

LOGISTICS PILOT

AUSGABE

AUGUST 2023



ARBEITS MARKT

DIE LAGE BLEIBT ANGESPANNT

NICHT DER HEILIGE GRAL

Zu Risiken und Nebenwirkungen
rund um die Viertagewoche

Seite 12

MEHR FRAUENPOWER

Die WISTA hat Vielfalt und Inklusion
seit 1974 auf ihrer Agenda

Seite 14

AM PULS DER AZUBIS?

Nachwuchskräfte aus Niedersachsen
und Bremen berichten

Seite 18

Themenschwerpunkt:
**Ausbildung, Arbeit,
Fachkräfte**

INHALT

Ausgabe:
August 2023



04

Big Picture

Bereits im alten Ägypten rankten sich Rätsel und Geheimnisse um die Arbeitskraft. Einige sind bis heute ungeklärt.



18

Logistics Story

Einschätzungen aus erster Hand: Azubis beleuchten ihren Ausbildungsberuf und das Image der Branche.



22

Digitalisation

Über die sozialen Medien kann man sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren – aber bitte mit einer klaren Strategie.



06

Main Topic

Nicht nur der Fachkräftemangel und unbesetzte Ausbildungsplätze verändern den deutschen Arbeitsmarkt, auch der Wunsch nach mehr Work-Life-Balance.



03 Editorial

12 Point of View
Nicht der heilige Gral

14 Portrait
Rückenwind für mehr Frauenpower

16 Facts & Figures
Schon gewusst?

24 Community
Meldungen aus der Branche

26 Start-up
Transparente Emissionsdaten als Entscheidungshilfe

30 Events & Imprint

LOGISTICS PILOT digital!

Sie finden uns auch im Internet unter www.logistics-pilot.com

FOTOS: UNPLASHGAI/PAVO, LATHIVA, NORDFROST, CML LOGISTIK GRUPPE, ISTOCKGRINVALDS
FOTO SEITE 3: BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT



Johannes Pfeiffer, Vorsitzender der Geschäftsführung, Regionaldirektion Niedersachsen-Bremen, Bundesagentur für Arbeit

AUFGABEN, DIE ES ZU LÖSEN GILT

Liebe Leserinnen und Leser,

viele Bereiche der Hafenwirtschaft, Schifffahrt und Logistik sind stark durch wirtschaftliche Herausforderungen belastet: Fachkräftemangel, internationale Konflikte und neue Technologien schaffen anspruchsvolle Aufgaben, die es zu lösen gilt. Betriebe suchen vor allem qualifiziertes Personal; der überwiegende Teil aller freien Stellen ist auf Fachkraftniveau oder höher. Unter Arbeitslosen gibt es aber kaum noch Fachkräfte, sondern viele Ungelernte.

Auch der demografische Wandel setzt Betrieben zu. Viele Arbeitgeber stellt die Suche nach Auszubildenden vor immer größere Herausforderungen. Derzeit gibt es in Niedersachsen und Bremen 11.300 gemeldete Ausbildungsplätze mehr, als sich überhaupt Jugendliche für eine betriebliche Ausbildung interessieren. Ein weiterer Megatrend am Arbeitsmarkt ist die Digitalisierung. Immer mehr Tätigkeiten können von der IT übernommen werden. Dafür sind andere Qualifikationen als früher gefragt, lebenslanges Lernen wird immer wichtiger.

Um die maritime Wirtschaft zu unterstützen, engagiert sich die Bundesagentur für Arbeit im Rahmen der nationalen Hafenstrategie bei der Fachkräftesicherung, insbesondere bei Qualifizierung und Ausbildung. Es gibt viele kleine Hebel.

Sind Beschäftigte im Unternehmen, die für anspruchsvollere Tätigkeiten qualifiziert werden könnten? Könnte ein Helfer eingestellt werden, der mit Förderung von Arbeitsagentur oder Jobcenter zur Fachkraft ausgebildet wird? Würden schwächere Jugendliche ihre Ausbildung schaffen, wenn sie geförderten Nachhilfeunterricht in Mathe oder Deutsch bekämen, damit es in der Berufsschule klappt? Ich empfehle Unternehmen, sich von unserem Arbeitgeber-Service beraten zu lassen. Wir freuen uns, wenn wir Ihre Partnerin in der Transformation werden.

