situation befinden, auszutauschen“, erläutert Cornelia Schmitz, Koordinatorin Nicht-Technisches Training bei Mazda Motors Deutschland. Jährlich kommen die Junioren zu einem dreitägigen Treffen zusammen.

Bei der jüngsten Veranstaltung im Juni standen wie schon in den Vorjahren das bessere Kennenlernen des Unternehmens Mazda und seiner Geschäftsleitung sowie verschiedene Seminare auf dem Programm. Der gegenseitige Austausch und nicht zuletzt der Spaß kamen beim gemeinsamen Mountainbiking, der kulinarischen Weinprobe und einer Winzerolympiade dennoch nicht zu kurz.

Zudem bietet Mazda für besonders Ehrgeizige das Juniorenförderprogramm an: In sechs Seminarwochen im Zeitraum von 15 Monaten trainieren die Junioren die „soft skills“, die sie in ihrer zukünftigen Leitungsfunktion brauchen und werden zudem in Workshops zu Themen wie Persönlichkeitsentwicklung, Zeit- und Selbstmanagement und Mitarbeiterführung für den Chefsessel fit gemacht. Derzeit durchlaufen 40 Teilnehmer das Programm, 36 weitere haben es bereits erfolgreich abgeschlossen. Die meisten sind von Kindesbeinen an mit dem Geschäft aufgewachsen und sehen in der Übernahme des elterlichen Betriebes ihre Zukunftsperspektive. „Umso wichtiger ist es, sie in unternehmerischer und sozialer Kompetenz zu schulen und auf dem Weg zur Unternehmensnachfolge bestmöglich zu unterstützen. Nicht jeder ist zur Führungskraft geboren, deshalb ist es unser Ziel, jeden Junior seinen Anlagen entsprechend zu fördern“, erläutert Cornelia Schmitz. Nach Abschluss des Förderprogramms treffen sich die Absolventen weiterhin zweimal jährlich - eine kontinuierliche Betreuung ist damit weiterhin gewährleistet.

Der Einstieg in den Juniorenclub und in das Juniorenförderprogramm ist jederzeit möglich.

Auskunft erteilt:
Jochen Münzinger
Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0 21 73/9 43-2 20
E-mail: jmuenzinger@mazda.de