

Warum gerade Bienen einem Trainee den Karriereweg versüßen

Verantwortung und nachhaltige Projektarbeit sind für den 26-jährigen Philipp Küst eine Herzensangelegenheit. In der Coronakrise kam er ganz schön ins Schwitzen.



Future Leaders Programm

Bienenprojekt im Rahmen der Trainee-Ausbildung: Philipp Küst engagiert sich für eine bessere Umwelt.

Als Nachwuchsführungskraft betreut Philipp Küst bei Reckitt Benckiser einen Kunden mit Millionenumsatz. Nachhaltigkeit ist dabei tief verankert ins Traineeprogramm. Mit der Aufzucht von Bienen kann der 26-Jährige seine Werte leben und lernt quasi nebenbei, Ideen zu entwickeln und andere dafür zu begeistern.

Mein Start:

Für Marketing und Nachhaltigkeit habe ich mich schon während des Abiturs interessiert, das ich in Brandenburg gemacht habe. Wir haben dort eine wunderschöne Natur, viele Seen und seltene Tierarten – aber leider auch verheerende Waldbrände, riesige Monokulturen und andauernde Dürreperioden. Diese Themen haben mich geprägt, und mir war früh klar, dass wir alle nachhaltiger leben müssen, um unsere Umwelt zu erhalten.

Ich habe mich dann für ein Doppel-Bachelor-Studium „International Business Administration“ in englischer Sprache entschieden, das ich an der Europa-Universität Viadrina in

Frankfurt (Oder) und in Manchester absolviert habe. Den Schwerpunkt konnte ich gleich auf Marketing und Nachhaltigkeit legen und habe die Bachelor-Thesis über nachhaltiges Konsumverhalten geschrieben.

An der FU Berlin habe ich danach den Master in Management und Marketing abgeschlossen. Bei meinem Auslandssemester 2017 an der Universität St. Gallen hatte ich das Glück, bei einer Karrieremesse das Konsumgüter-Unternehmen Reckitt Benckiser (RB) kennenzulernen, dessen deutscher Standort in Heidelberg liegt. Das Unternehmen, das Reinigungs- und Hygieneprodukte herstellt, stellte dort seine Traineeprogramme vor – unter anderem auch das zweijährige Future Leaders Programm. Es ermöglicht eine schnelle Karriere und – was mir besonders gefiel – die Möglichkeit, an Nachhaltigkeitsprojekten teilzunehmen.

Meine Chance:

Das Future Leaders Programm kam für mich wie gerufen. Zumal ich die Konsumgüterbranche grundsätzlich attraktiv finde. Ich habe mich direkt beworben – und RB wollte mich. Ich habe mich so gefreut, denn ich wusste sofort: „Ich kann mich jetzt in etwas versuchen, was auch wirklich zu mir passt.“

Seit April 2019 arbeite ich also im Key Account Management Vertrieb. RB hat mir von Anfang an viel Eigenverantwortung übertragen und Vertrauen geschenkt. Ich betreue den SB-Warenhausbetreiber Real – einen Kunden mit Millionenumsatz. Das ist äußerst spannend, aber auch eine große Herausforderung.

Denn obwohl mir meine Vorgesetzte zur Seite steht, liegt das operative Geschäft für Hygiene- und Reinigungsprodukte ganz bei mir. Ich muss Werbeaktionen planen und den Kunden von neuen Produkten überzeugen. Die Coronakrise brachte mich ganz schön ins Schwitzen, denn von einem Tag auf den anderen stieg die Nachfrage nach Desinfektionsmitteln immens. Da wurde mir noch stärker bewusst, welche Verantwortung ich trage.

Das war wirklich aufregend: Natürlich haben wir sofort unsere Kapazitäten ausgebaut und kurzfristige Lösungen gefunden. Wichtig war uns, in dieser Krise bestmöglich zu helfen. Wir haben daher auch ein Spendenprojekt für mobile Altenpfleger auf den Weg gebracht, an dem ich mitgearbeitet habe. Dabei haben Desinfektionsprodukte, Schutzmasken und Finanzmittel im Wert von mehr als zwei Millionen Euro dem DRK, der Diakonie und dem ASB gespendet.

Bis dahin war ich aber auch sehr engagiert in „meinem“ Nachhaltigkeitsprojekt „RBees“. Wie der Name vermuten lässt, geht es um Bienen. Es ist Teil des Gesamt-Projekts „Create a cleaner world“. Meine persönlichen Werte kann ich da wunderbar einbringen: Gerechtigkeit, Diversität, Nachhaltigkeit.

Insgesamt 25 Trainees befassen sich dabei mit Biodiversität, dem Artensterben, der Wasserknappheit und Nachhaltigkeitsthemen der UN: In ihrer „Agenda 2030“ mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung haben die United Nations einen globalen Plan zur Förderung nachhaltigen Friedens und Wohlstands und zum Schutz unseres Planeten entwickelt. Da machen wir mit.

Meine Entwicklung:

Das alles ist schließlich auch die Basis für unsere Weiterentwicklung. Es geht nicht nur darum, unser eigenes Engagement zu fördern. Genauso wollen wir andere inspirieren – auch über das Unternehmen hinaus. Auf Mitarbeiter-Versammlungen oder in Präsentationen an Schulen vermitteln wir zum Beispiel unser Wissen.

