

Mit Porsche von Manila nach Dubai

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

14/03/2016 Was kommt dabei heraus, wenn sich After-Sales-Profis von Porsche, ein Porsche Importeur und eine katholische Bildungseinrichtung in Manila zusammentun? Eine qualifizierte Ausbildung und mehr Chancen für junge Menschen, etwa in Dubai.

Jayson Supan heißt einer dieser jungen Filipinos, der seit sechs Jahren als Kfz-Service-Mechatroniker im Wüstenemirat Dubai im boomenden Porsche Zentrum Fahrzeuge wartet. Autos einer Marke, von der er in seinem früheren Leben noch nie etwas gehört hatte. Ein Leben, das für viele junge Menschen eine unsichere Existenz als Tagelöhner auf den Reisfeldern vor den Toren von Manila vorgesehen hat. Doch es sollte anders kommen. Ein Onkel erzählte Jayson von einer Schule in der Metropole. Dort bekommen Kinder aus armen Familien eine Ausbildung. Das Don Bosco Technical Institute (DBTI), getragen vom Orden der Salesianer Don Boscos, lindert seit vielen Jahrzehnten die Not von mittellosen Menschen, indem es ihnen eine Ausbildung ermöglicht.

Und tatsächlich erhielt Jayson 2008 seine Chance bei Don Bosco und im soeben eröffneten Porsche

Training and Recruitment Center Asia (PTRCA). Einer Ausbildungseinrichtung, mithilfe derer der Sportwagenhersteller aus Zuffenhausen von da an den enorm steigenden Bedarf an qualifizierten Fachkräften im After Sales insbesondere in den Werkstätten der Porsche Zentren im Mittleren Osten decken möchte. Für das PTRCA hatte sich Jayson während seiner mehrmonatigen technischen Basisausbildung im DBTI empfohlen. Das PTRCA bildet die zweite Stufe der Ausbildung, in der die Absolventen die Porsche spezifischen Fähigkeiten erwerben. Auch, indem sie im Porsche Zentrum von Porsche Importeur Robert Coyiuto Jr., einem wichtigen Förderer des PTRCA, regelmäßig Praxisluft schnuppern.

Seit 2009 arbeitet der heute 25-Jährige als Kfz-Service-Mechatroniker im Porsche Zentrum Al Nabooda Automobiles in Dubai. Der Händler aus den Vereinigten Arabischen Emiraten ist – wie viele seiner Kollegen im Wachstumsmarkt Middle East – auf Porsche-Spezialisten wie Jayson angewiesen. Der sympathische junge Mann hat soeben den Sprung vom Systemtechniker zum Diagnoseexperten geschafft. Die tägliche Arbeit mit modernsten Geräten geht dem Filipino leicht von der Hand. Dabei war der Anfang schwer, Tausende Kilometer entfernt von seiner Heimat. Doch dank seines tiefen Glaubens und der bald engen Freundschaft zu seinen Kollegen wurden ihm der Wüstenstaat und das Porsche Zentrum zur zweiten Heimat, die ihm und seiner Familie eine finanzielle Basis verschafft und weit über dem philippinischen Durchschnitt liegt. »Meinen ersten Gehaltsscheck habe ich ganz oft angeschaut, weil ich nicht glauben konnte, wie hoch mein Gehalt ist«, erzählt Jayson mit einem herzlichen Lachen.

Völkerübergreifende Teambuilding-Maßnahmen

Richard Carvalho, Trainer im After-Sales-Bereich, ist so etwas wie die Mutter der Kompanie für die jungen Fachkräfte. Der Inder mit der markanten Frisur ist eine echte Frohnatur. Mit seiner herzlichen Art kann er bei den Neuankömmlingen schnell den ersten Anflug von Heimweh verscheuchen. Werden also neue Fachkräfte benötigt, teilt er sie sofort Kollegen aus anderen Nationen zu. Pakistanis, Inder und Filipinos stellen die größten Gruppen in der großen Porsche Mannschaft in Dubai. Seine Teambuilding-Maßnahmen funktionieren völkerübergreifend. Bei den jungen Menschen aus dem ostasiatischen Inselstaat schätzt er vor allem »die guten Umgangsformen und die hohe Arbeitsdisziplin«, wie er sagt. Diese hoch qualifizierten Techniker sind von Beginn an eine Verstärkung. Und mit ihrem enormen Fleiß schaffen sie es, in wenigen Jahren weitere Entwicklungsstufen zu nehmen. Am Wochenende feuern die Männer aus Pakistan und Indien ihre philippinischen Kollegen beim Basketballturnier an. Die revanchieren sich als lautstarke Fans beim Cricket. »Das können Filipinos wirklich überhaupt nicht spielen«, lacht Carvalho.