Ihr Johannes Pfeiffer

RÄTSEL DER ARBEITSKRAFT

Der Bau der Pyramiden in Ägypten ist eine Geschichte der Logistik, der Arbeitskraft und der Rätsel. Bis heute ist vielfach ungeklärt, wie die gigantischen Monumente vor über 4.500 Jahren erbaut und die dazugehörigen, teils tonnenschweren Steinblöcke transportiert wurden. Man geht davon aus, dass der Nil eine nicht unwichtige Rolle spielte, um die Steine mit Schiffen zu den Pyramiden zu schaffen. Vor Ort bedurfte es dann der Körperkraft Tausender Arbeiter, um die Bauwerke erfolgreich zu vollenden.

Heute werden mehr als 90 Prozent der weltweit gehandelten Güter auf dem Wasserweg transportiert. Und trotz aller technischen Weiterentwicklungen nimmt der Mensch weiterhin eine tragende Rolle in der Arbeitswelt ein. Aber Aspekte wie demografischer Wandel, Fachkräftemangel oder die forcierte Nachfrage nach einer besseren Work-Life-Balance stellen die Arbeitgeber in der Gegenwart vor neue Rätsel und neue Herausforderungen – ähnlich wie seinerzeit die Pharaonen und Architekten beim Bau der Pyramiden. (bre) ■

FOTO: UNPLASH GURAV D. LAITHYA

WACHSENDE LÜCKEN UND BOHRENDE FRAGEN



Der deutsche Arbeitsmarkt im Allgemeinen und die Logistik im Besonderen befinden sich in Bewegung. Beide sind unter anderem vom Ausscheiden der Babyboomer, vom Fachkräftemangel, von unbesetzten Ausbildungsplätzen und von einer Neubewertung des Privat- und Berufslebens durch die Arbeitnehmer geprägt.

Das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (Kofa) des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) berichtete jüngst, dass im vergangenen Jahr mehr als 630.000 offene Stellen für Fachkräfte nicht besetzt werden konnten. Dies sei die größte Fachkräftelücke seit Beginn des Beobachtungszeitraums im Jahr 2010. Vor allem in Verkehr und Logistik, Verkaufsberufen und in medizinischen Gesundheitsberufen sind laut Bundesagentur für Arbeit zahlreiche Stellen offen. Parallel dazu vermeldet die Bundesagentur zuletzt 34,9 Millionen sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Deutschland, darunter rund 1,6 Millionen Auszubildende. Allerdings seien auch bei Letzteren im vergangenen

September 68.870 der insgesamt 545.960 gemeldeten Ausbildungsplätze unbesetzt geblieben. Zahlen, die zwar nur einzelne Facetten des deutschen Arbeitsmarkts widerspiegeln, die aber deutlich zeigen, dass der Schuh gleich an vielen Stellen drückt. Wo die genaue Lage dieser Druckstellen ist und was man dagegen tun kann, dazu haben die Marktteilnehmer zum Teil recht unterschiedliche Ansichten, wie ausgewählte Experten dem LOGISTICS PILOT mitteilten.

Nicht nur die Generation Z tickt anders

Für Marc von Grünhagen, Personalleiter beim Logistikunternehmen Kühne+Nagel in Bremen, hat sich

FOTOS: ISTOCK/TONY STUDIO, KÜHNENAGEL, J. MÜLLER



„Logistik ist und bleibt ein People's Business!“

Marc von Grünhagen, Personalleiter bei Kühne+Nagel

die Personallage in der Logistik in den vergangenen Jahren stark verändert: „Seit einigen Jahren wird es zunehmend schwieriger, den Bedarf an Fachkräften zu decken. Wir sind aber in der glücklichen Lage, dass wir viele Stellen auch intern mit ausgerechneten Azubis besetzen können, die das Unternehmen und die Branche bereits sehr gut kennen. Jedes Jahr stellen wir über 300 Auszubildende ein.“ Trotzdem wachsen die Herausforderungen für die Unternehmen seiner Ansicht nach mit dem Anforderungsprofil an die Gesuchten. „Einen klassischen Sachbearbeiter zu finden, ist machbar, aber je spezialisierter die Funktion und je größer die benötigte Erfahrung sind, desto schwieriger wird die Aufgabe“, so von Grünhagen. Hinzu kommt, dass er bei vielen Bewerbern die Tendenz ausgemacht hat, sich nicht mehr langfristig auf einen Job festlegen zu wollen: „Früher sind die Arbeitnehmer ihrer Branche länger treu geblieben, heute will sich ein Großteil auch noch einmal in anderen Tätigkeitsfeldern ausprobieren. Zudem hat nicht nur bei der Generation Z eine Neubewertung von Privat- und Berufsleben stattgefunden, sodass es nicht als optimal angesehen wird, dass in der Logistik während der Pandemie viel zu tun war und Überstunden an der Tagesordnung waren.“