Zusammen mit meinem Projektteam, das aus sieben Trainees besteht, lerne ich bei einem Imker die Bedeutung von Bienen in einem Ökosystem hautnah kennen. Wir sind im Frühjahr mit einem Bienenvolk gestartet und haben unsere Bienenbeute mit der lokalen Grundschule gebaut und gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern bemalt. Aufgrund von Corona konnten wir nicht alles wie geplant umsetzen. Ein paar Termine waren aber mit entsprechendem Abstand möglich.

So konnten wir zum Beispiel einen Ableger bilden und den ersten Honig schleudern! Im nächsten Jahr haben wir dann zwei Völker und können richtig durchstarten. Alle Mitarbeiter von RB sollen sich in sozialen oder ökologischen Projekten engagieren. Dafür hat jeder zwei Tage pro Jahr, die uns das Unternehmen zur Verfügung stellt. Weil es aber so viel Spaß macht und so sinnvoll ist, engagieren wir uns auch gerne außerhalb unserer Arbeitszeit.

Uns Trainees wird durch solche Projektarbeit sehr schnell die Verbindung von Mensch und Natur deutlich – und diese Verbindung soll sich schließlich auch in den Marken des Unternehmens widerspiegeln. Unser Projekt ist zum Beispiel an die Raumduftmarke Airwick angedockt, zu deren Repertoire ja auch Duftkerzen und Duftwachs gehören.

Seit April bin ich nun im E-Commerce-Bereich tätig. Hier habe ich vielfältige Aufgaben: Ich betreue die Einführung von eCom-spezifischen Innovationen, verantworte eigenständig den Online-Content, also zum Beispiel alle Bilder und Texte auf dem Online-Marktplatz Amazon, und setze Online-Marketing-Kampagnen um. Durch Corona hat unser Onlinegeschäft natürlich nochmal einen ordentlichen Schub bekommen.

Unser Nachhaltigkeitsengagement reicht übrigens auch in die digitale Welt: Aktuell arbeitet unser Projektteam daran, Google durch die Standardsuchmaschine Ecosia zu ersetzen. Andere große Unternehmen sind schon dorthin gewechselt. Der Sinn dahinter: Mit den Einnahmen pflanzt Ecosia Bäume überall auf der Welt. Über 1.000.000 Pflanzungen gibt es bereits.

Unser Einsatz für die Umwelt kommt an, es wird sichtbar gelebt in der jungen Generation. In den Workshops sehen wir aber auch zunehmend ältere Mitarbeiter, die sich identifizieren und sich über das Engagement des Unternehmens freuen.

Natürlich erhalten wir auch viel Rückendeckung von unserem Management-Team, das uns mit Budgets im vierstelligen Bereich hilft. Zusätzlich verkauften wir in einem Charity-Sale gebrauchte Laptops an Kollegen. Das Geld nutzen wir für unseren Einsatz für mehr Nachhaltigkeit. Auch Kunden und Kooperationspartnern gefällt die Idee: Sie unterstützen das Projekt, ohne sich bezahlen zu lassen.

Meine Herausforderung:

Prinzipiell habe ich festgestellt, dass RB mir große Perspektiven und Freiheiten im Alltag bietet. Bereits jetzt bin ich an meinen Herausforderungen sehr gewachsen – auch durch das Vertrauen und die Möglichkeit für Verantwortung, die mir immer gegeben wird. Ich gebe zu, manchmal war mir auch mulmig, denn es geht schließlich um große Summen. Da will man nichts falsch machen.

Als wichtigste Erfahrung im Future Leaders Programm sehe ich aber tatsächlich die Projektarbeit. Hier habe ich sehr schnell gelernt, wie man Ideen entwickeln und andere dafür begeistern kann.

Ein guter Nebeneffekt: Die Projekte tragen dazu bei, im Haus gesehen zu werden. Natürlich ist das nicht der Grund für mein Engagement. Wir machen das als junge Generation, um in der Welt etwas zu bewirken.

Als nächster Karriereschritt ist für mich die Position als Associate möglich, zum Beispiel im Brand Management oder Trade Marketing. In ein paar Jahren ist auch eine Teamleitung für mich vorstellbar. In internen und externen Workshops und Trainings lerne ich bereits entsprechende Softskills wie Konfliktmanagement, effektive Kommunikation und Leadership. Ich kann mir auch sehr gut vorstellen, mit RB ins Ausland zu gehen, das ist trotz Corona grundsätzlich immer möglich.

Mein Umfeld:

Ich bin sehr froh darüber, in einem zugänglichen und offenen Klima arbeiten zu dürfen. Hier duzen sich alle – bis zur Geschäftsführung. Das macht vieles einfacher. Wir können mit neuen Projektideen einfach hingehen und uns ihre Meinung dazu anhören. Man spürt, dass das auch in ihrem Interesse liegt.

