

AUSGABE
OKTOBER
2018



LOGISTICS PILOT

Magazin für Häfen, Schifffahrt und Logistik

MENSCHEN & MÄRKTE

Themenschwerpunkt: Kommunikation

Dauerhafter Dialog

Erfolg und Vertrauen lassen sich nur über langfristige Maßnahmen erarbeiten

Seite 10

Die Festmacherin

Der Traditionsberuf erfordert neben Körperkraft auch viel Köpfchen

Seite 16

Verständigung leicht gemacht

Ein neu entwickelter Chatbot löst Kommunikationsprobleme

Seite 22

bremenports

Bremen  Bremerhaven



Hafenmarketing + par excellence

Wir sind für die Weiterentwicklung und Instandhaltung der bremischen Häfen zuständig - und für die Vermarktung des Hafen- und Logistikstandorts Bremen/Bremerhaven. Dafür nutzen wir eine Vielzahl von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen: das Magazin „Logistics Pilot“, Gemeinschaftsstände auf Fachmessen und zahlreiche Kundenveranstaltungen.

marketing@bremenports.de
www.bremenports.de

AUSGABE OKTOBER 2018



Laden Sie sich die LOGISTICS PILOT-Kiosk-App herunter und lesen Sie unser Magazin offline auf Ihrem Smartphone oder Tablet.



„Der Austausch ist in vollem Gange“

Norbert Brackmann, Koordinator der Bundesregierung für die maritime Wirtschaft

Liebe Leserinnen und Leser!

Als maritimer Koordinator der Bundesregierung kümmere ich mich um eine maritime Politik des Bundes aus einem Guss. Meine Rolle könnte auch „maritimer Kommunikator“ heißen. Bekanntlich setzt sich die maritime Wirtschaft aus einer Vielzahl von Teilbranchen ohne Dachverband zusammen. Auch innerhalb der Regierung tragen verschiedene Ministerinnen und Minister die politische Verantwortung für unterschiedliche maritime Themen wie Schifffahrt, Häfen, für zivilen und Marineschiffbau, Meerestechnik, Meeresforschung und Offshore-Wind. Kommunikation tut also not. Und sie funktioniert. Mit der „Maritimen Agenda 2025“ hat die Bundesregierung gemeinsam mit der Branche ein zukunftsweisendes Strategiepapier erarbeitet. Mit verlässlichen Rahmenbedingungen und einem Bündel an zielgerichteten Maßnahmen wollen wir gemeinsam die internationale Wettbewerbsfähigkeit des maritimen Standorts Deutschland sichern, stärken und ausbauen. Ein weiteres Beispiel für den konstruktiven Austausch zwischen Politik, Wirtschaft und Gewerkschaften ist die alle zwei Jahre von Bund und Ländern ausgerichtete Nationale Maritime Konferenz. Sie betont die hohe Bedeutung der maritimen Branche für unsere Gesamtwirtschaft. Mir sind für die nächsten Jahre dabei besonders der Umwelt- und Klimaschutz in der Schifffahrt, die Digitalisierung, Forschung, Entwicklung und Innovation in der gesamten Branche, aber auch ein weiterer Bürokratieabbau wichtig. Der Austausch darüber mit Ihnen ist bereits in vollem Gange.

Ihr Norbert Brackmann



News	6
People	26
Appointments	28
Preview	30
Imprint	30

FOTOS: LAURENCE CHAPERON – NORBERT BRACKMANN, BYUL – BIBA, DIRK SEDLACEK – INSTITUT FÜR SICHERHEITSTECHNIK SCHIFFSSICHERHEIT E.V. (ISV), PIXABAY, FOTOLIA – MAKSYM PASKO, FRAUNHOFER IDMT – DANIEL SCHMIDT, CLAUDIA BEHREND

Kommunikatives Wechselspiel

Markenidentität

Auf der einen Seite (interne Perspektive) stehen die Mitarbeiter einer Marke beziehungsweise des von ihnen repräsentierten Hafensandorts. Sie sind im besten Fall vom Leistungsvermögen der Marke überzeugt und tragen ihre Einstellung mit ihrem Verhalten als Markenbotschafter nach außen. Damit sind sie – neben dem Produkt selbst – Träger der Markenidentität und des Markennutzenversprechens. Sie „leben“ sozusagen das Selbstbild der Marke nach außen. Dazu gehört auch die ständige Re-Aktion auf das wahrgenommene Fremdbild.

Markennutzenversprechen

Markenverhalten



Die „Identitätsbasierte Markenführung“ geht davon aus, dass die spezifischen Merkmale von Marken in hohem Maße durch das Verhalten und die Kommunikation von Menschen beeinflusst werden. In einem gegenseitigen Austauschprozess treffen eine interne und eine externe Perspektive aufeinander. Das Konzept dazu wurde von Professor Christoph Burmann, Inhaber des Lehrstuhls innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen, und seinem Team entwickelt.

**Marken-
bedürfnisse**

Markenerlebnis

Markenimage

Auf der anderen Seite (externe Perspektive) stehen die Kunden. Im Fall von Häfen und Logistikdienstleistern sind dies Reedereien, Spediteure, Verloader etc. Sie prüfen immer wieder aufs Neue, ob die Marke ihr Leistungsversprechen hält und ob man ihr das Vertrauen aussprechen kann. Dabei entwickelt sich in ihren Köpfen ein Markenimage, das sich aus Fakten und Emotionen zusammensetzt und das ausschlaggebend dafür ist, ob man sich für oder gegen eine Marke entscheidet. Werden die Erwartungen an das Markenerlebnis enttäuscht, erfolgt die Suche nach neuen Alternativen.

KOMPAKT

BREMEN. Zum erstmals im Mai vergangenen Jahres publizierten **Nachhaltigkeitsbericht hat EUROGATE** kürzlich ein **Update veröffentlicht**. Darin finden sich wesentliche Kennzahlen und Veränderungsdaten des Jahres 2017 im Vergleich zum Vorjahr. So konnten beispielsweise das Konzernergebnis verbessert und der Krankenstand ebenso wie der CO₂-Ausstoß gesenkt werden.

BRAKE. In Brake wird 2019 der **Neubau der Berliner Brücke** fertiggestellt. Sie wird nördlich des bestehenden Bahnübergangs entstehen und zwei Bahnübergänge ersetzen, von denen nur einer durch Halbschranken gesichert war. Durch den Bau der Brücke werden eine erhöhte Verkehrssicherheit, geringere Standzeiten von Fahrzeugen und reduzierte Lärm- und Abgasemissionen erzielt.

PAPENBURG. Niedersachsens Minister für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung, **Bernd Althusmann**, hat in Begleitung von Vertretern der CDU, des Landkreises Emsland und der Stadt Papenburg vor Kurzem die **Meyer Werft besucht**. Althusmann informierte sich bei der Werftbesichtigung insbesondere über den Bau von anspruchsvollen Cruise Linern wie der „AIDAnova“.



BLG stellt 400 neue Mitarbeiter im Logistikcenter Bremen ein

BREMEN. Rund 1.800 Personen sind derzeit im Logistikcenter Bremen für die BLG im Einsatz. **300 Packer und Staplerfahrer in Teil- und 100 in Vollzeit** sollen nun hinzukommen. Hintergrund der Einstellungen ist die gute Auftragslage im Logistikcenter am Hauptsitz in der Hansestadt. Auf über 300.000 Quadratmetern arbeitet BLG LOGISTICS hier für einen großen deutschen Automobilhersteller. Die Leistungspakete umfassen die Steuerung und Kontrolle aller Material-, Waren- und Datenströme. Der Standort liegt im Güterverkehrszentrum und ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.

In diesen Zusammenhang möchten wir darauf hinweisen, dass das in der August-Ausgabe des LOGISTICS PILOT veröffentlichte Konzernergebnis lediglich einen Teil der Unternehmensgruppe – die Bremer Lagerhausgesellschaft – darstellt. Wir bitten dies zu entschuldigen. **Insgesamt hatte die BLG-Gruppe im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz in Höhe von rund 1,09 Milliarden Euro erzielt.** Das ist ein Plus von 42,2 Millionen Euro. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) erhöhte sich deutlich um 2,7 Millionen Euro beziehungsweise 8,8 Prozent auf 33,5 Millionen Euro.



Fahrradtag auf der Luneplate

BREMERHAVEN. Im August hat bremenports zum zweiten Fahrradtag auf die Luneplate eingeladen und damit eine Vielzahl von Zweiradfans begeistert. Mit dabei waren **Bremens Bürgermeisterin Karoline Linnert und bremenports-Geschäftsführer Robert Howe**. Wie ihre Mitfahrer informierten sie sich an vier Stationen über die Besonderheiten des größten Naturschutzgebiets im Land Bremen, das unter anderem Wasserbüffel, Säbelschnäbler und ein Tidesperwerk zu bieten hat. Die Luneplate ist als Ausgleichsmaßnahme entstanden und gilt als Vogelschutzgebiet von europäischer Bedeutung.



Hafen Emden investiert 13 Millionen Euro

EMDEN. In diesem Jahr werden am Standort Emden rund 13 Millionen Euro investiert. Davon fließt unter anderem eine Million in die **Erneuerung der Stellwerkstechnik der Hafenhahn**. Die Arbeiten finden zum Teil bei laufendem Eisenbahnbetrieb statt und sind bis Ende 2019 geplant. 2,5 Millionen Euro kostet die **Installation einer intelligenten Beleuchtungsanlage** an der Eichstraße in Emden. Zudem wird die 100 Jahre alte **Große Seeschleuse** in den kommenden Jahren während des Betriebs instand gesetzt, wofür die genauen Kosten noch nicht vorliegen. Hinzu kommen Investitionen aus dem **Projekt Nesserlander Schleuse**, die mit einem Budget von unter 100 Millionen Euro abschließt.



Austausch mit Brackmann

BERLIN. Auf Einladung des Maritimen Koordinators der Bundesregierung für die maritime Wirtschaft, Norbert Brackmann, sind die **Initiatoren der Potenzialstudie „LNG-Infrastruktur an der deutschen Nordseeküste unter Betrachtung besonders geeigneter Standorte“** unlängst nach Berlin gereist. Ihr Ziel war es, dem Maritimen Koordinator die Kerninhalte ihrer Studie im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) vorzustellen sowie die Rahmenbedingungen und Handlungsansätze für die Realisierung einer LNG-Infrastruktur in Wilhelmshaven zu diskutieren.



NPorts begrüßt 18 Azubis

OLDENBURG. Seit dem 1. August ist das Team von Niedersachsen Ports um 18 Nachwuchskräfte reicher. Der aktuelle Jahrgang umfasst Berufsanfänger verschiedener Fachrichtungen, darunter **Elektroniker, Industriemechaniker und einen Kaufmann für Büromanagement.** Insgesamt absolvieren nun 56 junge Menschen und eine Volontärin ihre Ausbildung bei dem Hafenbetreiber. Am „Tag der Auszubildenden“ hatte der Nachwuchs gleich die Gelegenheit, einen Überblick über das Unternehmen zu gewinnen, Kontakte zu Mitazubildenden zu knüpfen und sich auszutauschen.



Hohe Ausbildungsquote

BREMEN. Am 1. August haben **elf Auszubildende bei der Hafengesellschaft bremenports** ihre berufliche Laufbahn begonnen. Das Unternehmen bietet den Schulabgängern mit den Berufsfeldern Industriemechanik, Bauzeichnung, Fachinformatik, Büromanagement, Zerspanungsmechanik und Elektronik ein breites Spektrum an Ausbildungsmöglichkeiten. Insgesamt stellt bremenports derzeit inklusive dualer Studienplätze 36 Ausbildungsplätze bereit. Bezogen auf die Zahl der Gesamtbeschäftigten ist dies eine Quote von 9,4 Prozent und liegt damit weit über dem bundesweiten Durchschnitt.