Seit acht Jahren kooperiert Porsche mit dem Orden der Salesianer Don Boscos in Manila. Junge Menschen aus ärmlichsten Verhältnissen und ein Sportwagenhersteller. Die Kombination von Don Bosco und Porsche – passt das zusammen? Er habe sich ein wenig wie der ungläubige Thomas gefühlt, berichtete Christian Osterhaus, Geschäftsführer der in Deutschland beheimateten Nichtregierungsorganisation Don Bosco Mondo e.V. Doch nicht erst seit seinem Besuch in Manila Ende vergangenen Jahres ist sich Osterhaus sicher: »Ja, das passt zusammen!«

Das Erfolgsmodell macht Schule. Die Marken Audi und Volkswagen werden über Audi Volkswagen Middle East neue Kooperationspartner des PTRCA. Statt wie zuletzt 32 Auszubildende pro Jahrgang werden es 2016 bereits 120 und 2017 sogar 145 junge Männer und Frauen sein, die nach dem neuesten Stand der Technik zu Kfz-Service-Mechatronikern – und ab 2017 auch Karosserietechnikern – ausgebildet werden. Derzeit entsteht auf dem Gelände des Don Bosco Instituts ein neues, 6.000 Quadratmeter großes Ausbildungszentrum. 1.500 Quadratmeter werden allein die Theorieräume und Werkstätten für Audi, Volkswagen und Porsche belegen.

»Die Bewohner der Philippinen sind es von jeher gewohnt, in aller Welt zu arbeiten. Dabei helfen ihnen die Englischkenntnisse und die hohe Arbeitsmoral«, benennt Michael Drolshagen, Leiter After Sales der Porsche AG, die wichtigsten Gründe für die Wahl Manilas als Standort für das PTRCA. Die Geschichte von Jayson Supan zeigt, dass dieser Ansatz richtig war und ist. Denn Jayson ist einer von inzwischen 250 jungen Menschen, die seit dem Start des PTRCA als Kfz-Service-Mechatroniker die Chance auf ein besseres Leben für sich und ihre Familien beherzt genutzt haben.

Der Erfolg schlägt weite Kreise

In seinem Heimatdorf gilt Jayson als jemand, der seiner Familie zu bescheidenem Wohlstand verholfen hat. Beispielsweise das neue zweistöckige, solide gemauerte Haus kündet von Jaysons Erfolgsstory. Seine Eltern hüten zwei Modellautos von Porsche auf einem Tischchen im Wohnzimmer wie einen Schatz, genauso wie die gerahmten Schul-Urkunden, die an der Wand hängen. Vom aus Dubai überwiesenen Geld haben sich die Supans ein Kleinstunternehmen aufgebaut. Im Hof steht das typische Vehikel der Philippinen: ein Jeepney. Das Relikt aus der amerikanischen Kolonialzeit ist ein umgebauter Geländewagen, der meist als Sammeltaxi dient. Bei Familie Supan dient der bunt bemalte Wagen dem Gütertransport. »Fruits and Vegetables « haben sie schwungvoll und mit Farbe auf die Karosserie geschrieben. Der Jeepney fährt jeden Samstag in aller Herrgottsfrühe auf den Markt in der Nachbarstadt, beladen mit Mangos, Ananas, Bananen, Wassermelonen. Einen Nachbarn hat der Vater als Fahrer angeheuert, so schlägt der Erfolg einen weiteren Kreis. Er selbst besitzt keinen Führerschein.

Zurück zu Jayson Supan in die Werkstatt in Dubai, direkt am Highway zwischen dem riesigen Shopping-Areal Dubai Mall, das vom weltweit höchsten Wolkenkratzer Burj al Khalifa beherrscht wird, und dem östlichen Stadtausläufer. Jayson hat sich eingelebt in der Glitzermetropole. Natürlich vermisst er immer noch seine Familie, auch wenn er in Dubai engen Kontakt zur Filipino-Community pflegt. Kein Wochenende vergeht, ohne dass die Jungs miteinander kochen und feiern. Das lindert das Heimweh: »Am meisten fehlt mir das gemeinsame Essen mit meinen Eltern und den Brüdern.« Doch wenn er bei seinem vierwöchigen Jahresurlaub zu Hause sieht, was seiner Familie gelungen ist, weiß er: »Es war die richtige Entscheidung. Danke, Porsche, für diese fantastische Chance!«

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-ptrca-audi-volkswagen-dubai-soziales-engagement-ausbildung-12345.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/48372f1c-d359-4372-bada-de498ea1e907.zip

Externe Links
http://www.dbti.in/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart