

Mazda Motors Deutschland fördert den Händlernachwuchs

10 JAHRE MAZDA JUNIORENCLUB

- **Offener und gewinnbringender Erfahrungsaustausch**
- **Unternehmensnachfolge wird erleichtert**
- **Fachwissen und soziale Kompetenz für die Führungskräfte von morgen**

Leverkusen, 28. August 2009: Vor genau zehn Jahren wurde der Mazda Juniorenclub mit dem Ziel gegründet, die Unternehmensnachfolge in Mazda Autohäusern gezielt zu fördern. Dabei unterstützt Mazda Motors Deutschland die Führungskräfte von morgen aktiv bei der Vorbereitung und Durchführung der Unternehmensnachfolge mit einem breit angelegten Förderprogramm, das für die Branche herausragend ist. Das Programm beinhaltet eine kontinuierliche Ausbildung der unternehmerischen Kompetenz, denn die Übergabe eines Autohauses an den Nachfolger ist grundsätzlich mit Hürden verbunden. Doch die Nachwuchskräfte in Mazda Autohäusern sollen diese überspringen: Sie können sich im Mazda Juniorenclub gezielt auf ihre Tätigkeit als zukünftige Geschäftsführer und Mazda Vertragspartner vorbereiten.

Eine besonders intensive Vorbereitung auf die Übernahme der Unternehmensnachfolge bietet das Mazda Juniorenförderprogramm, das den Mitgliedern des Juniorenclubs offen steht. In sechs Seminarwochen, die im Zeitraum von 15 Monaten stattfinden, schulen die angehenden Geschäftsführer ihre „soft skills“ im Umgang mit Mitarbeitern und Kunden und absolvieren Workshops zu Themen wie Persönlichkeitsentwicklung, Zeitmanagement, Controlling, Verhandlungsführung und Marketing sowie Rechts- und Steuerfragen. Gesprächsrunden mit der Geschäftsleitung von Mazda Deutschland stehen ebenfalls auf der Agenda. Denn auch die Verbesserung der Kommunikation zwischen Junioren, Senioren und Mazda steht im Fokus dieses Programms – genau wie die Bindung der Junioren an die Marke Mazda und das Autohaus. Bislang haben sich 90 Mazda Nachwuchskräfte dem Juniorenclub angeschlossen. Ebenfalls im Mittelpunkt steht das gegenseitige Kennenlernen der Geschäftsführer von morgen und der offene Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmern. Bisher haben 45 Junioren mit Erfolg am Juniorenförderprogramm teilgenommen. Im Anschluss bietet Mazda zweimal pro Jahr eine Fortsetzung des Programms zum Erfahrungsaustausch an. Auch dieses Angebot wird von den Junioren aktiv und intensiv genutzt.

Für die Teilnahme gibt es vier Voraussetzungen: Die Clubmitglieder müssen zwischen 18 und 35 Jahre alt sein, Berufsausbildung oder Studium abgeschlossen haben, im Betrieb aktiv mitarbeiten und die Übernahme der Geschäftsführung anstreben.

„Die Investition in die Nachfolge garantiert den unternehmerischen Erfolg. Je jünger man startet, desto besser“, sagt Cornelia Schmitz, Koordinatorin nicht-technisches Training bei Mazda Motors Deutschland. „Der Wettbewerb in der Automobilbranche wird zunehmend härter und die Anforderungen an die Geschäftsführer und Inhaber eines Autohauses steigen. Unser Förderprogramm bietet in komprimierter, auf den Händler zugeschnittener Form, eine Grundlage für die benötigten Kompetenzen.“

Beispiel Mazda Juniorenclub Mitglied - Auto J. Becker GmbH in Homburg-Bruchhof

Roland Becker vom Mazda Autohaus J. Becker GmbH in Homburg-Bruchhof war einer der ersten, der sich dem Mazda Juniorenförderprogramm anschloss. Seine beiden jüngeren Brüder haben diese Qualifizierung ebenfalls durchlaufen und sind noch immer aktive Mitglieder des Mazda Juniorenclubs.

„Während meiner Ausbildung wurde das Thema Nachfolge immer als eine Art Damoklesschwert gehandelt, ein Knackpunkt, der vielen Firmen schon das Genick gebrochen hat. Mazda bot dann 1999 Unternehmensnachfolgeworkshops an, die mit Junior und Senior gemeinsam abgehalten wurden. Toll war es, hier ähnlich strukturierte Unternehmer vorzufinden, zu diesen Kontakte zu knüpfen und sich auszutauschen“, erklärt Roland Becker. „Die einzelnen Bausteine sind auf den Bedarf der Junioren sehr genau zugeschnitten. Themen, die während meiner Ausbildung in Calw nicht so intensiv behandelt wurden, konnten jetzt vertieft und gründlich bearbeitet werden. Die Trainer können sich dank ihrer Erfahrung im Automobilgeschäft optimal einbringen. Da sie branchenübergreifend arbeiten, war es interessant zu erfahren, was in anderen Branchen passiert und funktioniert. Abschließend kann ich nur sagen, diese Qualifizierung „bringt was.“

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de