Auch die Frage, wie man Menschen im Allgemeinen und junge Menschen im Besonderen für die Logistik begeistern kann, beschäftigt von Grünhagen: „Aus meiner Sicht funktioniert eine erfolgreiche Ansprache nur mit einer gezielten Kombination aus

„Wir sind noch zu oft in unseren alten Werten verstrickt.“

Antje Streicher, Personalleiterin bei J. MÜLLER Weser



Social-Media-Kampagnen und persönlichen Gesprächen – allein reicht beides nicht aus! Dabei sorgen die neuen Medien für das nötige Grundrauschen, während entsprechende Botschafter – von Eltern über Lehrer bis hin zu anderen Meinungsbildnern – das entscheidende Feuer entfachen müssen. Denn Logistik ist und bleibt ein People's Business! Insgesamt sei die Branche aus seiner Sicht auch „ein wenig verwöhnt“. „Früher konnten wir die entstandenen Lücken oft ad hoc mit eigenen Auszubildenden schließen. Heute müssen wir uns darauf einstellen, dass es mit Kündigungsfristen und Einarbeitungszeiten mindestens ein Jahr dauert, bis dies der Fall ist.“ Das läge auch daran, dass die Logistik einen größeren Personalbedarf als noch vor Jahren habe und dass die Anforderungen gestiegen seien. „Einen einfachen Transport von A nach B kann heute jeder Computer berechnen, die komplexen logistischen Fragestellungen dahinter aber nicht“, umreißt von Grünhagen eine der wesentlichen Qualitäten von Logistikfachkräften.

„Active Sourcing“ nimmt zu

Antje Streicher, seit Mai dieses Jahres Personalleiterin bei J. MÜLLER Weser, hat in den mehr als 20 Jahren ihrer Tätigkeit im Personalwesen ebenfalls deutliche Veränderungen festgestellt: „Früher haben die Unternehmen wäschekorbweise Bewerbungen bekommen, heute gehen immer mehr von ihnen dazu über, ‚Active Sourcing‘ zu betreiben und von sich aus interessante Arbeitnehmer zu kontaktieren.“ Aus ihrer Sicht kann man daher derzeit von einem „echten Arbeitnehmermarkt sprechen“. Wie Marc von Grünhagen hat sie ein stark verändertes Wertverständnis ausgemacht, in dem neben der Work-Life-Balance auch Aspekte wie Zeit für Familie und Freunde oder keine zu langen Anfahrtszeiten zum Arbeitgeber eine zunehmende Rolle spielen. „Zudem achten die Bewerber verstärkt auf Nachhaltigkeit und darauf, ob sie sich mit dem Unternehmen und seinen Werten identifizieren können“, so Streicher.

Bei der Herausforderung Arbeitskräftemangel sieht sie die Unternehmen, die Bildungsträger und die Politik im Zusammenspiel in der Pflicht. „Wir sind alle noch zu oft in unseren alten Werten verstrickt und müssen unsere Ressourcen anders nutzen als bisher“, sagt Streicher. Dazu gehöre unter anderem auch die bessere Anerkennung von Ausbildungen aus anderen Ländern und die Überlegung, ob man gewisse komplexe Tätigkeiten nicht aufteilen könne, um sie von Mitarbeitern mit unterschiedlichen Qualifikationen ausführen zu lassen. Bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern agiert J. MÜLLER gerade gewissermaßen in zwei unterschiedlichen Welten: „In Brake sind wir ein großer Arbeitgeber und können junge Menschen für uns begeistern. →

„Die deutsche Logistik steht heute viel besser da als vor zehn Jahren.“

Udo Klöpping, Head of Global HR bei Rhenus Port Logistics



In Bremen spüren wir den Wettbewerb, in dem wir mit zahlreichen größeren Unternehmen stehen.“ Als ein wichtiges Erfolgsrezept hat J. MÜLLER die aktive Präsenz auf Jobmessen, in Schulen und sozialen Medien ausgemacht. Mit dabei sind oft auch Auszubildende, deren Anteil bei J. MÜLLER beachtliche zehn Prozent der Belegschaft ausmacht. „Die sind authentisch und sprechen einfach besser die Sprache der jungen Generation als wir“, bekennt Streicher.

