Kubota

Berufseinstieg über ein Praktikum

Drei Studierende, drei ungewöhnliche Lebensläufe, ein spannendes Praktikum: Die Erfahrungen von Simon Breder, Nicola Schneider und Anna Drüker beim Land- und Baumaschinenhersteller Kubota zeigen, wie man mit einer Portion Neugierde, Engagement und etwas Glück die Weichen für die Berufswahl stellen kann.

© *Neumann*

Anna Drüker, Nicola Schneider und Simon Breder (v. l.) machten bei Kubota ein Praktikum.

Oft bestimmen im Leben die kleinen Zufälle wie eine spontane Begegnung oder ein unverhoffter Tipp, welchen Weg man einschlägt. Gerade für junge Berufsanfänger zeigt sich das immer wieder.

Praktikum plus Bachelorarbeit

Vielfältige Aufgaben und Projekte

Doch, anders als gedacht, stand die Abschlussarbeit in dem halben Jahr nicht allein im Vordergrund: Breder hat viele verschiedene Projekte betreut. „Wir haben immer eine Reihe von Aufgaben oder Teilprojekten, die wir an Praktikanten vergeben können“, sagt Kubota Marketing-Manager Agriculture Fabiano Hensen.

Die Zusammenarbeit war für beide Seiten so erfolgreich, dass KDG Breder schon nach fünf Monaten die Übernahme angeboten hat. Seitdem ist er im Bereich Service tätig und betreut die Fachhändler in ganz Deutschland zum Thema Precision Farming. Dabei berät er sie vor Ort, wenn sie das erste Mal ein automatisches Lenksystem einbauen, oder ist für Schulungen, Vorführungen und schnelle Problemlösungen der Ansprechpartner. „Heute weiß ich es zu schätzen, dass ich während der Praktika im Studium verschiedene andere Firmenlösungen kennengelernt und selbst ausprobiert habe. Das hilft mir im Arbeitsalltag, weshalb ich jedem rate, im Studium so viel Praktika wie möglich mitzunehmen“, lautet sein Fazit.

„Ich habe meine Tochter nicht wiedererkannt“

Auch Mathematik im Marketing nützlich

Anna Drüker.

Simon Breder.

Nicola Schneider.

Kubota bietet Land-, Kommunal- und Baumaschinen an.

Bei der Entscheidung hilft nicht selten ein Praktikum zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Das können drei ehemalige Praktikanten des Land- und Baumaschinenherstellers Kubota Deutschland bestätigen, die alle drei auf eher ungewöhnlichem Weg zu dem Hersteller gekommen sind.

Simon Breder (28) ist der Sohn eines Nebenerwerbslandwirts aus der Nähe von Koblenz. Nach dem Abitur schloss er zunächst eine Ausbildung zum Industriekaufmann beim Baumaschinenhersteller Bomag in Boppard (Rheinland-Pfalz) ab. Die Tätigkeiten im Einkauf und in der Beschaffung im Bereich Antriebsstrang haben ihm Spaß gemacht. „Aber irgendwie fehlte mir der Kontakt zur Praxis, ich habe gemerkt, dass mir ein reiner Bürojob nicht liegt“, stellte er fest.

Darum schrieb er sich in Triesdorf zum Studiengang „Agrartechnik“ ein, den er im Jahr 2019 mit dem Bachelor abschloss.

Während des Studiums suchte er schon früh den Kontakt zur Industrie. „Dank meiner Ausbildung wusste ich, dass ich mir einen Job bei einem Hersteller vorstellen kann. Und Praktika oder Ferienjobs während des Studiums bieten die große Chance, viele Firmen unverbindlich kennenzulernen“, sagt er. So lernte er unter anderem das Produktmanagement beim Hersteller für Dünger- und Winterdienststreuer Rauch kennen, bei dem er nicht nur im Rahmen eines Praxissemesters arbeitete, sondern auch während der Düngesaison im Service.

Später war er eine Saison lang Vorführfahrer beim Bodenbearbeitungsspezialisten Lemken aus Alpen. „Hier habe ich gemerkt, dass mir der Kontakt mit den Kunden und die Arbeit mit Maschinen am meisten Spaß macht.“

Als er bei einem Mähwerksvergleich während des Studiums zufällig mit einem Traktor der Marke Kubota arbeitete, wurde er erstmals auf den japanischen Hersteller aufmerksam. „Ich hatte bislang nur mit den großen bekannten Marken gearbeitet, Kubota war mir bis dahin kaum ein Begriff in der Landtechnik“, blickt er zurück.