Ein Business-Trip in die Schweiz.

Und anderthalb Stunden Entspannung.

Jetzt Bremen–Zürich buchen:
12 Flüge pro Woche ab 29. Oktober.

BRE BREMEN AIRPORT

swiss.com

Made of Switzerland.

A STAR ALLIANCE MEMBER

KOMPAKT

BRAKE. Ein Team von Studenten der **Jade Hochschule in Eilsfleth** und **Mitarbeitern der J. Müller Gruppe** hat im Zuge des Projekts B.CON eine **digitale Binnenschiffahrtsplattform entwickelt**. Sie soll der Unternehmensgruppe mit fast 500 Mitarbeitern den Weg in die digitale Zukunft ebnen und die Wettbewerbsfähigkeit weiter stärken. Mit neuen Kommunikationstechniken wie Design Thinking, Gemba Walk und Personas soll das Geschäft konsequent vom Kunden her gedacht werden. Einen ebenso starken Fokus im Geschäftsmodell von J. Müller Binnenschiffahrt hat die Ausrichtung der Lösung an den Bedarf der Partikuliere (selbständige Schiffseigner).

BREMEN/HAMBURG. Die Kühne + Nagel Gruppe hat im ersten Halbjahr 2018 ein starkes Wachstum in allen Geschäftsbereichen erzielt sowie das operative Ergebnis und den Reingewinn deutlich gesteigert. Die Verantwortung für den Betrieb der deutschen Organisation wird an Holger Ketz übergeben. Das **gesamte Management für Deutschland wird ab dem 1. Januar 2019** im neuen August-Kühne-Haus **in Bremen angesiedelt sein**, das Platz für etwa 725 Mitarbeiter bietet. Unter dem Dach der Region Europa mit Sitz in Hamburg wird das Management für alle europäischen Länder unter der Leitung von Hansjörg Rodi konsolidiert.



Dialog mit Emden Hafenwirtschaft

EMDEN. Unlängst hat sich der Abteilungsleiter im Niedersächsischen Wirtschaftsministerium und zuständig für Industrie und maritime Wirtschaft, **Niels Kämpny** (Dritter von rechts), mit **Vertretern der Emden Hafenwirtschaft über aktuelle Entwicklungen ausgetauscht**. Zu den Themen zählten die Fahrplänenanpassung der Außenems und die Zukunftsperspektiven, wie sie beispielsweise im Perspektivpapier Hafen Emden beschrieben sind. Zudem wurden die Notwendigkeit der zweiten Eisenbahnklappbrücke, die flexible Tidesteuerung im Rahmen des Masterplans Ems und deren Auswirkungen auf den Emden Hafen diskutiert.

Brackmann besucht Maritimes Kompetenzzentrum in Leer

LEER. Der Maritime Koordinator der Bundesregierung, Norbert Brackmann, hat kürzlich gemeinsam mit Alfred Hartmann, Präsident des Verbands Deutscher Reeder, das Maritime Kompetenzzentrum (Mariko) in Leer besucht. **Brackmann hatte dabei die Möglichkeit, sich ein umfassendes Bild über die Anforderungen in der Schifffahrt zu machen.** „Neben dem Simulator habe ich hier auch gesehen, dass die Sicherheit in der Schifffahrt eine zentrale Rolle spielt. Mein Ziel ist es, jede maritime Einrichtung kennenzulernen, Erfahrungen zu sammeln und schlussendlich klüger zu werden.“



Neue Technologie für steigende Anforderungen

BREMEN/BREMERHAVEN. bremenports hat das **Gleisnetz der Hafenbahn digitalisiert**. „Infrastruktur-Datenmanagementsystem für die bremische Hafeneisenbahn“ (IDMS) ist der Name des Projekts, das in den vergangenen Monaten in enger Zusammenarbeit mit der Firma Sersa Rhomborg Gleisbau umgesetzt wurde. Die neue Technologie ermöglicht es, Weichen, Gleise und Bahnübergänge kontinuierlich auf ihren Zustand zu prüfen. Dies hilft dabei, kurzfristig notwendige Reparaturen zu bestimmen und langfristige Investitionen gezielter zu planen. bremenports ist für die Eisenbahninfrastruktur der Hafenanlagen in Bremen und Bremerhaven zuständig und betreut rund 220 Kilometer Gleise und 673 Weichen. Wöchentlich nutzen bis zu 680 Züge diese Infrastruktur, um Container und Automobile zu und von den Hafenanlagen zu transportieren.





Neue Marke bei Zeaborn

BREMEN/HAMBURG. Die Bremer Zeaborn Gruppe hat die **Schiffsmanagementaktivitäten** zum 10. August **unter dem Namen Zeaborn Ship Management zusammengefasst.**

Mit diesem Schritt vereint die Gruppe die im September 2017 übernommene Rickmers Shipmanagement und die im Februar erworbene E.R. Schifffahrt. Damit umfasst die gesamte technisch gemanagte Flotte über 150 Container-, Massengut- und Mehrzweckfrachtschiffe. Das global tätige Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg sowie Standorten in Asien und Europa beschäftigt rund 300 Mitarbeiter an Land und etwa 4.550 auf See.



Positive Halbjahresbilanz in Niedersachsen

LEER. Anlässlich des „28. Niedersächsischen Hafentags“ in Leer haben die Niedersächsischen Seehäfen ihre Zahlen für die erste Jahreshälfte präsentiert. Von Januar bis Juni dieses Jahres wurden im Seeverkehr insgesamt etwa 25,2 Millionen Tonnen Güter umgeschlagen. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einem Minus von etwa drei Prozent. **Beim Containerverkehr konnte mit rund 291.000 TEU ein Plus von 25 Prozent verzeichnet werden. Beim Stückgut waren es mit etwa 3,54 Millionen Tonnen acht Prozent mehr.** Aufgrund des angestrebten Ausstiegs aus der Kohleenergie und Umverlagerungen von Warenströmen ging der Umschlag von Massengut um neun Prozent auf rund 18,05 Millionen Tonnen zurück. Für 2018 rechnen die Beteiligten mit einem insgesamt positiven Gesamtjahresergebnis.



Liegeplatz 4 ist Installationshafen für Windpark

CUXHAVEN. Noch vor der offiziellen Einweihung ist der Liegeplatz 4 am Cuxport-Terminal Schauplatz für das erste Offshore-Projekt. Cuxport unterstützt das Unternehmen Van Oord am neuen **Schwerlastliegeplatz mit insgesamt 8,5 Hektar Fläche** bei der Lagerung und dem Umschlag vom Monopiles und Transition Pieces für den neuen Northland-Power-Windpark „Deutsche Bucht“. Dieser entsteht zurzeit in der deutschen ausschließlichen Wirtschaftszone (AWZ) in der Nordsee. 31 Transition Pieces sind bereits mit einem Schwergutschiff aus Spanien in Cuxhaven angeliefert worden.



Einsatz von Wasserstoff in der Schifffahrt

LEER. Über 100 Personen folgten der Einladung des Maritimen Kompetenzzentrums (MARIKO) und FME aus Südholland zur **deutsch-niederländischen Konferenz zum Thema „Einsatz von Wasserstoff in der Schifffahrt“.** Klaus Stolzenburg vom Ingenieurbüro Planet berichtete in einem Impulsvortrag über aktuelle Entwicklungen beim Wasserstoff und gab einen Einblick zum Stand in anderen Transportsektoren. Danach stellte Sören Linz von der RWTH Aachen die im Projekt „MariGreen“ erarbeitete Machbarkeitsstudie zum Einsatz von Wasserstoff in der Binnenschifffahrt vor.



Bremische Häfen behaupten sich im Wettbewerb

BREMEN/BREMERHAVEN. Anfang August haben die bremischen Häfen ihre Halbjahresergebnisse veröffentlicht: Der **Umschlag ist in den ersten sechs Monaten mit insgesamt 36,5 Millionen Tonnen weitgehend stabil geblieben** (minus 0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr). Bei Containern waren es über 2,72 Millionen TEU und damit 0,7 Prozent mehr. Der RoRo-Umschlag lag mit 1,1 Millionen umgeschlagenen Fahrzeugen bis Ende Juni 1,4 Prozent unter dem Halbjahreswert im Rekordjahr 2017. Einen deutlichen Ladungsrückgang gab es mit minus 28,7 Prozent hingegen beim Massengut.



Dauerhafter

Dialog

Wenn es darum geht, die Leistungsmerkmale von Waren und Dienstleistungen effizient zu kommunizieren, sprechen Unternehmer und Marketingexperten oftmals eine andere Sprache. Doch selbst die schönsten Worthülsen verpuffen im luftleeren Raum, wenn den Aussagen keine Leistungen folgen.

In Zeiten, in denen Produkte und Anbieter sich immer ähnlicher werden, müssen Marken umso stärker Orientierung bei der Entscheidungsfindung bieten. Deshalb gilt: „Vertrauen ist und bleibt regional wie global die härteste Währung“, so Dr. Arnd Zschiesche. Als Geschäftsführer und Gründer des Büros für Markenentwicklung in Hamburg hat er seit 2006 mehr als 70 mittelständische Unternehmen bei der strategischen und operativen Markenführung unterstützt. Jetzt ließ er den LOGISTICS PILOT an seinem reichhaltigen Erfahrungsschatz teilhaben und offenbarte interessante Ansichten. So steht für ihn fest: „Marken sind ein soziales Phänomen, das betriebswirtschaftliche Auswirkungen hat – und nicht umgekehrt. Dabei ist jede Marke das Ergebnis von positiven Vorurteilen.“ Unter diesem Begriff

versteht er jedoch nicht im klassischen Sinne eine voreilige Meinung ohne Prüfung der Tatsachen, sondern vielmehr die Summe positiver Erfahrungen, die im Ergebnis Vertrauen in eine Leistung erzeugen. Damit verbunden entsteht auf der Kundenseite eine bestimmte Erwartungshaltung, die das Unternehmen beziehungsweise sein Produkt durch ständige Leistungsbestätigung immer wieder neu erbringen muss. „Wenn Porsche keine faszinierenden Sportwagen mehr produziert, kann die Marke genauso von der Bildfläche verschwinden wie die beste Dönerbude der Stadt, wenn dort kein leckerer Döner mehr geschnitten wird“, erläutert Zschiesche plakativ. „Bei Porsche dauert es nur etwas länger, weil das positive Vorurteil über das Unternehmen deutlich stärker ist als das der Dönerbude.“

Warnung vor dem Bauchladen

Gleiches lässt sich auch auf die maritime Wirtschaft und die Häfen übertragen. Wenn das dortige Leistungspaket nicht stimmt und Vertrauen enttäuscht wird, können alle kreativen Marketingworthülsen rund um Kompetenz, Innovationskraft und Serviceorientierung nicht verhindern, dass die Kunden zu einem anderen Unternehmen oder an einen anderen Standort abwandern. „Deshalb sind Anstand, Ehrlichkeit und Authentizität wichtige Bausteine für den Erfolg einer Marke“, sagt Zschiesche. Vor diesem Hintergrund sei es elementar, dass jede Marke für sich zwei bis drei positive Vorurteile herausarbeite, die mit ihr verbunden sind. Diese Eigenschaften gilt es, für die Marken- und Marketingverantwortlichen kontinuierlich herauszustellen. „Denn Emotionen entstehen nur über Fakten – das ist bei maritimen Dienstleistern und Häfen nicht anders als in anderen Marktsegmenten“, erläutert Zschiesche. So werde beispielsweise jede Reederei ihre spezifischen Gründe haben, warum sie einen entsprechenden Hafen anlaufe. Diese können sowohl geografischer und monetärer Natur sein, als auch auf der Besonderheit der dort angebotenen Dienstleistungen basieren. In diesem Zusammenhang verweist er auf seine Überzeugung, dass jede Marke über ihre Grenze definiert werde. „Eine Marke kann nicht alles für alle sein“, ist sich Zschiesche sicher. Wer als Unternehmen einen entsprechenden Markenbauchladen aufmache, laufe Gefahr, seine Markenvorurteile zu verwässern und dadurch langfristig Kunden zu verlieren. Manchmal sei es sogar sinnvoll, nicht auf den Zug eines Trends aufzuspringen, sondern klarzumachen, was nicht zur Marke gehört. Das gelte sowohl für Discounter und Luxusuhren als auch für Logistikdienstleister.