„Das macht unsere Branche sexy!“

Miteinander zu sprechen ist auch für Udo Klöpping, Head of Global HR bei Rhenus Port Logistics, ein zentrales Element im Umgang mit potenziellen Arbeitskräften. „Noch wichtiger ist es aber, den Menschen zuzuhören und ihre Bedürfnisse und Anforderungen an einen Arbeitgeber zu erkennen“, so Klöpping. Diese hätten sich jedoch in den vergangenen Jahren genauso stark verändert wie der Arbeitsmarkt selbst: „Die deutsche Logistik steht heute viel besser da, als noch vor zehn Jahren. Denn wir haben es geschafft zu zeigen, dass wir diejenigen sind, die dafür Sorge tragen, dass Waren und Nahrungsmittel tatsächlich beim Verbraucher ankommen. Das macht unsere Branche sexy!“ Gleichwohl spricht auch er von einem Fachkräftemangel, der sich nicht nur in der Zahl der fehlenden Lkw-Fahrer manifestiere, sondern auch längst in den Häfen des Landes zu spüren sei. „Die Lage wird in den nächsten Jahren noch schwieriger,



„Deutschland hat sich viel zu lange auf seinen Lorbeeren ausgeruht.“

Michael Guttrof, Geschäftsführer von Zech Logistics

wenn zahlreiche erfahrene Kräfte in den Ruhestand gehen. Hier gilt es, sowohl in den kaufmännischen als auch in den gewerblichen Berufen für den notwendigen Nachschub zu sorgen.“

Bei Rhenus Port Logistics erfolgt die Ansprache zukünftiger Logistiker auf einer Vielzahl unterschiedlicher Wege. So gehe man auch dort frühzeitig in die Schulen, um junge Menschen anzusprechen. Ebenso ist geplant, entgegen dem allgemeinen Markttrend, die Anzahl der eigenen Ausbildungsplätze zu erhöhen. Und auch „Active Sourcing“ werde längst praktiziert, um interessante Kandidaten zu gewinnen. „Generell gilt es vor allem, der Leistung der Gewerblichen mehr Wertschätzung als bisher zu zollen. Gleichzeitig muss in diesem Bereich an den entsprechenden Fachqualifizierungen gearbeitet werden, um auch Menschen ohne Schulabschluss den Einstieg zu ermöglichen.“ Beim Blick auf die kaufmännischen Berufe hat Klöpping noch einen ganz anderen Trend ausgemacht: „Wir staunen darüber, dass die Welt der jungen Menschen zwar auf dem Handy stattfindet, dass die Bereitschaft zu internationalen Einsätzen aber deutlich zurückgegangen ist“, bilanziert Klöpping. Dabei sei es gerade der Austausch zwischen Menschen unterschiedlicher Wirtschaftsregionen, der die Logistik so spannend mache und Deutschlands Rolle als Logistikexperte in der Welt festige.

Duale Ausbildung muss gestärkt werden

„Wir haben in Deutschland in den letzten Jahren zu wenig Wert auf die duale Ausbildung gelegt. Das holt uns jetzt ein“, findet Michael Guttrof, Geschäftsführer von Zech Logistics und seit Ende Mai Sprecher der Arbeitsgruppe Fachkräftemangel und Nachwuchsgewinnung bei der Bremischen Hafen- und Logistikvertretung (BHV). Dementsprechend gehe es der Logistik in Deutschland nicht viel anders als dem gesamten deutschen Arbeitsmarkt. Um diesen Zustand zu verändern, seien viele gefragt. „Zunächst einmal muss die Politik die duale Ausbildung wieder stärker in den Vordergrund rücken“, so Guttrof. Parallel müsse sie aber auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Landes verbessern, indem sie unter anderem die Problemfelder Fiskalverzollung und Verkehrsinfrastruktur anfasse und die langen Genehmigungsverfahren hierzulande verkürze. Nur allein durch diese drei Faktoren habe die deutsche Logistik schon zahlreiche Aufträge an die Nachbarländer verloren.

Bei der gezielten Nachwuchsansprache sieht er primär die Unternehmen selbst in der Pflicht: „Deutschland hat sich viel zu lange auf seinen Lorbeeren und seiner Rolle als Exportweltmeister ausgeruht“, sagt Guttrof – auch mit Blick auf den jüngsten „Logistics Performance Index“ (LPI) der Weltbank, in dem Deutschland nach Platz 1 in den vergangenen Studien

auf Platz 3 zurückgefallen ist. „Das ist keine Momentaufnahme, sondern ein Spiegelbild der letzten Jahre“, so der Logistikexperte. Nun seien die Unternehmen gefordert, selbst aktiv zu werden, um der fehlenden Wertschätzung der Logistik in der Öffentlichkeit entgegenzuwirken und den jungen Menschen aufzuzeigen, „wie spannend und vielfältig die Logistik ist“. Eine besondere Rolle komme dabei aus seiner Sicht der persönlichen Ansprache zu, zum Beispiel in den Schulen. Zu einer besseren Außendarstellung der Branche könnten aber auch Werbung, Imagefilme und die sozialen Medien beitragen. „Auch Blogger sind eine mögliche Option“, bekennt Guttrof. „Um die Branche für junge Menschen attraktiv zu machen, haben wir im BHV zudem diskutiert, inwiefern sich Ausbildungskooperationen zwischen einzelnen