Sowohl meine frühere Chefin im Key Account als auch mein jetziger Chef unterstützen mich zu 100 Prozent. Das Vertrauen war von Anfang an da, und ich hatte die Freiheit, mich auszuprobieren. Wir arbeiten als Team zusammen. Zudem haben wir Mentoren: Kolleginnen und Kollegen mit Führungserfahrung aus anderen Bereichen, die uns zum Thema Karriere beraten, oder die bei Problemen Lösungswege aufzeigen, damit wir aus deren Erfahrungen lernen.

Überhaupt schätzt es das Unternehmen sehr, wenn junge Mitarbeiter eigeninitiativ werden. Das gehört zum Grundsatz von „Fördern und Fordern“. Außerdem führt es zu mehr Agilität: Bei der täglichen Arbeit können wir sehr viel sehr schnell umsetzen. Die Internationalität des Unternehmens und des Austauschs mit dem Ausland kommt meiner persönlichen Ausrichtung sehr entgegen.

Das Unternehmen wird uns sicher keine Steine in den Weg legen: Mobiles Arbeiten gibt es bei uns schon lange. Seit Beginn der Coronakrise sind wir hier alle im übertragenen Sinn noch stärker zusammengerückt, um gemeinsam Lösungen zu finden.

Um trotz des mobilen Arbeitens die Verbindung zueinander zu halten, haben wir als Projektteam im März das so genannte Give Time Varieté ins Leben gerufen. Wir rekrutieren Freiwillige, die mittags 30 Minuten lang anderen Kolleginnen und Kollegen eine Freude bereiten. Das kann alles Mögliche sein: Manche spielen ein Instrument oder singen, andere bieten eine Sport-Session oder Meditation, viele haben von ihren Heimatländern berichtet oder ein spannendes Hobby vorgestellt. Das war wirklich toll. Die Reihe kam so gut an und hat im positiven Sinne solche Wellen im Unternehmen geschlagen, dass wir Ende August unsere 50. Ausgabe haben, an der sogar unser weltweiter CEO teilnehmen wird!

Bislang gab es für die Trainees auch immer spezielle Events: So haben wir zum Beispiel im vergangenen Jahr auf der Neckarwiese gepicknickt oder einen Escape-Room besucht. Da lernt man sich gegenseitig viel besser kennen. Im Winter gibt es jährlich einen privat organisierten Skitrip, an dem alle Kolleginnen und Kollegen teilnehmen können. Wir haben auch Veranstaltungen wie ein BBQ oder die Weihnachtsfeier. Sowas stärkt natürlich das Gemeinschaftsgefühl.

Mein Gehalt:

Das Gehalt ist wettbewerbsfähig, Weihnachtsgeld ist selbstverständlich. Während der Coronakrise hatten wir das Glück, von Gehaltskürzungen oder Kurzarbeit verschont zu bleiben. Durch die starke Nachfrage nach Desinfektionsprodukten haben wir sogar eher Überstunden geleistet.

Wenn ich gute Leistungen erbringe, kann ich auch als Trainee eine Gehaltserhöhung bekommen. Individuelle Boni sind ab der Einstufung als Associate möglich. Als Benefits wurde bislang immer ein Jobticket unterstützt. Ebenso können wir uns zu günstigen Bedingungen im Fitnessstudio anmelden. Aktuell wird auch ein JobRad-Programm entwickelt. Durch Corona sind wir jetzt alle gewissermaßen zwangsläufig in den Genuss des mobilen Arbeitens gekommen. Das klappt aber wirklich gut. Eine Folge der Krise ist, dass es in Zukunft noch flexiblere Arbeitsmodelle geben wird.

Über RB:

RBs Antrieb ist es, zu schützen, zu heilen und zu pflegen, um jedem eine saubere und gesündere Welt zu ermöglichen. Daher setzen wir uns unermüdlich dafür ein, dass der Zugang zu Hygiene, Wohlbefinden und gesunder Ernährung kein Privileg, sondern ein Grundrecht für jeden Menschen ist.

Von Produkten der allgemeinen Hygiene über das allgemeine Wohlbefinden bis hin zu spezialisierter Säuglingsnahrung: RB ist stolz auf seine globalen Marken, die in mehr als 190 Ländern weltweit zu finden sind und dort täglich mehr als 20 Millionen Mal von Verbrauchern gekauft werden. Zum Portfolio des Unternehmens zählen bekannte Marken wie Sagrotan, Dobendan, Durex, Finish, Gaviscon, Nurofen, Scholl, Vanish, Veet, Calgon, Cillit Bang, Clearasil, Woolite und Air Wick sowie Enfamil und Nutramigen.

Die Grundlage des Unternehmenserfolges bildet die einzigartige Firmenkultur von RB. Insgesamt mehr als 40.000 talentierte MitarbeiterInnen arbeiten gemeinsam mit ausgewählten Partnern leidenschaftlich an neuen Wegen, die unser Leben jeden Tag verbessern. Bestrebt, das Richtige zu tun und einen echten Unterschied in der Welt zu machen, setzt sich RB stets mutige und ehrgeizige Ziele. Der Mensch und seine Bedürfnisse stehen für das Unternehmen dabei immer an erster Stelle. Weitere Informationen finden sich unter www.rb.com/de.