Digitalisierung als Weckruf

Besonders spannend ist für Zschiesche das Thema Digitalisierung. „Es ist komisch: Sobald dieser Begriff in unseren Vorträgen fällt, sind die Manager wieder hellwach“, erläutert er mit einem Augenzwinkern. Aus Sicht der strategischen Markenführung passiere faktisch aber gar nicht so viel. „Natürlich habe ich mehr Daten, die ich kontrollieren muss und die ich im Zuge einer optimierten Supply Chain allen relevanten Beteiligten zugänglich machen möchte. Aber auch in Zeiten der Digitalisierung bleibt meine Marke die entscheidende Boje und der relevante Sender – nicht die neue Technologie“, so Zschiesche. Zwar würden die neuen Technologien etliche Möglichkeiten bieten, um die Markenbotschaft über mehr Kanäle zu verbreiten – aber immer markentypisch. Dazu stellt er zwei weitere spannende Thesen



Dr. Arnd Zschiesche und sein neues Buch „Marke statt Meinung“, das Ende Oktober erscheint.

auf: „Aus Markensicht ist es für Seaports of Niedersachsen natürlich deutlich schwieriger, für neun unterschiedliche Standorte Vorurteile herauszuarbeiten als für zwei, wie dies bei der gemeinsamen Marketingstrategie von bremenports für Bremen und Bremerhaven der Fall ist. Dafür hat Wilhelmshaven aber mit dem einzigen Tiefwasserhafen in Deutschland ein echtes Alleinstellungsmerkmal, das es auf den unterschiedlichsten Wegen zu kommunizieren gilt.“ Ein entscheidendes Kriterium für Markenbildung ist nach Zschiesche in diesem Zusammenhang auch der Zeitfaktor: „Speziell heute, in einer ausdifferenzierten, schnelllebigen Welt, kann ich mit meiner Botschaft nur durchkommen, wenn ich sie über lange Zeiträume wiederhole. Konkret heißt das, „kurzfristige Kampagnen sind keine Kampagnen“, so der Markenexperte.

Hafenkompetenz „on the road“

Dass sich Erfolg und Vertrauen nur über langfristige Maßnahmen und Leistungen erarbeiten lassen, ist auch den Experten von bremenports, Seaports of Niedersachsen und JadeWeserPort-Marketing bewusst. Deshalb beinhaltet ihr breit gefächertes Marketingmix unter anderem die beiden Veranstaltungsreihen „logistics talk“ und „Hafen trifft Festland“, mit denen sie regelmäßig die Leistungsstärke ihrer Häfen im Hinterland vorstellen.

„Mit den Roadshows können wir Nähe zum Kunden demonstrieren und eine engere Bindung durch persönliche Gespräche bilden“, umreißt Timo Schön, seit August Geschäftsführer bei Seaports of Niedersachsen, die entsprechende Motivation für „Hafen trifft Festland“. Seit vier Jahren laden JadeWeserPort-Marketing, EUROGATE und Seaports of Niedersachsen gemeinsam zu diesem Event ein – mit verschiedenen Kooperationspartnern wie der TFG Transfracht und zahlreichen regionalen Partnern sowie Industrie- und Handelskammern vor Ort. „Der Startschuss fiel im November 2015 in Göttingen“, erinnert sich Andreas Bullwinkel, Geschäftsführer bei JadeWeserPort-Marketing. „Seit- ■■■

dem haben wir die Logistiklösungen, die die niedersächsischen Seehäfen mit Deutschlands einzigem Container-Tiefwasserhafen Wilhelmshaven ausmachen, in den verschiedenen Wirtschaftsregionen vorgestellt – von Duisburg und Dortmund im Westen über München und Nürnberg im Süden bis nach Leipzig und Dresden im Osten. Dabei ging und geht es nicht nur um die Leistungen, die unsere Häfen erbringen, sondern auch um die effizienten Hinterlandanbindungen auf der Straße und der Schiene.“

Bereits seit zwölf Jahren ist die Hafenmanagement-Gesellschaft bremenports mit ihrer Veranstaltungsreihe „logistics talk“ in Deutschland und den Nachbarländern unterwegs. So gastierte man unter anderem schon in Basel, Budapest, Linz, Prag und Wien, um die Kompetenzen der

Hafen- und Logistikstandorte Bremen und Bremerhaven auch über die Landesgrenzen hinaus bekannt zu machen. „Wir bieten das Spielfeld, die Tore müssen die anderen schießen“, sieht bremenports-Marketingleiter Michael Skiba die Zielsetzung der Veranstaltungsreihe von der sportlichen Seite. Dementsprechend führen er und sein Team das Event stets in enger Kooperation mit Unternehmen der bremischen Hafenvirtschaft durch. Dabei haben ausgewählte Gastredner in attraktiven Locations die Möglichkeit, spannende Logistikthemen zu beleuchten. Diese bieten beste Anknüpfungspunkte für Gespräche beim anschließenden Get-together, bei dem Vertreter der Logistik- und Speditionsbranche aus dem Binnenland mit Fachleuten aus der Hafenvirtschaft zusammenkommen.

FOTOS: FOTOATELIER BATHE, JADEVESERPORT

Nicht nur die Veranstalter, auch die Teilnehmer sind von den Konzepten der Veranstaltungsreihen begeistert:

LOGISTICS TALK

Das Breakbulk-Geschäft ist nach wie vor ein ‚People’s Business‘, sprich, hier zählen noch persönliche Kontakte und langfristige Partnerschaften. Die Plattform ‚logistics talk‘ nutzen wir intensiv und sehr gerne, um unsere Kunden und Partner sowie Freunde der bremischen Häfen einzuladen und sich in entspannter Atmosphäre geschäftlich auszutauschen. Ich erinnere mich an einige Projektverladungen über Bremen und Bremerhaven, zu denen der erste unverbindliche Austausch im Rahmen eines ‚logistics talks‘ erfolgte.

Sven Riekers, Geschäftsführer BLG Cargo Logistics

Wenn man wirklich miteinander redet, braucht man überhaupt nichts zwischen den Zeilen zu verstecken, denn miteinander reden ist der Anfang eines jeden Geschäfts! Darum nehmen wir gern am ‚logistics talk‘ teil.

Andreas Harms, Geschäftsleitung D. Heinrichs Logistic

Für solch nette und fachliche Gespräche müsste ich sonst tagelang mit dem Auto durch Deutschland reisen. Hier habe ich das kompakt und in tollem Ambiente.

Thomas Kistner, Geschäftsführender Gesellschafter Bricklog

Der ‚logistics talk‘ ist eine Veranstaltung, bei der es einem leichtgemacht wird, überregional neue Kontakte zu knüpfen. Es geht dabei nicht um Small Talk, sondern um einen gut organisierten, fachlich kompetenten Austausch.

Jan Zobel, Speditionsleiter Heuer Logistics

Ich besuche den ‚logistics talk‘ mehrfach im Jahr an unterschiedlichen Standorten. Das ist für mich eine hervorragende Gelegenheit, Gesicht zu zeigen und mit wichtigen Ansprechpartnern in Kontakt zu bleiben.

Marcel Zare, Business Development Manager F.H. Bertling Logistics

Seeschiffe sehe ich hier nur selten. Da ist es sehr angenehm, dass eine entsprechende Fachdelegation ihr Wissen in die Regionen bringt. Das sind immer sehr interessante Gespräche.

Torsten Keine, Sales Ocean Network Express, German Branch



Die gelungene Mischung aus Vorträgen und Networking kommt bei den Teilnehmern gut an: Im vergangenen Jahr nahmen insgesamt über 1.000 Experten an den Veranstaltungsreihen „logistics talk“ (links) und „Hafen trifft Festland“ (rechts) in Deutschland und den Nachbarländern teil.

HAFEN TRIFFT FESTLAND

Die Hafenvorstellung war in allem sehr gut. Kurzum: Wilhelmshaven ist für die Zukunft gerüstet, es fehlen nur die Verbindungen und die Ladung. Jetzt muss die Verkehrspolitik mit ins Boot genommen werden, damit die Infrastruktur und die Kapazitäten auf das aktuelle und zukünftige Bedürfnis erweitert werden.

Waldemar Tonch, Manager Seafreight Export, Kühne + Nagel

Die Hinterlandanbindung ist heute ein wichtiges Verkaufsargument und die Anlagen in Wilhelmshaven sind State of the Art. Allerdings haben noch nicht alle Reeder den Standort wirklich auf dem Schirm. Hier gilt es weiter auf die Kunden zuzugehen und das vorhandene Potenzial aufzuzeigen, wie dies zum Beispiel mit der Veranstaltung ‚Hafen trifft Festland‘ geschieht.

Hans-Dieter Schmidt, Route-Development Manager EMO-Trans

Es war eine gute und sehr interessante Veranstaltung, die mir definitiv den JadeWeserPort nähergebracht hat. Ich würde mir sehr wünschen, dass der neue Hafen stabil wächst und eine echte Alternative zu den überlaufenen anderen Häfen wird. Allerdings muss auch der Vorlauf- und Nachlauf, das leidige Ulmer Thema, unbedingt berücksichtigt werden.“

Uwe Jendzurek, Niederlassungsleiter Senator International Spedition

Ich bin immer auf der Suche nach neuen Kontakten – und dafür ist ‚Hafen trifft Festland‘ bestens geeignet. Darüber hinaus bin ich vom JadeWeserPort überzeugt, da er als Deutschlands einziger Container-Tiefwasserhafen deutliche Vorteile gegenüber Hamburg und Bremerhaven besitzt. Im Zuge der ständig größer werdenden Containerschiffe werden in Zukunft mit Sicherheit zahlreiche Carrier dorthin abwandern.

Stefan Schröder, Leiter Vertrieb Vossmann Logistik

‚Hafen trifft Festland‘ ist das optimale Format, um in lockerer Atmosphäre Partner zu treffen, Networking zu betreiben und sich fachlich auszutauschen. Als Spediteur betrachten wir die Entwicklung in Wilhelmshaven genau, um eine Alternative zu Hamburg zu haben.

Michael Nebel, Head of Projects Area Central, Schenker Deutschland AG

Die Verbindung und Sichtweise Hafen/Hafenbetreiber sowie Hinterland-Anbindung war sehr informativ. Was geht, was geht nicht und warum nicht ... Optimal wäre es gewesen, wenn man noch durch die Reederbrille hätte schauen können.“

Michael Damerau, Gruppenleiter/Import-See, Kühne + Nagel



Auf ausgewählten internationalen Messen präsentierten sich die Seehäfen aus Bremen und Niedersachsen mit einem Gemeinschaftsstand unter der Dachmarke „German Ports“.

Kräfte bündeln und Synergien nutzen

Um Schiffe und Ladung in ihre Häfen zu bringen und ihr leistungsfähiges Netzwerk zu vermarkten, konzentrieren sich die Marketingexperten aus Niedersachsen und Bremen nicht nur auf die Durchführung dieser und weiterer Veranstaltungen wie den „Kapitänstag“, den „Niedersächsischen Hafentag“ oder den Vorabendempfang zum „Deutschen Logistik-Kongress“.

Auch auf Fachmessen zeigen sie rund um den Globus Flagge – von São Paulo über Houston und Shanghai bis nach London. Zudem übernehmen sie für ihre Kooperationspartner und Mitaussteller auch die komplette Organisation des Messestands. Insbesondere kleinen und mittleren Hafen- und Logistikunternehmen bieten sie so eine Plattform, damit diese sich professionell präsentieren und sich auf ihre Kunden konzentrieren können.