Unternehmen verwirklichen lassen. Auf diese Weise könnten auch kleinere Unternehmen ausbilden, und die Auszubildenden hätten die Gelegenheit, die vielfältigen Facetten der Logistik kennenzulernen. Aber dazu müssen einige Marktteilnehmer über ihren Schatten in Sachen Konkurrenzdenken springen und stärker zusammenarbeiten“, umreißt Guttrof.

Tiefgreifender Wandel und mehr Digitalkompetenz

Für Sven Hermann, Geschäftsführer von ProLog Innovation, einem Beratungsunternehmen für digitale Transformation und Innovationsmanagement in der Logistik, steht und fällt der Erfolg der Logistikunternehmen bei der Personalsuche vor →

„ES MUSS ETWAS PASSIEREN – UND DAS GESTERN“

Interview mit Sabine Zeller, Geschäftsführerin der Berufsbildungsstelle Seeschiffahrt



Der Ausbildungsberuf des Schiffsmechanikers und der Schiffsmechanikerin feiert in diesem Jahr in Deutschland sein 40-jähriges Jubiläum. Wie hat sich die Bedeutung des Berufs über die Jahre hinweg verändert?

SABINE ZELLER: Die Berufsausbildung in der Seeschiffahrt unterliegt selbstverständlich dem gleichen Wandel wie auch die Ausbildungen an Land. Die Ausbildung zum Schiffsmechaniker beziehungsweise zur Schiffsmechanikerin wurde vor 40 Jahren als Ausbildung für den Gesamtschiffsbetrieb ins Leben gerufen, um einer Idee zu folgen, die Allrounder auf allen Ebenen im Schiffsbetrieb vorsah. Von diesen Ansätzen hat sich auf Dauer aber tatsächlich nur die Ausbildung auf Facharbeiterebene durchgesetzt. Dies hatte den Nebeneffekt, für deutsche Fachkräfte auf einem globalen Markt ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen. Nun hat sich besonders durch die Weltwirtschaftskrise und deren Folgen vieles verändert. Während in der internationalen Fahrt der Bedarf stark gesunken ist, ist er auf nationaler Ebene ungebrochen beziehungsweise wird er in den nächsten Jahren noch weiter steigen.

So, wie es aussieht, wird die aktuelle Anzahl von Berufsanfängern in der Seeschiffahrt aber den aktuellen und künftigen Bedarf an seemännischen Nachwuchskräften nicht sichern können. Was bedeutet das für den Standort Deutschland?

Diese Entwicklung ist nicht neu, konnte aber bislang immer durch Anwerben von Fachkräften aus dem Ausland ausgeglichen werden. Nun wird das aber immer schwieriger, und die Folgen eines Mangels an seemännischem Nachwuchs werden nicht nur in der Seeschiffahrt selbst, sondern auch auf dem Sekundärmarkt immer sichtbarer. Hier fehlen dann nämlich diejenigen, die mit Erfahrung von Bord kommen und diese in den verschiedensten Bereichen einbringen. Es muss also etwas passieren – und das gestern.

Ist die Ausbildung zum Schiffsmechaniker für junge Menschen noch attraktiv? Und wie könnte man die damit verbundenen beruflichen Optionen stärker im öffentlichen Bewusstsein verankern, als dies bisher der Fall ist?

Davon bin ich überzeugt. Es gibt meines Erachtens kaum etwas, was vielseitiger und spannender ist als eine Karriere in der Seeschiffahrt. Und hier ist nicht nur die Ausbildung an sich gemeint, die durch die Abdeckung aller Bereiche an Bord allein schon abwechslungsreich ist, sondern auch die Tatsache, dass sie die Grundlage für gleich drei Karrierewege auf See bietet. Wir müssen die jungen Menschen dort erreichen, wo sie sind – und dabei nicht nur in der Wahl des Mediums neue Wege gehen. Junge Menschen haben andere Wünsche, Ziele, Ansprüche und Erwartungen als die vorangegangenen Generationen. Das ist nun mal so. Man muss nur zeigen, dass da doch eine große Schnittmenge vorhanden ist. Die ist von außen eben nur nicht auf den ersten Blick ersichtlich. Das versuchen wir durch unsere verschiedenen Konzepte und Projekte zu adressieren. Aber natürlich können wir das nicht alleine leisten. Die Ausbildungsbetriebe selbst können auch viel dafür tun, ihre Arbeitsplätze attraktiver zu gestalten und dies dann auch zielgruppengerecht zu kommunizieren. (bre) □

