



PRESSE-INFORMATION

Mazda Deutschland investiert nachhaltig in Weiterbildung

- Drei Trainingszentren in Deutschland sichern Kompetenz in Handel und Service
- Schwerpunkt auf Digitalisierung der Trainingsinhalte
- Weiterbildung stärkt Motivation, Markenbindung und Kundenzufriedenheit

Leverkusen, 14. Dezember 2022: Weiterbildung ist Qualität: Deshalb hat Mazda Motors Deutschland auch im Jahr 2022 in zahlreiche Projekte im Bereich Training investiert. Damit werden Kompetenzen im Handel gestärkt sowie die Mitarbeitermotivation und die Qualität der Arbeit in den Mazda Autohäusern erhöht. Hiervon profitieren auch die Kunden, die sich in Verkauf und Service stets auf eine qualifizierte Beratung durch kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Mazda Autohäusern verlassen können.

Am Mazda Firmensitz in Leverkusen wurde ein voll ausgestattetes Studio mit professioneller Bild-, Licht- und Tontechnik eingerichtet, um Trainingsinhalte aufzeichnen und in die Händlerbetriebe übertragen zu können. Neben der Digitalisierung von Schulungsinhalten legt Mazda weiterhin großen Wert auf Präsenz-Trainings. Hierfür werden neben dem Trainingszentrum auf dem Mazda Firmengelände in Leverkusen auch die regionalen Trainingszentren in Magdeburg und Feuchtwangen genutzt, deren Nutzung längerfristig gesichert ist.

„Wir gehen mit drei Trainingszentren in die Zukunft, um kurze Wege für unsere Partner im Handel sicherstellen zu können“, sagt Stefan Kampa, Direktor Netzstrategie und Kundenerlebnis bei Mazda Motors Deutschland. „Wir werden zwar einerseits digitaler und können so neue Inhalte schneller aufbereiten und verbreiten. Andererseits spielen Präsenz-Trainings in den regionalen Trainingszentren weiterhin eine sehr wichtige Rolle für uns. In Tages-Trainings sowie mit Training-Nuggets und festem Trainerpersonal können wir eine hohe Qualität in der Weiterbildung gewährleisten.“

Im kommenden Jahr soll die Trainingsverwaltung mit der Einführung eines neuen Learning Management Systems erleichtert und modernisiert werden. Gleichzeitig ermöglicht das neue System weitere digitale Trainingsformate. Dazu ist die Einführung einer Trainingspauschale für das standard-relevante Training online und in Präsenz geplant; als Mehrwert für den Handel gibt es zusätzliche, kostenlose Trainingstage.

„Der Wandel in der Automobilbranche schreitet in einem atemberaubenden Tempo voran. Dies stellt uns alle und insbesondere die Mitarbeiter in unseren Partnerbetrieben vor große Herausforderungen“, sagt Frank Klosterhalfen, Leiter Händlertraining bei Mazda. „Künftig wollen wir unsere Trainings deshalb noch bedarfsgerechter auslegen und damit präziser auf die jeweiligen Mitarbeiter und Betriebe zuschneiden.“



PRESSE-INFORMATION

Ihre Ansprechpartner

für Kundenanfragen:
Mazda Kundeninformationszentrum
+49 (0)2173 - 943 121
[Zum Kontaktformular](#)

für Journalistenanfragen:
Christoph Völzke, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49 (0)2173 - 943 303
cvoelzke@mazda.de