Der Tag Arbeit mit der Maschine brachte ihn auf die Idee, sich näher mit der Firma auseinanderzusetzen. Die 1890 in Osaka gegründete Firma stellt seit 1940 neben Motoren auch landwirtschaftliche Maschinen her. Die Kubota Deutschland GmbH (KDG) ist eine Vertriebsgesellschaft der japanischen Kubota Corporation. 1979 nahm die deutsche KDG ihre Geschäftstätigkeit mit dem Verkauf von Dieselmotoren und Kommunalmaschinen auf und ist seit 1993 in Rodgau/Nieder-Roden (Rhein-Main-Gebiet) ansässig. „Die Nähe zu meinem Heimatort war ein weiterer Grund, warum ich mich für die Firma interessierte“, erzählt Breder. Erfreut stellte er fest, dass kurze Zeit später eine Praktikumsstelle im Bereich Produktmanagement/Marketing in Rodgau ausgeschrieben war. Breder bewarb sich nicht nur darauf, sondern frage auch gleich an, ob er gleichzeitig seine Bachelorarbeit bei KDG anfertigen kann. Schon einen Tag später hatte er die Einladung für ein Bewerbungsgespräch zu einem sechsmonatigen Praktikum. „Außerdem vereinbarten wir, dass ich eine Zielgruppenanalyse als Bachelorarbeit anfertige“, ergänzt er.

Denn je vielfältiger und schnelllebiger die Arbeitswelt wird, desto schwerer fällt die Wahl für den richtigen Job.

Eigentlich müsste **Nicola Schneider** (22) schon von Kindesbeinen an mit Land- und Baumaschinen vertraut sein. Denn ihr Vater Jörg Schneider ist Geschäftsführer der Baumaschinen Schneider GmbH aus Bad Breisig bei Koblenz. Seine Mutter Monika gründete den Betrieb 1985, im Jahr 1994 stieg Jörg Schneider nach bestandener Meisterprüfung mit ein. Seit 2002 ist Schneider Vertreter von Kubota, zunächst mit Kommunaltechnik, dann folgten Bau- und Landmaschinen. „Der Betrieb war uns Kindern irgendwie selbstverständlich. Mein Vater hat uns zwar auch mal zu Messen mitgenommen, aber nie Druck ausgeübt, dass wir uns stärker mit der Technik oder der Arbeit beschäftigen“, sagt Nicola, die Älteste von drei Kindern.

Sie hatte vielseitige Interessen und entschied sich nach dem Abitur für das Studium „Intermedia“ in Köln. Der interdisziplinäre Studiengang deckt die Bereiche Mediengestaltung, Pädagogik und Marketing ab.

Erst, als sie für ihr Pflichtpraktikum im Studium einen Industriebetrieb suchte und Kubota Deutschland im Bereich Marketing eine Stelle ausgeschrieben hatte, riet ihr Vater, es doch mal bei KDG in Rodgau zu probieren.

Die Entscheidung war für sie goldrichtig. Denn obwohl die Firma mit 200 Mitarbeitern nicht klein ist, arbeiten nur wenig Menschen in der Marketingabteilung. „Da hatte ich von Anfang an jede Menge zu tun, aber auch viel Freiheit und die Möglichkeit, verschiedene Bereiche kennenzulernen“, blickt sie zurück.

Ihr erstes Projekt war der Auftritt von Kubota bei der Agritechnica. Sie musste Treffen mit den Fachhändlern und andere Veranstaltungen organisieren. Zudem arbeitete sie an einer Datenbank, in der Marketingmaterial wie Fotos, Broschüren und so weiter für die Vertriebspartner hinterlegt ist. „Dafür war ich dann die Ansprechpartnerin und hatte viel mit den Fachhändlern zu tun“, beschreibt sie die Tätigkeit.

Im weiteren Verlauf hat sie an Imagefilmen mitgearbeitet, indem sie das Drehteam vor Ort unterstützte. Oder sie begleitete einen Redakteur bei einem Fahrbericht für eine Fachzeitschrift. Den Abschluss des Praktikums im November machte dann die Teilnahme bei der zehntägigen Agritechnica in Hannover. „Hier habe ich meine Tochter fast nicht wiedererkannt, sie sprach mit Messebesuchern über Traktormodelle und kannte sich technisch sehr gut aus“, erzählt Vater Jörg Schneider stolz.

Nicola Schneider will jetzt ihren Bachelor-Studiengang abschließen und einen Master mit Schwerpunkt Marketing und Betriebswirtschaft anhängen. Doch auch der Technik bleibt sie treu: Im Rahmen eines studentischen Werkvertrags übernimmt sie weiterhin die Produktion von Videos über Maschinen oder Reparaturen. „Ich lerne dabei sehr viel über die Technik“, beschreibt sie.

Die Verknüpfung von Online-Angeboten und Technik wird auch aus Sicht ihres Vaters künftig an Bedeutung gewinnen. „Schon vor der Corona-Krise habe ich Videos mit Reparaturanleitungen oder Einstellungstipps geschätzt. Wegen des Zeit- und Personalmangels kann ich mir vorstellen, dass künftig mehr Schulungen und Weiterbildungen online angeboten werden.“ Auch für die Landwirte können gefilmte Vorführungen künftig eine Alternative zu Vorort-Terminen sein. Zudem ist es für den Hersteller einfacher, einen Drehtermin zu organisieren als viele Termine bei Fachhändlern, weil dafür Maschinen, Fahrer, Händler und gutes Wetter unter einen Hut gebracht werden müssen. „Natürlich werden wir nicht alles digital anbieten können, aber die Corona-Pandemie hat uns gelehrt, dass wir zumindest einen Teil verlagern können“, sagt Fabiano Hensen.

