

"할아버지부터 손자까지 3대가 함께 일해요"

[희망 담금질... 기능이 미래다] <3부> 기능선진국을 가다 - 독일

(중) 기술력의 원천, 쌍둥이 교육 시스템
세계적인 가전회사 밀레 '전문 도제교육'
25년 이상 경력자들이 1대 1로 가르쳐
현장·학교 조화... "대학 안가도 고위직에"

귀테슬로우(독일)=박상준기자

2010. 02. 21 - 8면

독일 하노버 북부의 귀테슬로우. 인구 9만 명의 전형적인 시골 도시 느낌이 드는 아담하고 조용한 이 곳에는 세계에서 가장 튼튼하고 성능 좋은 가전제품을 만드는 밀레(Miele) 본사가 있다. 도시 곳곳에 밀레의 상징인 빨간 색 마크를 어렵지 않게 볼 수 있다.



칼 밀레와 라인하르트 진칸 두 사람이 1899년 창업, 1901년 세계에서 처음 참나무통 세탁기를 만든 회사다. '평균 제품 수명 20년'이라는 탁월한 내구성으로 '가전의 벤츠'라 불리고 있다. 독일 가전 업계의 부진 속에서도 해마다 매출 성장을 거듭해 4조5,000억원(2008년)이 넘는 매출을 올렸다. 전체 매출의 70% 가까이를 해외 판매에서 거둬들인 정도로 전 세계가 품질의 우수성을 알아주고 있다.

밀레의 생산을 총괄하는 마이놀프 레베캠프(46)씨는 밀레의 성공비결에 대해 "끊임 없는 기술 혁신이 핵심"이라고 했다. 밀레의 경영 모토는 '임메 베제르(immer besser)'. 영어로 포에버 베티(Forever better)로, 항상 더 좋은 제품을 만들자는 뜻이다. 그리고 "혁신의 주인공은 1만6,000여 명 밀레 패밀리 전부"라고 강조했다.

패밀리라는 말이 낯설어 다시 설명을 부탁했다. 크리스티안 마르크만(36) 인사총괄은 "밀레에는 할아버지, 아버지, 아들 3대, 4대가 함께 일하는 경우가 흔하다"며 "이 지역 젊은이는 밀레와 함께 자란다 해도 과언이 아니고 밀레에서 일하는 걸 뿌듯해 한다"고 말했다. 그런 이들을 위해 밀레리안(Mieleian)이라는 말이 쓰일 정도라고 한다.

한국일보

실제 생산 현장에는 머리가 희끗희끗한 50대 이상의 직원들이 상당수 눈에 띄었다. 레베캠프씨는 "할아버지가 아버지에게 아버지가 다시 아들에게 기술을 전수하는 셈"이라며 "일종의 전통 도제식 교육"이라고 설명했다. 지금까지 밀레에서 25년 이상 경력을 지닌 직원들이 1만 명이 넘는데 이들 모두가 현장의 선생님 역할이다.

밀레는 여기에 더해 '전문 도제 교육 시스템'을 운영하고 있다. 초중고 의무 교육을 마친 16세 이상 청소년들을 대상으로 29가지의 현장중심 기술 교육을 실시하고, 교육 후 희망자를 대상으로 까다로운 선발과정을 거쳐 정규 직원으로 채용한다. 2007년에는 457명의 교육생 중 264명이 밀레리안이 됐다.

특히 이들의 교육을 위해 경력과 기술력을 갖춘 교육책임자들이 늘 머물고 있다. 간단한 과외 교사로부터 '1대 1' 교육을 받듯 가르침을 받고, 추가 교육이 필요할 경우 따로 보충수업까지 실시한다.

공부를 더 하고 싶어 하는 생산현장 직원을 대상으로 1995년부터 사내대학 프로그램도 가동 중이다. 과학, 전기전자, 기계설비, 생산기술, 디자인 분야 등을 현장 실습 교육과 대학의 이론 교육을 병행, 학위를 받도록 하는 것. 아울러 매니저급 이상의 주요 자리에 오르기 위해서는 '기술학위'가 필요한데 이 역시 입사 후 사내 교육을 통해 충분히 가능하다고 한다.

밀레는 이런 사내 교육을 통해 성장한 직원들을 대상으로 60년 전부터 '내부제안제도'를 실시하고 있다. 공장 내 설비 도안, 작업 환경 개선, 생산 과정의 환경 문제 등 갖가지 주제에 대해 수준 높은 제안이 쏟아지고 이를 실제 생산 현장에 적용, 원가 절감 효과 등을 얻고 있다.

레베캠프씨는 "대학을 안 다녀도 회사 내 교육 프로그램만 가지고도 얼마든지 마이스터(Meister, 기능명장)가 되고 고위직까지 오를 수 있다"며 "나 역시 대학을 나오지 않았지만 이 자리에까지 올 수 있었다"며 웃었다.