Im Zuge dieser Aktivitäten ist auch die Dachmarke „German Ports“ entstanden, unter der sich die für das Hafenstandortmarketing verantwortlichen Organisationen der norddeutschen Küstenländer Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein bei gemeinschaftlichen Messeauftritten im nicht-europäischen Ausland präsentieren. „Leider wird die Option einer gemeinsamen Positionierung aus meiner Sicht bisher noch zu wenig wahrgenommen“, bilanziert Skiba. Sein Appell: „Die deutschen Häfen müssen ihre Kräfte bündeln, um sich Seite an Seite als eine Marke gegen die Konkurrenz aus Rotterdam und Antwerpen behaupten zu können. Unser Ziel sollte es sein, Deutschland im Ausland als Gesamtstandort voranzubringen. Erst wenn der Kunde sich für einen deut-

Kleine Box mit weltweitem Radius

Interview mit Jens Kuckertz, Geschäftsführer OHB Logistic Solutions

Nach der erfolgreichen Markteinführung in Europa stellen Sie Anfang Oktober auf der „Breakbulk Americas“ die Visiobox erstmals dem amerikanischen Markt vor. Warum diese Zwei-Stufen-Strategie?

Bei unserem Markteintritt vor rund einem Jahr haben wir den Fokus auf den deutschen und europäischen Markt gesetzt, da wir durch unsere lange Historie im Bereich der Verkehrstelematik dort beste Verbindungen zu potenziellen Nutzern haben. Den amerikanischen Markt können wir aufgrund von regulatorischen und organisatorischen Gründen nur mit einem starken lokalen Partner bedienen, zu dem wir bereits erste Kontakte geknüpft haben. Die Messe in Houston ist jetzt eine gute Gelegenheit, die Marktresonanz auf unser Produkt zu testen.

Wohin geht denn die aktuelle Entwicklung im Bereich Telematik?

Der Markt wird weiterwachsen, wobei der Trend in Zeiten von Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge langfristig zu kostengünstigeren und integrierten Systemen geht. Dies ist bei der Visiobox der Fall: mit der Tracking Unit – der Sensorik zur Erfassung der Messdaten – und dem Onlineportal als Kommunikationskomponente zur weltweiten Übertragung der gewonnenen Daten.



Die Visiobox ist eine 600 Gramm leichte Mobilbox zur Überwachung von seegehenden Containern, die mit einem Magneten am Türrahmen des Containers befestigt wird.

Inwiefern unterscheidet sich die Visiobox von anderen Mobilboxen?

Wir glauben, dass unser transparentes Businessmodell bei voller Funktionalität und einfacher Nutzung der Tracking Unit den Unterschied zu den meisten unserer Wettbewerber ausmacht. Gerade im Bereich des Containertrackings zeigt sich, dass OHB als technologiegetriebenes Unternehmen ein Spezialist für die technische Umsetzung von Kundenanforderungen und die Produktentwicklung ist. Gleichzeitig erwartet der kostensensible Markt ein preisgünstiges Gerät mit klar kalkulierbaren laufenden Kosten. Diesen Anspruch können wir mit der Visiobox erfüllen.

Wer sind die Abnehmer, und wofür wird die Box am häufigsten eingesetzt?

In erster Linie bei Logistikdienstleistern und Industriekunden, die in großem Umfang speditionelle Leistungen nutzen und auf eine erhöhte Transparenz des Transportstatus Wert legen. Das ist vor allem bei zu kühlenden Lebensmitteln und Pharmaprodukten der Fall.

schen Standort entschieden hat, beginnt der nationale Wettbewerb untereinander. Gelingt uns dieser Umdenkprozess nicht, könnten am Ende viele deutsche Häfen auf der Verliererseite stehen.“

Teamspirit fördert Markenidentität

Diese Meinung teilt auch Professor Christoph Burmann, Inhaber des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen: „Eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit ist ein wichtiger Schritt für die Akzeptanz einer Marke und für ein erfolgreiches Hafenmarketing. Zu diesem Zweck sind Kooperationen wie bei ‚German Ports‘, aber auch die Einbindung der Unternehmen am Standort – wie dies bei ‚Hafen trifft Festland‘ und dem ‚logistics talk‘ der Fall ist – überaus zielführend. Die intensive Abstimmung aller Beteiligten verbessert nicht nur die interne Kommunikation, sondern fördert auch die Markenidentität nach außen“ (mehr zum Konzept der „Identitätsbasierten Markenführung“ auf den Seiten 4 und 5). Als wichtigen Schritt in diese Richtung wertet Burmann auch die Gründung eines Marketingbeirats, der die bei bremenports gebündelten Marketingaktivitäten zur neuen Dachmarke „Zwei Städte. Ein Hafen“ unterstützen soll. Diesem gehören Vertreter des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen in Bremen (SWAH), der Bremischen Hafenvertretung (BHV), der Initiative Stadtbremische Häfen (ISH), der Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung (BIS), der Wirtschaftsförderung Bremen (WfB) sowie der Universität Bremen an.

Fakten allein reichen nicht

Wie Zschiesche betont auch Burmann bei allen Marketingaktivitäten den Aspekt der Kontinuität: „Nur wenn die differenzierten Merkmale der Marke langfristig kommuniziert werden, verfestigt sich das Markenimage in der Psyche der relevanten Zielgruppen.“ Gleichzeitig legt er einen stärkeren Fokus auf emotionale Aspekte: „Vertrauen ist aus meiner Sicht eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung.“ Dabei spielen für ihn neben den Fakten vor allem emotionale Bindungen eine elementare Rolle. Burmann bezeichnet diese als „Brand Attachment“. Sie sind seiner Meinung nach eine logische Erklärung dafür, warum sich Verbraucher zum Beispiel für eine teurere Jeans oder ein kostspieligeres Auto entscheiden, obwohl die Leistungsmerkmale zwischen den Alternativen nahezu identisch sind. Oder warum eine Reederei einen Hafen anläuft, der zwar die gleichen Dienstleistungen wie ein anderer erbringt, dafür im Vergleich aber höhere Hafengebühren nimmt. (bre)



Den guten Ruf in der Welt verbreiten

Derzeit gibt es rund 70 Bremer Logistics Ambassadors, die die Vorzüge und Stärken des Hafen- und Logistikstandorts Bremen/Bremerhaven als Botschafter in die Welt tragen. Sie kommen unter anderem aus Äthiopien, China, Indien, Israel, Russland sowie den Vereinigten Staaten – und studieren im Bereich der internationalen Logistik an der Jacobs University Bremen und an der Universität Bremen. In Zusammenarbeit mit den beiden Hochschulen wählt die Bremische Hafenvertretung (BHV) einmal pro Jahr die am besten für das Ambassadors-Projekt geeigneten Bewerber aus. Diese durchlaufen dann – parallel zu ihrem Studium – ein achtmonatiges Ausbildungsprogramm, in dem sie sich umfangreiches Fachwissen rund um die regionale Logistikbranche aneignen. Wesentliche Bestandteile sind Exkursionen und Firmenbesuche, die den Logistics Ambassadors Einblicke in die Unternehmen und ihre Spezialisierung gewähren. Am Ende dieser Weiterbildung erhalten sie von Martin Günthner, Bremens Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, ein Zertifikat, das sie offiziell als Logistikbotschafter der Hansestadt auszeichnet.

„Die Logistics Ambassadors sind ein echtes Erfolgsprojekt, das wir 2012 in Zusammenarbeit mit der Jacobs University gestartet haben und das sich längst bewährt hat“, so Klaus Platz, Geschäftsführer der BHV. „Denn die Studentinnen und Studenten, von denen viele später eine Führungsposition einnehmen werden, fühlen sich bei uns sehr wohl und sind damit bestens geeignet, ihre guten Erfahrungen aus Bremen rund um den Globus zu verbreiten.“ Im April dieses Jahres hat die BHV das Logistikunternehmen Kühne + Nagel mit ins Boot geholt, um die 14 Teilnehmer des aktuellen sechsten Jahrgangs anzuleiten und sie bei ihrer Abschlussarbeit zu betreuen. „Gerne unterstützen wir, wenn es heißt, Bremens guten Ruf in die Welt hinauszutragen, und freuen uns, dabei interessante Kontakte mit Nachwuchslogistikern knüpfen zu können“, so Ralf Miehe, Regionalleiter Nord bei Kühne + Nagel. Die neuen Logistics Ambassadors werden ihr Zertifikat im November erhalten. Danach gibt es 14 weitere offizielle „Logistik-Fans“, die darüber berichten können, welchen maßgeblichen Anteil Bremen und Bremerhaven an den Logistikleistungen „made in Germany“ haben.

Die Festmacherin

Den Traditionsberuf kennen nur wenige. Dabei sind die Reedereien in den Häfen auf Festmacher angewiesen: Bei Wind und Wetter verbinden sie die Schiffe mit der Kaje.



So leicht, wie es aussieht, ist es nicht. Dass aber nur hartgesottene Männer als Festmacher arbeiten können, ist allerdings ein Klischee. Für das Unternehmen Festma in Bremerhaven ist beispielsweise ein 80-jähriger Rentner als Aushilfe tätig, und schon seit über zehn Jahren arbeiten für das Unternehmen auch Festmacherinnen. Eine von derzeit vier ist Lara Haase. Die 28-Jährige ist die erste fest angestellte Festmacherin, die für die Vertäugesellschaft arbeitet.

Dass es dazu kam, war auf der einen Seite ein Zufall, denn der Beruf ist eher unbekannt und kein Ausbildungsberuf. Andererseits hat sich bei Haase alles so gefügt, dass es im Rückblick gar nicht anders hätte kommen können: Nach dem Abitur wollte sie eigentlich gleich ihre Ausbildung als Schiffsmechanikerin beginnen. Da es aber gar nicht so einfach war, eine Lehrlingsstelle zu finden, musste Haase erst einmal ein Jahr Fertigungstechnik inklusive eines Praktikums bei Fassmer absolvieren. Bei der Reederei Petra Heinrich in Jork wurde Haase schließlich fündig. Nach

dem Ende ihrer Lehrlingszeit wurden ihr jedoch zumeist Zeitverträge angeboten, sodass sie sich dazu entschloss, sich nach einer Stelle an Land umzusehen. Ein Freund berichtete ihr von einer freien Stelle bei Festma, wo sie dann 2015 einstieg. Wie bei anderen Festmachern sind dort Matrosen und Schiffsmechaniker als Mitarbeiter gefragt. Denn nur wer neben einer guten körperlichen Verfassung die erforderlichen seemännischen Kenntnisse mitbringt, darf nach den Vorgaben der Hafenbehörde dicht dran an die kleinen und großen Pötte.

Besondere Vorsicht geboten

Einer davon ist an diesem Sommertag das Containerschiff „MOL Gratitude“, das in wenigen Minuten für die Weiterreise nach Le Havre ablegen wird. Mit einer Länge von 275 Metern, einer Breite von 40 Metern und 5.600 TEU Ladekapazität gehört sie heutzutage zwar zu den eher kleineren Frachtern, doch selbst bei dieser Schiffsgröße wäre das ■■■





Festmacher setzen bei ihrer Arbeit außer ihrer Körperkraft auch speziell ausgestattete Unimogs mit einer 1,5-Tonnen-Winde ein.