FOTOS: RHENUS PORT LOGISTICS, ZECH LOGISTICS, BERUFSBILDUNGSSTELLE SEESCHIFFFAHRT

„Der Fachkräftemangel bremst die Digitalisierung der Branche aus.“

Sven Hermann, Geschäftsführer von ProLog Innovation



allein mit deren Außenauftritt und der Wahl ihrer Kommunikationskanäle. „Zeitgemäßes Employer-Branding umfasst heute unter anderem persönliches und authentisches Storytelling, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und über die gelebte Kultur und die Arbeitsbedingungen zu berichten“, so Hermann. Dabei gehörten unter anderem überzeugend gemachte Recruitingvideos, die Förderung von Corporate Influencing sowie kurze und einfache Bewerbungsprozesse. Parallel dazu gelte es für die Arbeitgeber, die verschiedenen Zielgruppen über die jeweils am besten geeigneten Kanäle anzusprechen. „Dabei sehe ich Tiktok, Instagram und YouTube als wichtigste Portale, um Auszubildende und junge

Menschen mit ins Boot zu holen. Vor allem LinkedIn ist hingegen eher geeignet, um mit erfahrenen Fachkräften und heute oder zukünftig Wechselwilligen in Kontakt zu kommen“, so Hermann.

Mit Blick nach vorn ergänzt er: „Die Logistikbranche wird sich weiter stark wandeln.“ Dabei könnten die digitale Revolution und die technologische Weiterentwicklung seiner Meinung nach dazu beitragen, zahlreiche Lücken zu schließen, die der verschärfte Fachkräftemangel hinterlässt. „Der Fachkräftemangel bremst derzeit die weitere Digitalisierung der Branche aus. In der Mehrheit der Unternehmen braucht es zudem dringend mehr Digitalkompetenz“, fordert Hermann, der auch als Logistikprofessor an der Northern Business School in Hamburg lehrt. Gleichzeitig macht er deutlich, dass menschliche Aspekte wie kritisches Denken und Kreativität nie komplett durch KI und Co. zu ersetzen sein werden. „Deshalb bin ich mir sicher, dass gerade im Spannungsfeld zwischen Programmierung, Supply-Chain-Management und Nachhaltigkeit in Zukunft noch eine Vielzahl hybrider Jobprofile entstehen werden, die wir aktuell noch nicht auf dem Schirm haben“, so Hermann. „Für die Unternehmen heißt das jedoch, dass lebenslanges Lernen und der positive Umgang mit dem ständigen Wandel intensiv gefördert werden müssen.“ (bre) □

Prima Idee: 80 rund 25 Zentimeter große 3-D-Figuren echter BLG-Mitarbeiter waren im Mai auf der „transport logistic“ am Stand von BLG LOGISTICS zu sehen. Das war nicht nur ein echter Hingucker, sondern gleichzeitig auch eine Wertschätzung des Einsatzes der rund 20.000 BLG-Kollegen weltweit. Einige der aus Polymergips hergestellten 3-D-Figuren waren zudem mit einem QR-Code versehen, der zu einem Video führte, in welchem die Person vom Arbeitsalltag und den Besonderheiten ihres Jobs berichtete. Nach der Messe wurden die Figuren als kleines Dankeschön an ihre „Originale“ übergeben.



FOTOS: PROLOG, BLG LOGISTICS

Our Ports. Your Future.

www.nports.de



Follow us on



NICHT DER HEILIGE GRAL

Immer mehr Beschäftigte können sich für eine Viertagewoche begeistern. Bei den Arbeitgebern herrscht allerdings vielerorts Skepsis. Andreas Hohnke, Geschäftsführer von Cargo Truck Direct, und Volker Tschirch, Hauptgeschäftsführer des AGA Unternehmensverbands, erläutern ihren Standpunkt – unter anderem mit Blick auf die Nebenschauplätze Fachkräftemangel und Lebensqualität.

