

Azubi mit 50

ING-DiBa setzt bei der Ausbildung auch auf erfahrene Arbeitnehmer



Auszubildende mit jahrzehntelanger Berufserfahrung gibt's nicht? Gibt's eben doch, und zwar bei der ING-DiBa. Seit März 2006 haben hier drei neue Kolleginnen jenseits der 50 ihre neunmonatige Ausbildung zur „Servicefachkraft für Dialogmarketing“ aufgenommen. *intern* berichtet, was sich das Unternehmen davon verspricht und wie sich die neuen Azubis schlagen.

Die ING-DiBa beteiligt sich an dem Projekt „JOBaktiv 50+“ in Nürnberg, das Menschen ab 50 den Wiedereinstieg in das Berufsleben erleichtern soll. Die Spezial-Azubis erlernen innerhalb von neun Monaten den neu geschaffenen IHK-Ausbildungsberuf „Servicefachkraft für Dialogmarketing“. Birgit Mogler, Ressortleiterin für Aus- und Weiterbildung, erläutert, wie Gisela Ruppert, Christa Louis und Evelyn Fink auf den Job vorbereitet werden: „Die drei neuen Kolleginnen starten mit dem vierwöchigen Einsteigertraining des Kundendialogs und werden dort für die Praxis fit gemacht. Danach arbeiten und lernen sie an drei Tagen der Woche in der ING-DiBa, und an zwei Tagen werden sie von einem externen Bildungsträger, gemeinsam mit älteren Neueinsteigern aus anderen Unternehmen, auf die Abschlussprüfung vorbereitet.“ Vorwiegend werden

die älteren Azubis diesen neuen Call-Center-Beruf im Kundendialog Nürnberg erlernen. Ergänzt wird die praktische Ausbildung durch diverse Abteilungsbesuche, betriebliche Unterrichte und Fachvorträge.

Wie kommt es zur Beteiligung der Bank an der Initiative „JOBaktiv 50+“?

In einem Ideenwettbewerb des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales wurde die Idee dieses Weiterbildungskonzepts im Rahmen des Bundesprojekts „Perspektive 50plus“ ausgezeichnet und mit Fördergeldern ausgestattet. Danach wurden regional, so auch in Nürnberg, Unternehmen gesucht, die das Konzept mit Leben füllen. Birgit Mogler: „Aufgrund unserer positiven Erfahrungen mit der Beschäftigung von älteren Mitarbeitern standen wir von Anfang an diesem Projekt sehr offen gegenüber. Wir freuen uns darauf, nun auch Erfolge mit der Ausbildung von Älteren zu erzielen.“

Auf die richtige Mischung kommt es an

Für Personalleiter Matthias Robke ist die Erfahrung der Älteren eine wertvolle Bereicherung für die Bank: „Deswegen integrieren wir gerne ältere Mitarbeiter in unsere Teams. Wichtig ist für uns eine gute Balance zwischen Jung und Alt. In der ING-DiBa spielt das Alter bei der Stellenbesetzung

keine Rolle. Wichtig ist die Fähigkeit, einen guten Job zu machen, Leistungsbereitschaft und eine gute Motivation.“

Auch Gabriele Neitzke, Bereichsleiterin Kundendialog, setzt auf den richtigen Altersmix: „Grundsätzlich machen wir im Kundendialog positive Erfahrungen mit älteren Mitarbeitern. Entgegen einigen gesellschaftlichen Vorurteilen erleben wir unsere Mitarbeiter als leistungsstark, flexibel, lernfähig und sehr verantwortungsvoll. Ein Team mit gutem Altersmix ermöglicht Chancen für Jung und Alt, die Stärken gemeinsam einzusetzen.“