FAKTEN

Festma

1971 von 24 Festmachern gegründet

Haupttätigkeitsfeld: Festmachen von Containerschiffen, Bulkern, Tankern und Kreuzfahrtschiffen

Kunden sind verschiedene Reedereien

Standorte: Bremen und Bremerhaven

rund 100 Mitarbeiter

Besonderheit: Anteilseigner sind derzeit 34 der fest angestellten Mitarbeiter

Monatliche Abfertigung von rund 600 Schiffsanläufen in Bremerhaven

■■■ Losmachen per Hand ein enormer Kraftakt. Vier Vor- und vier Achterleinen, die das Schiff an der Pier halten, sowie jeweils zwei Springs vorn und hinten, die dafür sorgen, dass das Schiff nicht längs der Pier driftet, müssen gelöst werden. Bei Festma kommen daher bereits seit Ende der 1970-er Jahre speziell ausgestattete Unimogs mit einer 1,5-Tonnen-Winde zum Einsatz. Nicht nur dann, sondern auch beim manuellen Festmachen, sind dabei immer zwei Mitarbeiter im Team verantwortlich.

Während ihr Kollege mit dem Unimog bereitsteht, beginnt Haase damit, die Festmacherleine am Fahrzeug zu befestigen. „Das größte Risiko beim Fest- und Losmachen ist der Leinenbruch“, berichtet Festma-Geschäftsführer Thorsten Pulst. „Die Leine steht so auf Spannung, dass sie in einem solchen Fall wie ein Gummiband zurückschnellt und beim Reißen eine enorme, schlimmstenfalls tödliche Kraft entfaltet.“ Deshalb steht die Festmacherin auch kurze Zeit später, als mithilfe des Unimogs das Seil gelöst wird, hinter dem Fahrzeug. Zudem achten ihre Kollegen und sie auf die Geräusche der Tauen und wissen, wann sie sich in Sicherheit bringen müssen. Aber es gibt auch noch eine weitere Herausforderung: „Die Tauen können schnell im Ruderblatt eingeklemmt werden oder sich um die Schiffsschraube wickeln, was wir natürlich immer im Blick haben müssen“, berichtet Haase, die sich wie ihre Kollegen an der Kaje ausschließlich mit Sicherheitsbekleidung wie Warn- und Schwimmweste, Handschuhen und Helm bewegen darf. Nach etwa zehn Minuten kann die „MOL Gratitude“ ablegen, und die beiden Festmacher geben sich auf den Weg zum nächsten Schiff.

Gute Kommunikation ist unerlässlich

Auch das 200 Meter lange und 32 Meter breite Ro-Ro-Schiff „Glovis Composer“ der südkoreanischen Reederei Hyundai Glovis mit einer Tragfähigkeit von 18.881 Tonnen ist beim Ablegemanöver nicht nur auf die Unterstützung des Lotsen, sondern auch auf die der Festmacher angewiesen. Trotz der Tauen, die etwa den Durchmesser eines männlichen Oberarms haben, arbeiten Haase und ihr Kollege diesmal händisch. Das erfordert neben dem Einsatz des Körpergewichts auch viel Köpfchen. Denn bevor Haase das Auge vom Poller löst, erfolgt ein komplexer Informationsfluss. Dazu zählen der enge Kontakt mit den jeweiligen Linien- und Hafentagenten, die Abstimmung der Verkehrsabflusspläne mit dem Hafенbetriebsbüro, die Daten der firmeneigenen AIS-Antenne (kurz für Automatic Information System, auf Deutsch automatisches Identifikationssystem) und die der kommerziellen AIS-Systeme von Unternehmen wie marinetraffic.com und vesseltracker.com. Des Weiteren gehören natürlich auch der Zugriff auf die Planung der Lotsen und die Kommunikation mit ihnen dazu. „Je mehr Infos wir haben, desto einfacher ist die Kommunikation und umso besser können wir natürlich auch planen“, so Pulst. Am Liegeplatz müssen

Haase und ihre Kollegen sich darüber hinaus mit der Crew an Bord abstimmen. „Manchmal müssen wir auch ganz schön laut brüllen, um uns verständlich zu machen“, erzählt Haase. Oftmals ist das aber auch wegen des hohen Geräuschpegels der laufenden Motoren bei den An- und Ablegemanövern nicht möglich und die Verständigung nur mit viel Blickkontakt und durch Handzeichen möglich. Ebenso wichtig ist natürlich eine gute Kommunikation innerhalb der eingespielten Teams. Haase: „Mein Kollege muss genauso wie ich wissen, welches Tau ich an welchem Poller befestigen oder lösen muss.“

„Die Tauen können schnell im Ruderblatt eingeklemmt werden oder sich um die Schiffsschraube wickeln.“

Lara Haase

Sechs Tage Bereitschaft, vier Tage frei

Kaum hat die „Glovis Composer“ abgelegt, beginnt auch schon das Ro-Ro-Schiff „Orion Highway“ der japanischen Reederei „K“ Line mit dem Anlegemanöver. „Insbesondere am Nachmittag häufen sich oft die Ankünfte und Abfahrten der Schiffe“, so Haase. „Unsere Arbeitszeiten richten sich grundsätzlich nach den Schiffswechseln und den Schichten, in die die Terminalbetreiber ihre Mitarbeiter dafür einteilen.“ Dennoch verläuft nicht immer alles nach Plan. Auch das Warten gehört zum Beruf der Festmacher dazu, weshalb eine weitere Voraussetzung für die Tätigkeit bei Festma ein

Wohnort in der Nähe des Hafens in Bremerhaven ist. „Wir arbeiten in einem Bereitschaftssystem“, berichtet Pulst. Für Haase und ihre Kollegen bedeutet das, dass sie im 6:4-System arbeiten, also an sechs Tagen hintereinander rund um die Uhr innerhalb von einer Stunde im Hafen sein müssen. „Das können auch mal 13 Stunden am Stück sein, im Regelfall arbeiten wir neun bis elf Stunden“, berichtet Haase. „Aber auf die sechs Arbeitstage folgen dann auch vier freie.“

Nicht nur wegen solcher Arbeitszeiten ist es für die Ver­täufirmen schwer, ausreichend Nachwuchs zu finden. „Es werden immer weniger junge Leute an Bord der deutschen Schiffe ausgebildet“, bedauert Pulst. Denjenigen, die bei Festma arbeiten, bietet das Unternehmen mit seinen flachen Hierarchien einen sicheren Arbeitsplatz. Und auch wenn Wärt­silä im April dieses Jahres das automatisierte Festmachen mithilfe eines Autodockingsystems bei der 83 Meter lange Fähre „Folgefönn“ der norwegischen Reederei Norled bereits getestet hat, glaubt Pulst nicht, dass die Reedereien in Bremerhaven in absehbarer Zeit ohne Festmacher auskommen. Haase jedenfalls sieht ihre Zukunft im Unternehmen: „Mein Job ist sehr abwechslungsreich und bringt mir viel



Die Arbeit mit den oberarmdicken Tauen gehört für Lara Haase zum Berufsalltag.

Spaß.“ Ganz besonders gefreut hat sie sich, dass ihr Antrag für die Aufnahme als Gesellschafterin von Festma bewilligt wurde und sie nunmehr wie bereits 33 weitere Festangestellte seit vielen Jahren erste Anteilseignerin am Unternehmen ist. „Dass ich mir so schnell den Respekt der Kollegen verdient habe, ist natürlich eine tolle Anerkennung.“ (cb)

Weitere Informationen:
www.festma.de

Niedersachsen
Ports

**Unsere Häfen.
Ihre Zukunft.**

www.nports.de

Gemeinsam auf der sichereren Seite



Das Thema Brandbekämpfung steht auch auf der breit gefächerten Agenda der Fachgruppe Maritime Sicherheit – neben neuen Sicherheitskonzepten und Rettungsmitteln sowie der Optimierung der Datensicherheit.



Dr. Falk von Seck, Mitglied der Fachgruppenleitung im MCN



Andreas Born, Geschäftsstellenleiter des MCN

Seit Anfang dieses Jahres bietet die Fachgruppe Maritime Sicherheit eine branchenübergreifende Diskussionsplattform – mit dem Ziel, die Sicherheit im maritimen Bereich zu verbessern und die Wettbewerbsfähigkeit der norddeutschen Küstenländer bei der Produktentwicklung zu erhöhen.

Als eine der führenden Exportnationen legt Deutschland großen Wert auf einen leistungsfähigen Seeverkehr auf sicheren Wegen. Vor allem die intensive Nutzung der Küstengebiete, die zunehmende Zahl der Überseetransporte und der Schutz maritimer Infrastruktur stellen die Wirtschaft bei der Erarbeitung von effizienten Sicherheitskonzepten vor besondere Herausforderungen. Um in diesem Prozess kompetente Hilfestellung zu leisten, hat das Maritime Cluster Norddeutschland (MCN) im Januar 2018 die Fachgruppe Maritime Sicherheit gegründet. Gleich zur Auftaktveranstaltung in Rostock kamen mehr als 160 Teilnehmer, um über die Anforderungen an die maritime Sicherheit zu diskutieren. „Das Thema scheint aktuell eine große Rolle zu spielen. Wir wollen vor allem zukünftige Hotspots in diesem Bereich identifizieren und innovative Projekte initiieren“, umreißt Dr. Falk von Seck, Mitglied der Fachgruppenleitung im MCN und Professor an der Jade Hochschule Elsfleth, die Zielsetzung der neu gegründeten Organisation.

Der Leiter des Havariekommandos des Bundes und der Küstenländer, Hans-Werner Monsees, berichtete bei der Auftaktveranstaltung in Rostock vom maritimen Notfallmanagement auf der Nord- und Ostsee. Bei der Erarbeitung und Kommunikation ihrer Themen legt die Fachgruppe großen Wert auf die Abstimmung mit anderen Verbänden und Institutionen, die sich ebenfalls der maritimen Sicherheit verschrieben haben



Breites Themenspektrum

Auf der Agenda der Fachgruppe Maritime Sicherheit steht eine Vielzahl von Themen: von neuen Sicherheitskonzepten und Rettungsmitteln, die sich aus der rasanten Entwicklung der Schiffsgößen ergeben, über Sicherheitsanforderungen an neue Antriebe bis hin zur Optimierung der Daten- und Cybersicherheit in Zeiten zunehmender Digitalisierung. Ebenso gehören die Vermeidung von Havarien, die Prävention vor Piraterie und Terrorismus sowie die Akut- und Notfallmedizin zu ihren Arbeitsschwerpunkten. „Angesichts dieser vielschichtigen Herausforderungen ist ein ressort- und branchenübergreifender Austausch zwischen den verschiedenen Akteuren wichtiger denn je“, ist von Seck überzeugt. „Nur so können Risiken weiter vermindert, neue Technologien und Produkte entwickelt und zusätzlich die Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen in Norddeutschland gestärkt werden.“

Der Aspekt des branchenübergreifenden Austauschs ist dabei gleich in doppelter Hinsicht gewährleistet. Zum einen durch die heterogene Zusammensetzung der Fachgruppe, der sowohl Häfen und Reeder als auch Hochschulen und Logistikdienstleister sowie Werften und Zulieferer angehören. Zum anderen durch die intensive Vernetzung der Fachgruppe nach außen mit benachbarten Branchen wie der Automobilbranche oder der Luft- und Raumfahrt, die vor ähnlichen Fragestellungen stehen. „In jedem dieser Marktsegmente ist spezifisches Know-how mit eigenen Technologien vorhanden, die durch den gegenseitigen Austausch weiterentwickelt werden können. Im Idealfall folgen den MCN-Veranstaltungen dann gemeinsame Projekte, die in innovativen Produkten oder Patenten münden, die die Sicherheit von Anlagen und Prozessen, bei Schiffen und See-

wegen, aber auch in den Häfen erhöhen“, so Andreas Born, Geschäftsstellenleiter des MCN Bremen, die die Fachgruppe seitens des Clusters betreut.