„Man kann die Leute nicht immer nur mit mehr Geld abfrühstücken.“



ANDREAS HOHNKE

ist Geschäftsführer von Cargo Truck Direct, einem inhabergeführten Logistikunternehmen mit Sitz in Düsseldorf. Er hat zum Jahresbeginn in seinem Unternehmen eine achtwöchige Testphase mit der Viertagewoche gestartet und diese ab 1. April 2023 dauerhaft eingeführt.

LOGISTICS PILOT: Einige Unternehmen denken darüber nach, die Viertagewoche bei gleichem Gehalt einzuführen. Ist das ein Arbeitszeitmodell, das für die Logistikbranche und darüber hinaus Zukunft hat?

ANDREAS HOHNKE: Ja! Es hat definitiv Zukunft, um sich im Rennen um Fachkräfte besser zu positionieren und um Top-Performer zu halten. Aber die Viertagewoche ist nicht der heilige Gral. Sie kann ein mächtiges Instrument im Kontext mit anderen Maßnahmen sein. Richtig eingesetzt kann sie zum Magneten für Fachkräfte werden.

VOLKER TSCHIRCH: Die Viertagewoche ist bei Weitem noch kein Massenphänomen. Uns fehlen in der Logistik Tausende Arbeitskräfte. Allein bei den Lkw-Fahrern 70.000. Durch die Altersstruktur – unsere Fahrerinnen und Fahrer sind im Durchschnitt älter als in anderen Berufsgruppen – wächst diese Lücke jährlich um 20.000 Personen. Flexibilität ist das Gebot der Stunde für unsere Unternehmen. Und das erwarten auch junge Fachkräfte von ihren Arbeitgebern. Das bedeutet nicht unbedingt, dass alle die Arbeitszeit reduzieren oder eine Viertagewoche wollen. Es geht vielmehr um die Freiheit, seine Arbeit

flexibel einteilen zu können. Das ist schon heute vielfach gelebte Wirklichkeit.

LOGISTICS PILOT: Welche Vorteile sehen Sie durch dieses Arbeitsmodell?

ANDREAS HOHNKE: Für den Arbeitnehmer ist es definitiv ein Vorteil, da er mehr Freizeit und damit auch mehr Regenerationszeit hat. Der Arbeitgeber hat somit einen Mitarbeiter, der ausgeruhter ist. Man kann die Leute in einem Industrieland wie Deutschland, das sich immer weiterentwickelt, nicht immer nur mit mehr Geld abfrühstücken. Die Leute brauchen etwas anderes, und den Erfolg kann man ja in anderen Ländern schon beobachten. Daher haben wir uns dazu entschlossen, unseren Mitarbeitern etwas zurückzugeben – und zwar das Wichtigste, das man im Leben hat: Zeit. Darüber hinaus ist die Viertagewoche auch ein Steuerungsinstrument im Hinblick auf Produktivität und Mitarbeiterauswahl.

VOLKER TSCHIRCH: Dort, wo hoch spezialisierte Fachkräfte händierend gesucht werden, die weniger als Vollzeit arbeiten wollen, kann die Offerte einer Viertagewoche oder noch weniger ein Matching bringen – ich denke an Programmierer, andere IT-Spezialisten oder Ingenieure. Eine pauschale Viertagewoche ist kein Modell für die Logistik. Die Branche ist wie ein Uhrwerk. Wenn alle Mitarbeiter montags oder freitags ihren freien Tag nehmen, fehlen Waren im Handel und Güter in der Produktion – dann funktioniert das ganze System nicht mehr.

LOGISTICS PILOT: Überwiegen Ihrer Meinung nach bei der Viertagewoche die positiven oder die negativen Aspekte?

ANDREAS HOHNKE: Wir haben bis dato keine negativen Auswirkungen gespürt,

VOLKER TSCHIRCH

ist Hauptgeschäftsführer des AGA Unternehmensverbands und alternierender Vorsitzender im Verwaltungsausschuss der Arbeitsagentur in Hamburg.



„Unser Wohlstand lässt sich nicht im kollektiven Freizeitpark organisieren.“

somit überwiegen die positiven Aspekte. Negative Auswirkungen hatten wir in der Testphase. So hatten wir am Anfang die freien Tage der Mitarbeiter auf Montag, Dienstag und Mittwoch gelegt, da donnerstags und freitags die Tage sind, an denen am meisten los ist. Allerdings führte dies zu mehr Stress an den drei anderen Tagen, da dann auf einen Schlag zu viele Mitarbeiter gleichzeitig gefehlt haben. Das konnten wir aber durch Nachjustieren ausmerzen, indem wir das Ganze von Montag bis Freitag ausgeweitet haben. Die Viertagewoche funktioniert eben nur, wenn alle daran ziehen und als Team arbeiten.

