

# Damenes inntogsmarsj

De selger så det griner, de fire kvinnelige bilselgerne hos Møller Bil i Asker og Bærum. Og på kundemottaket møter du kun kvinner bak skranken. Bilforhandleren har satset tungt for å få opp kvinneandelen i bedriften.



Tekst og foto: **Lene Bovim**

**D**e ble spådd en kort karriere, de fem kvinnene som ble ansatt for å sitte på kundemottaket til Møller Bil Asker og Bærum.

De gir seg nok fort, kom det fra flere forstå-seg-påere. Etter fem år sitter de der ennå. Og de får gode skussmål fra kundene.

Daglig leder Bjørn Erik Tangen rykket inn en stillingsannonse hvor han søkte etter kvinner til kundemottaket. Kun kvinner. Utlysningen sendte han ut i romjulen: «Er du interessert i service? Har du lyst på en spennende jobb? Send oss en tekstmelding».



Romjulen er ikke noe egnet tidspunkt for å annonsere etter nye ansatte, mente mange. Bjørn Erik Tangen tenkte at nettopp romjulen var godt egnet – når få andre annonserte. Men for ikke å stille for store krav til

**Bilmekaniker Madeleine Kullmann har jobbet på verkstedet til Møller Bil Asker og Bærum i tre år og stortrives.**

kvinnene han lette etter midt i en travel tid, nøyde han seg med å kreve en enkel tilbakemelding.

Respsen var overveldende, det tikket inn 200 tekstmeldinger fra interesserte kvinner, deriblant flyvertinner og flust med personer med lang og tung erfaring innenfor servicenæringen. At det også kom reaksjoner fra likestillingsombudet, som mente at annonsen diskriminerte menn, tok Tangen som en ekstra bonus. Annonsen ble helt klart lagt merke til.

#### **Jenter i alle ledd**

Den daglige lederen var ydmyk i forhold til den fantastiske respsen, og bestemte seg for at alle søkerne skulle intervjues.

– Vi fordelte søkerne på hele ledergruppen, og gjennomførte telefonintervjuer med alle sammen. Deretter satt vi igjen med rundt 50-60 personer, som gikk til annen gangs intervju. Vi endte ►

**Mange kvinner på ett plan: Kvinneandelen hos Møller Bil Asker og Bærum er høy. Fra venstre: Stine Frydenlund, Birgit Jensen (foran), Janne Lidemark (nederst til venstre på lasteplanet), Hilde Sørensen, Charlotte Ward Kihle, Bente Bøe, Karoline Kleven, Kristin Stundal, Kaja Nilseng (bak Kristin Stundal), Ellen Venaas (bak til venstre), Ellen Svendsen, Stine Foss, Kristin Ødegaard, Solveig Gulbrandsen, Nina Bie, Elisabeth Bergland og Madeleine Kullmann.**



opp med fem drivende dyktige damer, og de er her alle sammen ennå, sier Tangen fornøyd.

I hans øyne er kundeføring et eget fag. Du skal ha evnen til å lytte; både høre hva som blir sagt og forstå.

Hos Møller Bil Asker og Bærum er det jenter i alle ledd. I tillegg til damene som selger bil, er det kvinnelige bilmekanikere og kvinnelige lærlinger.

– Jentene er en vesentlig bidragsyter til de gode resultatene våre, fastslår Bjørn Erik Tangen. – Å satse på høyere kvinneandel i bedriften har uten tvil bidratt til at salget går godt, at arbeidsstaben er svært stabil og ikke minst, at sykefraværet er lavt.

Han stiller seg undrende til at ikke flere i bilbransjen gjør en større innsats for å rekruttere flere kvinner til den operative virksomheten. – Selgerne våre skal jo speile kundene, påpeker han.

#### Enkel filosofi

– En stor bedrift som vår, som med 130 ansatte er den største forhandleren i Møller-gruppen, må ha mangfold. Vi skal ha unge og gamle, kvinner og menn. Vi skal være gjenkjennelige for kundene våre, sier Tangen entusiastisk, og betyr at hans filosofi er svært enkel:



**Med sine fire kvinnelige bilselgere ligger Møller Bil Asker og Bærum i tet når det gjelder flest antall kvinnelige bilselgere her i landet. Fra venstre: Kristin Ødegård, Stine Foss, Ellen Svendsen og Kristin Stundal.**

– Jeg ønsker å selge mange biler, og jeg vil reparere dem. Det er om å gjøre å få flest mulig fornøyde kunder. Derfor er jeg er opptatt av å finne de beste medarbeiderne. De jentene vi har, jobber her fordi de er enere, og ikke kun fordi de er kvinner, påpeker han.

– I Norge slåss vi om å få tak i de beste medarbeiderne. Jeg ser på det som lite

klokt å utelukke og diskriminere 50 prosent av arbeidstokken når jeg leter etter nye folk. Mange har den holdningen at det er mindre problematisk og mer lønnsomt å ansette menn, fordi du unngår lange fravær og merkostnader i forbindelse med fødselspermisjoner. Jeg tenker mer langsiktig. Jeg håper på et livslangt forhold. Og da må jeg se hele mennesket, sier han.

Det som gir merkostnad i forhold til fødselspermisjoner, hentes inn igjen som gevinst i et bedre arbeidsmiljø, større trivsel og lavere



**Møller Bil Asker og Bærum gjør det bra. De skårer dessuten høyt på Møllergruppens medarbeiderundersøkelser. Arbeidet med en bedre kjønnsbalanse i bedriften, har en vesentlig del av æren, mener daglig leder Bjørn Erik Tangen og markedssjef Birgit Jensen.**

sykefravær. Og ikke minst, fornøyde kunder.