Hochwertige Referenten

Die Veranstaltungen der Fachgruppe Maritime Sicherheit zeichnen sich durch eine hohe Qualität der ausgewählten Referenten aus. So stellte Hans-Werner Monsees, Leiter des Havariekommandos, beim Auftaktevent im Januar das Konzept des maritimen Notfallmanagements auf der Nord- und Ostsee vor, während Holger Klindt von Atlas Elektronik über die Chancen und Perspektiven von Safety and Security für die deutsche Industrie referierte. Die Nachfolgeveranstaltung im Juni stand dann unter dem Motto „Neue Risiken und die Konsequenzen für Aus- und Weiterbildung“. Zu den Höhepunkten gehörten die Vorträge von Per-Åge Nygård vom Norwegian Hull Club, zum Thema Schadensverhütung, und von Marc G. Schmidt, PCCG Point Conception Consulting, der einen Praxisbericht zu psychometrischen Testverfahren als Hilfsmittel für die Personalauswahl in Reedereien vorstellte.

„Das Feedback auf unsere Arbeit ist bisher durchweg positiv“, bilanziert von Seck. Deshalb laufen schon jetzt die Vorbereitungen für eine dritte Veranstaltung, die am 27. November unter dem Leitthema Navigation und integrierte Verkehrstechnik in Rostock stattfinden soll. Dabei werden Fragen der E-Navigation ebenso beleuchtet wie der integrierte Betrieb von Land und See. „Wir richten uns mit diesen Inhalten vor allen an Entscheider und Akteure in Reedereien, in der maritimen Logistikwirtschaft und Verwaltung sowie an Produktentwickler“, erläutert von Seck. (bre)

FAKTEN

MCN

Zusammenschluss aus 300 Unternehmen und Institutionen der maritimen Wirtschaft aus Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern

Ihr Ziel: die Zusammenarbeit in der Branche länderübergreifend zu fördern und zu stärken

Insgesamt neun Fachgruppen im MCN

Sie ergänzt bestehende Programme und Projekte anderer Institutionen und Verbände und fördert die branchenübergreifende Vernetzung.

Weitere Informationen:
www.maritimes-cluster.de

Verständigung leicht gemacht

Rund 90 Prozent der Schiffsunfälle beruhen auf menschlichem Fehlverhalten, und fast jeder zweite Fehler ist die Folge von Kommunikationsproblemen. Ein von der Jade Hochschule in Elsfleth und dem Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie in Oldenburg entwickelter Chatbot soll nun Abhilfe schaffen.

Auf den meisten Schiffen würde ein buntes Sprachgewirr herrschen, spräche jeder an Bord in der jeweiligen Landessprache. Zwar ist Englisch die Lingua franca, also die Verkehrssprache an Bord, aber lediglich von etwa zwei Prozent der weltweit rund zwei Millionen Seefahrer die Muttersprache. Auch wenn ein Großteil der Crewmitglieder zumindest über ausreichende Englischgrundkenntnisse verfügt, kommt es aufgrund der unterschiedlichen Dialekte und Akzente sowie der kulturellen Eigenarten in den multinationalen Teams schnell zu Missverständnissen. Was an Land mit Humor genommen werden kann, birgt an Bord und insbesondere beim Funkkontakt hohe Risiken.

Klare Kommunikation verhindert Unfälle

„Etwa 40 Prozent der Seeunfälle von Handels- und Kreuzfahrtschiffen können auf Kommunikationsprobleme zurückgeführt werden“, berichtet Peter John, Dozent an der Jade Hochschule in Elsfleth, der als promovierter Dolmetscher seit 1996 am Fachbereich Seefahrt lehrt. „Ein besonders schlimmes Beispiel ist ein Fall im Hafen von Tokio, wo aufgrund der fehlenden Vokabel heart attack (Herzinfarkt) ein Mensch sterben musste.“ Auch wenn glücklicherweise nicht alle Sprach- und Kommunikationsprobleme solch gravierende Folgen haben, ist es für John ein Herzensanliegen, die Verständigung an Bord sowie zwischen und mit den Schiffen zu verbessern. Dabei muss allerdings unterschieden werden: „Wichtig für eine klare Kommunikation an Bord ist zwar grundsätzlich das sichere Beherrschen der englischen Sprache als solcher“, so John, „fast noch entscheidender ist jedoch, dass die von der IMO (International Maritime Organization) vorgegebenen Standardphrasen (Standard Marine Communication Phrases, kurz SMCP) mit teilweise anderer Syntax so eingeübt sind, dass sie in jeder Situation quasi automatisiert verwendet werden können.“

Chatbot ist Eigenentwicklung

Da die gängigen Spracherkennungsprogramme für die nautische Sprache nicht geeignet sind, sollen künftig spezielle Computerdialogsysteme für die Schifffahrt Abhilfe schaffen. Seit 2015 entwickelt John daher gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie IDMT in Oldenburg Softwareanwendungen für die akustische Signalverarbeitung und die computerbasierte Spracherkennung von nautischem Englisch. Dazu zählen Lehrsysteme auf der Basis von Chatbots, die im Rahmen dieses Projekts erstmals für die Sprachlehre im maritimen Bereich entwickelt und eingesetzt werden. Sie erkennen dabei nicht nur Sprachbefehle, sondern geben auch sinnvolle Antworten. „Wir simulieren mit unseren Programmen, die über eine App und den Computer genutzt werden können, Standardsituationen an Bord“,

Mithilfe von Studenten und Übungen mit Seeleuten am Schiffssimulator wurden die erforderlichen Sprachaufnahmen und Dialogmuster für die Programmierung des Chatbots vorgenommen.



FOTOS: FRAUNHOFER IDMT - DANIEL SCHMIDT, PRIVAT

erläutert John. „Das kann zum Beispiel ein Feuer sein, das an Bord leider auch in der Realität recht oft vorkommt.“ Der Nutzer gibt dazu vorab ein, welche Funktion er an Bord hat, beispielsweise Offizier, und kann dann die entsprechenden Übungsfälle am eigenen Computer oder Smartphone – und das auch offline – in der jeweiligen Rolle durchgehen. „Je öfter solche Dialoge eingeübt werden, desto geringer ist das Risiko von Fehlern“, weiß John und betont: „Die Programme sollen dabei keinesfalls die Trainings ersetzen, sondern nur ergänzen.“ Einen weiteren Vorteil sieht er darin: „Wer unsicher oder gehemmt ist, kann so erst einmal im stillen Kämmerlein für sich üben – und das rund um die Uhr und weltweit.“

Studenten können damit die nötigen Kommunikationsmuster und -strategien anwenden und in einer realistischen Lernumgebung ausprobieren. Ein weiterer Pluspunkt ist, dass sich die Dialogsysteme der Geschwindigkeit und dem Können des Einzelnen anpassen, was sich vorteilhaft auf den individuellen Lernerfolg auswirkt.

Künstliche Intelligenz erforderlich

Noch gibt es zwar lediglich Prototypen und Projekte mit dem IDMT und verschiedenen Unternehmen. „Aber die Technik steht, und die Spracherkennung von unterschiedlichen Akzenten und Aussprachen der nautischen Kommandos funktioniert schon sehr zuverlässig“, so John. Das Programmieren war allerdings durchaus anspruchsvoll. „Nur mithilfe von Studenten und Übungen mit Seeleuten



Der promovierte Dolmetscher Peter John lehrt als Dozent an der Jade Hochschule in Elsfleth und will mit seinem Chatbot die nautische Kommunikation verbessern.

am Schiffssimulator konnten wir die dafür erforderliche Vielzahl von unterschiedlichen Sprachaufnahmen und Dialogmustern vornehmen.“ Mit diesen wurde dann der Computer gefüttert, damit er im ersten Schritt nach der Trial-and-Error-Methode „lernt“, die unterschiedlichen Sprechweisen zu verstehen. Im nächsten Schritt entsteht ein Modell, das ermittelt, ob es sich bei einem Wort beispielsweise um ein Verb, ein Substantiv oder ein Adjektiv handelt. Bei unklarer oder mehrdeutiger Aussprache bezieht es mit ein, welche zwei bis drei Wörter in der nautischen Standardsprache typischerweise davor oder danach verwendet werden. Dafür ist viel Kapazität auf den vom Internet getrennten Rechnern des IDMT erforderlich. „Ein Computer mit 60 Prozessoren benötigt etwa eine Woche, um die Sprachwahrscheinlichkeit eines solchen Modells zu errechnen“, so John.

Darüber hinaus ermöglicht die Aufzeichnung der computergesteuerten Kommunikation mithilfe der Spracherkennung auch die Übertragung in Schrift, die wiederum im Funkverkehr angezeigt werden und in eine Fremdsprache übersetzt werden kann. Ein weiterer Einsatzbereich sind Bewerbungsverfahren. „Eine große Reederei hat mir erzählt, dass sie davon ausgeht, in den nächsten zehn Jahren rund 10.000 Bewerbungsgespräche zu führen“, berichtet John. Da das sehr zeitaufwendig und kostenintensiv ist, können die Chatbots auch hierfür einen großen Mehrwert bieten.

Zurzeit werden Pilotversuche durchgeführt, um die Anwendungen zu prüfen, zu verbessern und zu validieren. Das nimmt zwar einige Zeit in Anspruch, aber John legt Wert darauf, dass die Programme dann auch reibungslos funktionieren. Die Fertigstellung ist 2019 oder spätestens 2020 geplant. (cb)

FAKTEN

Chatbot-Projekte

VTS Bot

Laufzeit: Mai 2015 bis Mai 2016

Fördersumme: 60.000 US-Dollar von der International Association of Maritime Universities (AMU) und The Nippon Foundation aus Japan

Projektleitung: Peter John, Jade Hochschule Elsfleth

Seit 2016: interne Forschungsförderung der Jade Hochschule und des Fraunhofer IDMT

Weitere Informationen: www.jade-hs.de



Kommunikation mit der nächsten Generation

Experten weisen darauf hin, dass die Öffentlichkeit immer noch wenig von der Hafen- und Logistikbranche weiß. Deshalb gehen die Unternehmen aktiv auf Menschen zu – speziell auf Schüler.

Mehr als 35.000 Menschen ließen sich in diesem Jahr auf 340 Veranstaltungen in 23 Ländern vom Tag der Logistik begeistern. Das meldete die Bundesvereinigung Logistik (BVL), die das Großereignis inzwischen zum elften Mal initiierte. Zahlreiche Unternehmen aus Industrie, Handel und Logistik öffneten dazu am 19. April ihre Türen, um der Öffentlichkeit einen Blick hinter die Kulissen zu ermöglichen und sich als attraktive Arbeitgeber vorzustellen. „Wir brauchen ein stärkeres Logistik-Branding“, betont Prof. Dr. Robert Blackburn, Vorsitzender des Vorstands der BVL, und liefert gleich die entsprechende Begründung mit: „Logistik ist ein toller Arbeitsbereich, der allerdings am Arbeitsmarkt im Wettbewerb steht mit der Automobilindustrie, dem Maschinenbau oder auch dem Handel. Das ist eine echte Heraus-

forderung, denn über diese Branchen wissen die meisten Menschen mehr als über die oft im Hintergrund agierende Logistik.“ Dementsprechend gelte es, zu informieren und an der emotionalen Wahrnehmung zu arbeiten.

Häfen und Logistik hautnah erleben

In den niedersächsischen und bremischen Häfen hat man das längst verinnerlicht und begleitet den Tag der Logistik regelmäßig mit intensiver Außerdarstellung und gezielter Kommunikation. So bot bremenports in diesem Jahr kostenlose Führungen in Bremerhaven und Bremen an – mit Unterstützung der BLG LOGISTICS, des Biologenteams naturRaum und der Initiative Stadtbremische Häfen (ISH). Dazu gehörten eine zweistündige Tour über die Auto- und

Containerterminals in Bremerhaven und eine Führung über die Luneplate, das größte Naturschutzgebiet des Landes Bremen, das als ökologische Ausgleichsfläche für große Hafenbauprojekte entstanden ist. Im Rahmen von zwei Exkursionen durch die stadtbremischen Häfen konnten die Teilnehmer darüber hinaus die Arbeitsabläufe an der Schleuse Oslebshausen miterleben sowie auf einer Bustour durch die Überseestadt und den Holz- und Fabrikenhafen ortsansässige Produktionsbetriebe und Dienstleistungsfirmen hautnah erleben.