Mittlerweile kann sich die 22-Jährige sogar vorstellen, in den elterlichen Betrieb einzusteigen. Schon heute hat sie den Internetauftritt optimiert, die Homepage mit neuen Berichten und Fotos überarbeitet und betreut mehrere Social Media-Kanäle wie Facebook oder Instagram. „In der Tat habe ich durch das Praktikum erstmals erkannt, wie interessant Land- und Baumaschinen sind und was mein Vater all die Jahre im Betrieb geleistet hat. Das Umfeld bietet viele spannende Möglichkeiten, die ich ohne das Praktikum nicht kennengelernt hätte.“

Ungewöhnlich ist auch die Geschichte von **Anna Drüker** (21) aus Aschaffenburg. Sie studiert in Frankfurt Wirtschaftsmathematik. „Mich haben Zahlen immer interessiert, aber Mathematik allein war mir zu trocken“, begründet sie die Studienwahl. Berührungen zur Landtechnik hatte sie bis dato nur auf dem Reiterhof gehabt: Hier ist sie nicht nur geritten, sondern hat in Ferienjobs auch beim Versorgen der Tiere und in der Landwirtschaft ausgeholfen. Die Marke Kubota kannte sie, weil es auf dem Hof ein geländegängiges Fahrzeug „RTV“ des Herstellers gibt. Diese sind bei Reiterhöfen nicht nur zum Transport von Werkzeug zum Beispiel bei der Instandhaltung von Weidezäunen beliebt, sondern auch als Zugfahrzeug bei der Reitplatzpflege.

Dennoch wäre Anne Drüker nie auf die Idee gekommen, bei dem Hersteller ein Praktikum zu absolvieren – wenn nicht auch hier der Zufall im Spiel gewesen wäre: Eine Zeitarbeitsfirma stellte Studenten als Aushilfe für die Arbeit am Empfang bei Kubota ein. „Ich hatte einen Nebenjob gesucht, und das Angebot kam mir sehr gelegen“, sagt die Studentin.

Bei der Arbeit gewann sie einen positiven Eindruck von der Firma und erfuhr auch von der Möglichkeit, dort ein Praktikum zu absolvieren. Die Gelegenheit griff sie beim Schopf und begann im April 2020 in der Marketing-abteilung. „Im Studium habe ich mich auch schon in Richtung Marketing orientiert, daher passte das wunderbar“, erklärt sie die Wahl.

„Wir passen unser Aufgabenfeld immer den jeweiligen Studierenden an. Oft geht es im Marketing ja sehr kreativ zu, daher haben wir uns gefreut, auch mal eine Spezialistin aus einem anderen Bereich bei uns zu haben“, erklärt Fabiano Hensen. Denn bei Auswertungen, Marktforschungen oder Preiszusammensetzungen ist durchaus auch Zahlenwissen gefragt.

Als erstes Projekt betreute Anna Drüker ein Social Media-Training für die Vertriebspartner, also die Fachhändler, die sich über einen eigenen Facebook- oder Instagram-Auftritt informieren wollten.

Daneben hat sie sich wegen der coronabedingt ausgefallenen Messen um Alternativveranstaltungen gekümmert. Dazu gehörte das Einholen von Angeboten, Preisvergleiche sowie viele Telefonate oder Schriftverkehr via E-Mail – auch auf Englisch, da die Europazentrale von Kubota in den Niederlanden sitzt.

Ebenso hat sie die Arbeit im Vertrieb kennengelernt: Sie war mit einen Gebietsverkaufsleiter vier Tage unterwegs und hat so mitbekommen, wie die Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Fachhändlern funktioniert. „Damit die jungen Menschen in den verschiedenen Bereichen möglichst viel mitnehmen können, entwerfen wir gemeinsam im Vorfeld einen Fragenkatalog, den sie dann abarbeiten“, erklärt Hensen das Vorgehen, das sich als effizient und hilfreich erwiesen hat. „Meine Kommilitonen sind jedenfalls ganz neidisch, wenn sie hören, was ich im Praktikum alles erleben durfte“, sagt Drüker augenzwinkernd.

Die Erfahrungen der drei Studenten zeigen, dass es nicht unbedingt immer ein Maschinenbaustudium sein muss, um ein Praktikum erfolgreich bei einem Land- und Baumaschinenhersteller zu absolvieren. Zudem wird deutlich, wie sehr der Einblick in den wirklichen Arbeitsalltag bei der Berufswahl helfen kann.