– Vi ser at veldig mange av kundene søker sin «like» når de skal kjøpe bil. En 50-åring søker gjerne en 50-åring, en ung kunde føler seg vel med en ung bilselger. Og blant de mange kvinnene som er på biljakt, er det tydelig at flere av dem setter stor pris på å få hjelp av en kvinnelig bilselger, illustrerer Tangen.

### Birgit Jensen var pløgen

Han gir sin egen kvinnelige markedssjef, Birgit Jensen, mye av æren for at det har gått så smidig med kvinnesatsningen i bedriften.

– Det vi startet med, var en kvinnelig bilselger som virkelig lyktes i bransjen. Det har vært lettere for de andre kvinnene å jobbe i kjølvannet av Birgits prestasjoner. Hennes dyktighet har sørget for at det ikke har vært diskusjonstema hvorvidt kvinner kan lykkes i denne bransjen, påpeker han.

Birgit Jensen har vært kåret til «Årets bilselger» i Møllergruppen, og har i mange år vært blant de aller beste bilselgerne – både i Møllergruppen og i hele Norge. I begynnelsen vakte det oppsikt, med flere avisoppslag. I dag er det ikke så mange som sperrer opp øynene over en kvinne i denne mannsbastionen. Selv om det fremdeles, av en eller annen grunn, er altfor få av dem.

– For meg har kunnskap vært min store styrke. Jeg er interessert i biler, og har alltid vært en Volkswagen-jente. Men mitt store engasjement og interesse for kunden, er nøkkelen til min suksess som bilselger, sier Birgit Jensen, tidligere bil-

**“ De jentene vi har, jobber her fordi de er enere, og ikke kun fordi de er kvinner. ”**

selger for Møller Bil Asker og Bærum, nå markedssjef i samme firma.

### Antennene må brukes

– Det viktigste for meg er at kundene skal føle at det hyggelig å komme hit, og at de blir godt mottatt. Om du jobber som selger i en klesbutikk eller bilbutikk, er «antennene» dine ditt viktigste verktøy. Og du må ha kjennskap til både behovsanalysen og kjøpsprosessen. I bunnen ligger produktkunnskapen,

forklarer Jensen.

Hennes styrke som bilselger var at hun raskt kartla kundens behov og «mennesketype». Dette inngår tillit.

Hun opplever at det er skjedd en holdningsendring i forhold til synet på kvinner i bransjen i løpet av de siste årene.

– De første årene som bilselger opplevde jeg at noen av de mannlige kundene ikke hadde tiltro til meg som bilselger fordi jeg var kvinne. De forlangte å bli ekspedert av en mannlig bilselger. Og da fikk de det, forteller Jensen.

Hun har blitt værende hos Møller Bil Asker og Bærum, og i dag stortrives hun som leder for selgerne. Hun er full av lovord over sjefen sin, Bjørn Erik Tangen, som har sett verdien av å satse på en bedre kjønnsbalanse i bedriften.

– Skal man lykkes i å øke kvinneandelen i en mannsdominert bransje som vår, må du ha en solid forankring på ledernivå, sier hun.

Birgit Jensen og Bjørn Erik Tangen innser at en del av utfordringen med å knytte til seg flere kvinner i bilbransjen, er at det er forholdsvis få kvinner som melder sin interesse når stillinger utlyses. Her gjelder det å være kreative, mener de to.

Det er ingen dans på roser å jobbe i denne bransjen. Det er kravstore kunder, og du må være hardhudet for å overleve. Det er ikke nok å være ekspert på bil. Den som er dyktig på å håndtere mennesker, klarer seg best.

### Koseligere med flere damer

Claus Christophersen har jobbet i bilbransjen siden 1993. De 10–12 siste årene har han vært bilselger hos Møller Bil Asker og Bærum. De første årene var det kun mannlige kolleger «på gulvet».

Han opplever arbeidsmiljøet som

annerledes nå etter at det ble flere kvinner rundt ham på jobben.

– Jeg syns damene bidrar til en triveligere atmosfære. Det er en mer åpen tone her nå, rett og slett litt mer koselig.

Birgit Jensen er Christophersens fjerde markedssjef i denne bedriften.

– Jeg hadde et utmerket forhold til mine mannlige foresatte også. Birgit gjør for så vidt akkurat de samme tingene som sine forgjengere. Men veien blir litt annerledes. Omsorgsdelen er mye mer



**De ble spådd en kort karriere, «kvinnepanelet» på kundemottaket til Møller Bil Asker og Bærum. Men de holder stand hele gjengen, etter fem år, og høster ros av fornøyde kunder. Her er tre av de fem: Bente Bøe (til venstre), Janne Lidemark og Charlotte Ward Kihle.**



**Bilselger Claus Christophersen er glad for den høye andelen kvinnelige kolleger. – Damene er med på å gjøre arbeidsmiljøet åpnere og mer koselig, sier han fornøyd.**



**Dan Roar Wilhelmsen er på biljakt og synes det er hyggelig å bli veiledet av bilselger Kristin Stundal.**

synlig med en kvinnelig markedssjef. Birgit ser hele mennesket, noe jeg opplever som veldig positivt, sier han.

Han er glad for at arbeidsplassen har fått en bedre kjønnsfordeling.

– Jeg ville ikke vært det foruten.