Auch in Niedersachsen fanden am 19. April zahlreiche Veranstaltungen rund um den Tag der Logistik statt. Unter anderem hatte die Agentur für Wirtschaftsförderung in Cuxhaven für Schüler der regionalen Haupt- und Realschulen einen Besuch in verschiedenen Unternehmen organisiert – mit dem Ziel, den baldigen Schulabgängern die Berufsbilder rund um Hafen, Transport und Logistik näherzubringen und sie für eine Karriere in dieser Branche zu begeistern. An den Präsentationen beteiligten sich auch Mitglieder der Hafengewirtschaftsgemeinschaft Cuxhaven (HWG) wie der Terminalbetreiber Cuxport, die Reederei DFDS Germany und der Spezialist für Schlepperdienste Otto Wulf. „Zur weiteren Entwicklung und Förderung des Hafens braucht es immer motivierte Berufseinsteiger. Der Tag der Logistik bietet den Schülerinnen und Schülern gute Möglichkeiten, sich praxisnah zu informieren und mit potenziellen Arbeitgebern ins Gespräch zu kommen“, erläutert Hans-Peter Zint, Vorsitzender der HWG, das Engagement. „Wir hoffen, der einen oder dem anderen hierdurch eine Idee für ihre oder seine künftige Berufswahl geben zu können“, ergänzt Dr. Christian Rogge von der Agentur für Wirtschaftsförderung.

Experten gehen in die Schulen

Unabhängig von speziellen Veranstaltungen wie dem Tag der Logistik setzen bremenports, BLG LOGISTICS, Seaports of Niedersachsen, Container Terminal Wilhelmshaven Jade-WeserPort-Marketing und die Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) im Rahmen des Bildungsprojekts MARWILO (Maritime Wirtschaft und Logistik im Unterricht) bereits seit über zehn Jahren auf die Kommunikation mit der nächsten Generation. So hat das Oldenburger Institut für Ökonomische Bildung (IÖB) auf ursprüngliche Initiative der Ideengeber dieses Projekts – der BLG LOGISTICS GROUP und von bremenports – Unterrichtsmaterialien wie die Schülerarbeitshefte „Wirtschaft im Hafen“ und „Maritime Wirtschaft & Logistik“ konzipiert. Während das erste Heft für



Erfolgreiche MARWILO Lernkombination: Das Internetportal und die Arbeitshefte vermitteln praxisorientierte Informationen zu den Themen Hafengewirtschaft, Schifffahrt und Logistik.

den Einsatz in der Sekundarstufe I geeignet ist und neben den Themen „Regionaler Wirtschaftsraum“, „Unternehmen im Hafen“ und „Welthandel“ auch Ausbildungsberufe rund um den Hafen und die Logistik vorstellt, richtet sich das zweite Heft an die Sekundarstufe II. Dabei werden grundlegende ökonomische Kenntnisse vermittelt sowie die Studienmöglichkeiten und Berufsaussichten in der Branche vorgestellt. Parallel dazu bietet die Website www.marwilo.de ergänzende Hintergrundinformationen in Form von Präsentationen, Folien, Filme und Podcasts.

„Viele Schülerinnen und Schüler wissen nicht viel über die Branche. Umso wichtiger ist es, die jungen Leute rechtzeitig an das Thema heranzuführen – am besten schon im Unterricht“, umreißt bremenports-Geschäftsführer Robert Howe die Zielsetzung des Projekts. Dabei ist es den drei Hafenspezialisten eine große Hilfe, einen erfahrenen Partner wie das IÖB an ihrer Seite zu haben, der genau weiß, was Schüler anspricht, und der über langjährige Erfahrung in der Aus-, Fort- und Weiterbildung von Lehrkräften verfügt. „Ohne wirtschaftliches Basiswissen lassen sich die komplexen Zusammenhänge von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft kaum erfassen“, so Dr. Michael Koch, Gesamtleitung Projektmanagement sowie Leiter Qualifizierung und E-Learning im IÖB. „Deshalb haben wir für dieses Projekt ein spezielles Paket geschnürt, das neben den Schülerarbeitsheften und dem Internet-Materialien-Pool auch die Lehrerfortbildung mit einschließt. Denn was nutzen die besten Themen, wenn sie nicht attraktiv und fachmethodisch seriös vermittelt werden.“ Die dazugehörigen Zahlen sprechen auf jeden Fall schon jetzt eine deutliche Sprache: Mehr als 30.000 Exemplare dieser Schülerarbeitshefte sind bisher deutschlandweit im Einsatz. Im Land Bremen werden die Unterrichtsmaterialien derzeit von 54 Schulen genutzt, in Niedersachsen von 160. (bre) ■

Weitere Informationen:
www.tag-der-logistik.de
www.marwilo.de

KOMPAKT

HAMBURG. Vor Kurzem hat sich der deutsche Vorstand der Women's International Shipping & Trading Association (WISTA) anlässlich der Jahreshauptversammlung neu konstituiert. Das Netzwerk, das die Rolle der Frau in der Schifffahrt stärken will, wird nun von **Claudia Ohlmeier** (DNV GL) als erster Vorsitzender geführt. Neu im Vorstand sind zudem Cindy Paarmann (Carnival Maritime), Nadine Paschen (TX Marine Messsysteme), Kathrin Ehlert-Larsen (Verband für Schiffbau und Meerestechnik) und Yvonne Grünwald (ARGE Hamburger Schiffsbefestiger).

BRAKE. Seit Juli ist **Axel Boedtger** als neuer Vertriebsleiter im Geschäftsbereich Kaffee bei J. Müller tätig. Nach seiner Ausbildung zum Speditionskaufmann bei Berthold Vollers war er dort zunächst als angestellter Speditionskaufmann und seit März 2003 als Abteilungsleiter des Bereichs Kaffee, Kakao und Food tätig. Boedtger bringt für die neue Aufgabe entsprechend eine jahrelange Erfahrung und viel Know-how mit, besonders im Segment Kaffee. J. Müller will gemeinsam mit ihm den Standort in Bremen erfolgreich für die Zukunft positionieren.

Zollspezialist Zoba setzt auf Doppelspitze

BREMEN. Seit Anfang September sind **Birgit Gröning** (links) und **Angelika Merk** die neuen Geschäftsführerinnen der Zoba Zollberatung und -abwicklung. Sie folgen auf den Gründer und langjährigen Geschäftsführer Manfred Flügger, der die Geschicke des Unternehmens über zwei Jahrzehnte leitete und in den Ruhestand verabschiedet wurde. Gröning ist seit 1995 bei Zoba tätig und nun für die Finanzen, das Personal und das Controlling zuständig. Merk arbeitet seit 2003 bei Zoba. Sie steuert jetzt die Unternehmensorganisation und -entwicklung und ist Ansprechpartnerin für Fragen der Prozessoptimierung. Zoba unterstützt Importeure und Exporteure mit Beratung und einer zertifizierten Software zur Teilnahme am elektronischen Zollverfahren „Atlas“ bei den Einfuhr- und Ausfuhrformalitäten.



Neuer Sprecher bei der TFG Transfracht

HAMBURG. Kürzlich ist **Bernd Pahnke** zum Sprecher der Geschäftsführung der TFG Transfracht ernannt worden. Seine Bestellung zum Geschäftsführer Vertrieb wurde verlängert. Pahnke bleibt überdies in Personalunion Hafenbeauftragter Hamburg/Bremerhaven für DB Cargo. Die TFG Transfracht ist ein Unternehmen der Deutschen Bahn und verbindet mit ihrem AlbatrosExpress-Netzwerk die Häfen Bremerhaven, Wilhelms- und Hamburg sowie Koper mit über 15.000 Orten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Neuaufrichtung der LIHH

HAMBURG. In seiner konstituierenden Sitzung hat der Aufsichtsrat der Logistik-Initiative einstimmig **Carmen Schmidt** als alleinige Geschäftsführerin der Logistik-Initiative Hamburg Management (LIHH) berufen. Die 42-Jährige hat seit 2006 aktiv den Aufbau der Organisation mitgestaltet und war in den vergangenen sieben Jahren als Mitglied der Geschäftsführung und stellvertretende Clustermanagerin maßgeblich an der strategischen Weiterentwicklung der Logistik-Initiative Hamburg beteiligt.

Vorstandswechsel in der Hellmann Gruppe

OSNABRÜCK. Unlängst hat der Aufsichtsrat der Hellmann Gruppe **Michael Noth** zum Nachfolger von Alexander Blum als Finanzchef in den Vorstand berufen. Blum hatte sich dazu entschlossen, den Logistikdienstleister zu verlassen, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Noth war zuvor als Finanzchef beim Zuckerproduzenten Nordzucker tätig. Das Unternehmen wird nunmehr durch das Vorstandsgremium mit Thomas Knecht als CEO, Jost Hellmann als CCO und Michael Noth als CFO geführt.





Bremer Dettmer Group beruft neuen Finanzchef in die Geschäftsführung

BREMEN. Seit dem 1. August ist **Peter Ganz** CFO der Dettmer Group. Zuvor war der 50-Jährige unter anderem Finanzvorstand bei Hapag Lloyd und Schifffahrtsvorstand von MPC Capital. Neben ihm besteht die Geschäftsführung aus dem CEO und Geschäftsführenden Gesellschafter Heiner Dettmer sowie dem COO Andreas Niemeyer. Das Unternehmen ist in den Geschäftsfeldern Schifffahrt, Logistik, Lager- und Umschlag sowie Entsorgung und Personaldienstleistung tätig. Es beschäftigt rund 1.800 Arbeitnehmer.



Parlamentarische Gruppe Binnenschifffahrt gegründet

BERLIN. Vertreter der Bundestagsfraktionen haben kürzlich ein Bündnis zur Stärkung der Binnenschifffahrt in Deutschland gegründet. Es soll die verkehrs- und gewerbepolitischen Interessen des Binnenschifffahrtsgewerbes im politischen Raum unterstützen, problematische Entwicklungen frühzeitig erkennen und überfraktionell lösen. Sprecher sind (von links): **Bernd Reuther** (FDP), **Andreas Mrosek** (AfD), **Claudia Müller** (Grüne), **Gustav Herzog** (SPD), **Eckhard Pols** (CDU/CSU) und **Jörg Cezanne** (Die Linke).

Neukonstituierung des Aufsichtsrats an der Jacobs University

BREMEN. In den Aufsichtsrat der Jacobs University wurden neben **Antonio Loprieno** als Vorsitzendem die folgenden Mitglieder neu berufen: Dorothee Dzwonnek, **Philipp Rösler**, **Jörg Dräger** und **Patrick Aebischer**. Für die Jacobs Foundation ist ab sofort **Lavinia Jacobs**, die Präsidentin der Stiftung, Mitglied des Gremiums. Die Mandate von Wirtschaftssenator Martin Günthner, Antje Boetius, **Marco Fuchs**, **Sandro Giuliani**, **Peter Lürßen**, Reimar Lüst, **E. Jürgen Zöllner** und **Anne Valtink** wurden verlängert.



Container-Überwachung der neuesten Generation



Optimieren Sie Ihre logistischen Prozesse mit unserer Visiobox

Tel. (04 21) 89 76 83 17
www.ohb-ls.de





Save the Date

Hier finden Sie ausgewählte Veranstaltungen aus der maritimen Wirtschaft und Logistik in der Übersicht. Merken Sie sich einfach die Termine vor, die für Sie interessant sind.