Die Azubis 50+ im Porträt



Gisela Ruppert hat als gelernte Industriekauffrau, Personalfachkauffrau und Industriefachwirtin bereits einen breiten kaufmännischen Hintergrund, kennt das Arbeiten in der Industrie und bei Finanzdienstleistern. Während der drei Jahre ohne Job schrieb sie rund 400 Bewerbungen. Doch aufgeben konnte und wollte sie nicht. Von den neuen Kollegen im Kundendialog wurde sie anfangs mit ungläubigem Staunen empfangen: „Was, ihr seid die neuen Azubis?“ Was die jüngeren Kollegen von ihr lernen können? Sie denkt, dass sie Ruhe und Gelassenheit weitergeben kann und empfiehlt, sich auch in „brenzigen Situationen nicht zu versteifen“. Die

neue Stelle kommt ihr wie ein Jungbrunnen vor: „Vor der ING-DiBa habe ich mich schon wie 30 gefühlt, jetzt eher wie 20.“



Evelyn Fink startete bei der ING-DiBa einen Neuanfang, als ihr eigenes Ladengeschäft für Wohn-Accessoires kein ausreichendes Einkommen mehr bieten konnte. Die gelernte Zahntechnikerin freut sich über die Ausbildungsmöglichkeit bei der ING-DiBa und ist stolz, als Azubi ausgewählt worden zu sein. „Nach meinem Eindruck haben mich die Kollegen als gleichwertiges Team-Mitglied akzeptiert. Ich fühle mich als frisch gebackener ING-DiBa Azubi sehr gut.“ Evelyn Fink hat ihr Ziel klar vor Augen: „Ich würde gerne von der ING-DiBa später in ein festes Anstellungsverhältnis übernommen werden.“



Christa Louis war vor der Ausbildung bei der ING-DiBa Kassiererin in verschiedenen Supermärkten und lebte bis Anfang 2005 für mehrere Jahre in den Vereinigten Staaten und Neuseeland. Während ihrer neunmonatigen Bewerbungszeit wurde ihr oft teils unverblümt mitgeteilt, dass ihr Alter der Ablehnungsgrund sei. Die langjährige Berufserfahrung zählte nichts. Bei der ING-DiBa freut sie sich über die „ganz tolle Arbeitsatmosphäre“. Christa Louis ist begeistert über die Chance zu zeigen, was in ihr steckt – zum Beispiel in puncto Sprache: „Wir hatten neulich einen Kunden in der Leitung, der nur Englisch spricht. Er wurde direkt zu mir durchgestellt!“

Noch ein kurzer Blick zurück in die joblose Vergangenheit, vor ihnen wartet bereits die Zukunft: Anita Kottke, Birgit Mogler und Gabriele Neitzke begrüßen die Azubis 50+ Evelyn Fink, Christa Louis und Gisela Ruppert in der ING-DiBa (v.l.n.r.).



Neue Ausbildungsberufe stellen Dialog mit dem Kunden in den Mittelpunkt

Ab diesem Jahr können Unternehmen ihren Nachwuchs speziell für Aufgaben im Kundendialog ausbilden. Die beiden dafür neu geschaffenen Ausbildungsberufe sind die „Servicefachkraft für Dialogmarketing“ und der „Kaufmann für Dialogmarketing“. Die ING-DiBa hat sich schon im Vorfeld für die Einführung der neuen Berufsbilder engagiert und als eines der ersten Unternehmen sofort Ausbildungsplätze zur Verfügung gestellt. „Die konsequente Ausrichtung auf den Kunden macht den Ausbildungsgang so attraktiv für uns“, erklärt Birgit Mogler.

Ein Blick auf zwei Zahlen geben ihr Recht: Jeder zweite Mitarbeiter der ING-DiBa kommuniziert via Telefon direkt mit den Kunden, und täglich gehen etwa 25.000 Anrufe bei der Bank ein. Diese gilt es offen, sicher und kompetent zu beantworten – und das gilt umso mehr für eine Direktbank. Denn die hat für den persönlichen Kontakt mit ihren Kunden und Interessenten nur das Telefon. Folglich ist exzellenter Service in der telefonischen Kundenbetreuung ein Eckpfeiler des Unternehmenserfolgs.

In Hannover und Nürnberg werden diesen Sommer jeweils fünf Azubis ihre dreijährige Ausbildung zum Kaufmann für Dialogmarketing in Angriff nehmen. Auf ihren Stundenplänen ganz oben stehen Kundenbetreuung, Kundengewinnung und -bindung sowie eine Einführung ins Projekt- und Kampagnenmanagement.