Messen

 Gemeinschaftlicher Messeauftritt unter der Dachmarke „German Ports“

In den kommenden Monaten stehen zahlreiche Messetermine auf dem Programm: Auf der „FRUIT LOGISTICA“ dreht sich alles um Obst und Gemüse, während bei der „Breakbulk Middle East“ die Stückgut- und Schwergutlogistik im Mittelpunkt steht. Danach geht es zur „Intermodal South America“, der Fachmesse für Frachttransport, Logistik und Außenhandel, auf der die norddeutschen Küstenländer mit einem gemeinschaftlichen Messestand vertreten sind.



Auf der „Intermodal South America“ in São Paulo präsentierten sich die Seehäfen aus Bremen und Niedersachsen bereits zum zwölften Mal mit einem Gemeinschaftsstand unter der Dachmarke „German Ports“.

FRUIT LOGISTICA
www.fruitlogistica.de **6. – 8.2.2019**
Berlin, Deutschland

Breakbulk Middle East
www.breakbulk.com **11. – 12.2.2019**
Dubai, VAE

Intermodal South America
www.intermodal.com.br/en  **19. – 21.3.2019**
São Paulo, Brasilien

Breakbulk Asia
www.breakbulk.com **20. – 21.3.2019**
Shanghai, China

Breakbulk Europe
www.breakbulk.com **21. – 23.5.2019**
Bremen, Deutschland

transport logistic
www.transportlogistic.de **4. – 7.6.2019**
München, Deutschland

Kundenevents

Sie wollen uns besser kennenlernen und gemeinsam mit Branchenexperten die neuesten Marktentwicklungen diskutieren? Hervorragende Gelegenheiten dafür bieten unsere Veranstaltungsreihen „logistics talk“ und „Hafen trifft Festland“. Sie finden demnächst in Graz und Wien, in München sowie in Mannheim statt. Zudem lädt bremenports am Vorabend des DLK zum traditionellen Hafenempfang in die bremische Landesvertretung in Berlin ein.



Das Veranstaltungsformat „Hafen trifft Festland“ informiert über die neuesten Entwicklungen in den niedersächsischen Seehäfen mit dem Container-Tiefwasserhafen Wilhelmshaven.

logistics talk
www.bremenports.de/veranstaltungen **11.10.2018**
Graz und Wien, Österreich

15.11.2018
München, Deutschland

Vorabendempfang zum DLK
www.bremenports.de/veranstaltungen **16.10.2018**
Berlin, Deutschland

Hafen trifft Festland
www.seaports.de, www.jadeweserport.de **14.11.2018**
Mannheim, Deutschland

Weitere Highlights

Im Oktober findet in Berlin der „35. Deutsche Logistik-Kongress“ statt. Nach dem erfolgreichen Debüt im Vorjahr präsentieren sich Bremen und Hamburg dort erneut gemeinsam mit der HANSE LOUNGE. Beim „Fachforum Projektlogistik“ gibt Bremen im Januar zum fünften Mal seine Visitenkarte in Sachen XXL-Logistik ab.

35. Deutscher Logistik-Kongress (DLK)
www.bvl.de/dlk **17. – 19.10.2018**
Berlin, Deutschland

Fachforum Projektlogistik 2019
www.bhv-bremen.de **14.1.2019**
Bremen, Deutschland

Review

In Leer, Bremen, Bielefeld und Hamburg wurden in den vergangenen Wochen wichtige Weichen für die Zukunft der maritimen Wirtschaft gestellt.

28. Niedersächsischer Hafentag

LEER. Seit 1990 treffen sich zum Niedersächsischen Hafentag einmal jährlich geladene Gäste aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft, um über die aktuellen Entwicklungen der Seehäfen des Landes zu diskutieren. Am 31. August war Leer Gastgeber für das von der Bürgermeisterin Beatrix Kuhl und Timo Schön, dem neuen Geschäftsführer von Seaports of Niedersachsen, eröffnete Event. Anschließend zeigte Bernd Althusmann, Niedersachsens Minister für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung, in seinem Impulsvortrag die Bedeutung der dortigen Häfen als Partner für die Wirtschaft auf, ehe Alfred Hartmann, Präsident des Verbands Deutscher Reeder (VDR) in seiner Rede verdeutlichte, wie unverzichtbar Schifffahrt und Hafen für den Wohlstand und den Fortschritt sind.



Rund 300 Gäste folgten der Einladung von Seaports of Niedersachsen zum 28. Niedersächsischen Hafentag ins ostfriesische Leer.

54. Kapitänstag

BREMEN. Mit einer größeren Präsenz von aktiven Kapitänen und organisatorischen Veränderungen haben die Freie Hansestadt Bremen und die Bremische Hafenvertretung (BHV) dem Kapitänstag am 7. September eine besonders traditionelle Note verliehen. Unter den rund 300 Gästen – darunter Mitglieder der BHV, Geschäftspartner aus dem In- und Ausland sowie Vertreter aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft – kam dieser Schritt gut an. Beim festlichen Dinner im Rathaus sprachen neben Niedersachsens Ministerpräsident Stephan Weil und Bremens Bürgermeister Dr. Carsten Sieling auch Hans-Joachim Schnitger, Präsident der Bremischen Hafenvertretung, und Hafenkaptän Andreas Mai zu den geladenen Gästen.



Das festliche Dinner im Rathaus ist ein symbolischer Dank an alle Besatzungen von Schiffen und Flugzeugen, die die Stadt mit der Welt verbinden.

logistics talk

BIELEFELD. Inwieweit die zahlreichen Gäste, die am 20. September der Einladung von bremenports zum „logistics talk“ in die „glückundseligkeit“ nach Bielefeld gefolgt waren, das Event mit positiven Gefühlen verließen, ist nicht empirisch belegt. Aber in der zu einem gastronomischen Betrieb umgebauten Kirche erhielten sie aufschlussreiche Informationen zum Leistungsspektrum der bremischen Häfen, unter anderem von bremenports-Geschäftsführer Robert Howe, und bei der Unternehmensvorstellung von Jan Zobel, Speditionsleiter Heuer Logistics. Zahlreiche Aspekte daraus wurden beim anschließenden Abendessen und Get-together aufgegriffen.



Bereits 2017 erlebten die „logistics talk“-Teilnehmer in der Bielefelder „glückundseligkeit“ interessante Fachgespräche in einem historischem Ambiente.

KOMPAKT

Welt der Logistik

BREMEN. Die siebte Auflage der Jobmesse „Welt der Logistik“ am 20. September wurde erstmals durch die Bremische Hafenvertretung organisiert – und zog wieder mehrere Tausend Besucher in die Bremer Überseestad. Das erfolgreiche Konzept stieß dabei erneut auf große Resonanz unter den Nachwuchslogistikern. An Messeständen, in Vorträgen, Interviews und bei Mitmachaktionen warben rund 40 Unternehmen für die vielen zukunftsweisenden Berufsbilder in der Logistik und zeigten sich größtenteils zufrieden über die dortigen Gespräche.

WindEnergy Hamburg

HAMBURG. Rund 1.400 Aussteller stellten vom 25. bis 28. September ihre Produkte und Dienstleistungen auf der Fachmesse vor. Während bremenports zusammen mit der Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung, der BLG LOGISTICS GROUP und EUROGATE Flagge zeigte, präsentierte sich Seaports of Niedersachsen auf einem Gemeinschaftsstand, dem „Niedersachsen Pavillon“, mit dem Niedersächsischen Wirtschaftsministerium und der Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven.



Alle Ausgaben sind auch als PDF-Datei auf Deutsch und Englisch verfügbar. Scannen Sie den Code oder gehen Sie auf www.bremenports.de/logistics-pilot

AUSGABE DEZEMBER 2018

Themenschwerpunkt

RoRo

Trends,
Herausforderungen
und Potenziale
beim RoRo-Transport



Save the Space



Sichern Sie sich einen Platz für Ihre Anzeigenwerbung im internationalen Logistikmagazin der deutschen Häfen: LOGISTICS PILOT. Die Medieninformationen finden Sie unter www.bremenports.de/logistics-pilot

Themenschwerpunkte der nächsten Ausgaben:

Dezember 2018

RoRo

Anzeigenschluss
26.10.2018

Februar 2019

International

Anzeigenschluss
14.12.2018

April 2019

Breakbulk

Anzeigenschluss
01.03.2019

Ihr Ansprechpartner:

Ronald Schwarze, Marketing – bremenports GmbH & Co. KG,
Telefon: +49 421 30901-612, E-Mail: marketing@bremenports.de

Anzeigenverzeichnis

Airport Bremen	Seite 7	Niedersachsen Ports	Seite 19
bremenports	Seite 2	OHB Logistics Solutions	Seite 27
bremenports	Seite 31		
BLG	Seite 32		

Dieses Magazin ist ein Gemeinschaftsprojekt von

- bremenports GmbH & Co. KG
- Bremische Hafenvertretung e. V.
- JadeWeserPort-Marketing GmbH & Co. KG
- Seaports of Niedersachsen GmbH

IMPRINT

LOGISTICS PILOT
ISSN 2195-8548

Herausgeber:

bremenports GmbH & Co. KG
Hafenstraße 49, 28217 Bremen
www.bremenports.de
Michael Skiba
Telefon: +49 421 30901-610
Fax: +49 421 30901-624
E-Mail: marketing@bremenports.de

Anzeigen- und Projektleitung:

Ronald Schwarze
Telefon: +49 421 30901-612
Fax: +49 421 30901-624
E-Mail: marketing@bremenports.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 17,
gültig ab 7. Mai 2018
www.bremenports.de/logistics-pilot

Verlag:

DVV Media GmbH
Heidenkampsweg 73–79, 20097 Hamburg
www.dvmedia.com

Projektmanagement:

Karin Kennedy
Telefon: +49 40 23714-338
E-Mail: karin.kennedy@dvmedia.com

Redaktion:

Thorsten Breuer (bre), verantwortlich;
Claudia Behrend (cb)
E-Mail: redaktion.logisticspilot@dvmedia.com

Layout, Fotos und Illustrationen:

Gestaltung: Christine Zander,
www.artlidesign.de
Titel: iStock – olaser, Christine Zander
Weitere Bilder: siehe Bildverweise

Druck:

müllerditzten^{AG}, Bremerhaven
www.muellerditzten.de

LOGISTICS PILOT erscheint sechsmal
im Jahr in einer Auflage von 5.000
Exemplaren (Deutsch). Ein englisch-
sprachiges PDF finden Sie unter
www.bremenports.de/en/logistics-pilot

Die Publikation, ihre Beiträge und
Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Vervielfältigung oder
Verbreitung muss vom Verlag oder
Herausgeber genehmigt werden.
Dies gilt auch für die elektronische
Verwertung wie die Übernahme
in Datenbanken, Onlinemedien
(Internet), Intranets oder sonstige
elektronische Speichermedien.
Herausgeber und Verlag schließen
eine Haftung für unverlangt ein-
gesandte Fotos, Manuskripte und
sonstige Datenträger aus.



RO RO



**BREMEN
BREMERHAVEN**
ZWEI STÄDTE. EIN HAFEN.

Mehr als 2 Millionen Automobile rollen jährlich in den bremischen Häfen an und von Bord riesiger RoRo-Schiffe. Auch Großkomponenten wie schwere Anlagen- und Maschinenteile werden über unsere Spezial-Terminals verschifft. Bremerhaven bereitet sich mit hohen Investitionen auf die steigenden Anforderungen dieses Marktes vor.

www.bremenports.de



**GUTE GRÜNDE
FÜR BLG LOGISTICS**

BLG  **LOGISTICS**

**WIR SIND
KREATIV.
DAMIT
JEDE LÖSUNG
ZU IHRER LOGISTIK
PASST.**

Aus Tradition Vordenker: BLG LOGISTICS wurde für seine innovativen Ideen und Lösungen u. a. mit dem Deutschen & Europäischen Logistikpreis ausgezeichnet.

Mehr gute Gründe für BLG LOGISTICS unter

 www.blg.de/5gruende