VOLKER TSCHIRCH: Alle Arbeitszeitmodelle, die freiwillig in unseren Betrieben mit unseren Beschäftigten vereinbart werden, haben ihre volle Berechtigung. Wir lehnen einen gesetzlichen Zwang zur Viertagewoche ab. Wir brauchen vielmehr – um den Bedürfnissen einer modernen Arbeitswelt gerecht zu werden – ein flexibleres Arbeitszeitrecht. Warum muss die Ruhezeit zum Beispiel immer streng mindestens elf Stunden betragen? Die Lebensmodelle der Arbeitnehmer sind höchst heterogen. Für viele kann es wegen familiärer Verpflichtungen attraktiv sein, von fünf auf vier Tage zu reduzieren. Für andere ist das vielleicht keine Option. Genauso bei den Arbeitgebern: Je nach Branche und Tätigkeiten ist zu einer bestimmten Zeit einfach ein bestimmter Personaleinsatz nötig. Durch die älter werdende Gesellschaft werden wir alle länger arbeiten müssen. Unser Wohlstand lässt sich nicht im kollektiven Freizeitpark organisieren.

LOGISTICS PILOT: Wenn die zur Verfügung stehenden Arbeitskräfte nur noch an vier Tagen arbeiten, wird das dann automatisch zu einem höheren Personalbedarf bei den Unternehmen führen?

ANDREAS HOHNKE: Nein, nicht zwingend, dass kann man so pauschal nicht sagen. Wir beraten mittlerweile zu dem Thema und haben noch keinen Fall gehabt, wo mehr Personal benötigt wurde. In der Regel kommt man mit dem bestehenden Personal gut aus.

VOLKER TSCHIRCH: Der Kräfte- und Fachkräftebedarf ist schon heute riesig. Automatisierung und Digitalisierung können fehlendes Personal teilweise ausgleichen. Pauschal auf einen ganzen Tag in der Woche zu verzichten, und dies bei gleichbleibenden Personalkosten, das würde viele Unternehmen und

die Beschäftigten überfordern. Deswegen muss die Entscheidung über eine Viertagewoche beim Arbeitgeber liegen. Die Politik sollte sich hier heraushalten und besser die eigenen Hausaufgaben erledigen – beispielsweise durch mehr Personal in Kitas und Pflegeeinrichtungen für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf sorgen.

LOGISTICS PILOT: Ist die Option der Viertagewoche für Unternehmen jeder Größenordnung in gleicher Weise umsetzbar?

ANDREAS HOHNKE: Das ist pauschal schwierig zu beantworten, da es auf die Redundanzen der Positionen im Unternehmen ankommt. Des Weiteren spielt das Qualifikationsniveau eine wichtige Rolle. Dann ist da unter anderem noch die Frage: Kann das Unternehmen auf einen Tag verzichten? Also nur an vier Tagen für Kunden erreichbar sein beziehungsweise die Produktion nur vier Tage laufen lassen. Oder muss das Unternehmen an fünf Tagen produzieren oder erreichbar sein? Das muss man prüfen. Im ersten Fall ist es noch recht einfach. Denn dann sind alle nicht da. Im zweiten wird es schon kniffliger. Hier kann man es aber mit einem ausgeklügelten Schichtplan hinbekommen. **VOLKER TSCHIRCH:** Betriebe arbeiten so unterschiedlich, dass es die eine Lösung, die für alle passt, nicht gibt. Wir brauchen daher flexible Lösungen, die der Lebenswirklichkeit von Beschäftigten und Unternehmen entsprechen. (bre) □

RÜCKENWIND FÜR MEHR FRAUENPOWER

Frauen in der Schifffahrt, im Handel und in der Logistik sichtbarer zu machen und zu fördern sind nur zwei der Aufgaben, die sich die Women's International Shipping & Trading Association (WISTA) auf ihre Fahnen geschrieben hat. Bei diesem Vorhaben genießt die internationale Netzwerkorganisation breite Unterstützung, wie der Senatsempfang zum „2. International Day for Women in Maritime“ am 31. Mai im Hamburger Rathaus gezeigt hat.

Der neue Vorstand von WISTA Germany (v. l.) Angela Raabe (Eventmanagerin), Franziska Eckhoff (Präsidentin), Irina Carbanaru (Vizepräsidentin), Nadine Kornblum (Kontaktperson), Sieke Kremer-Tiedchen (Compliancemanagerin) und Marina Röhl (Schatzmeisterin und Leitung der Projektgruppe Diversity). Es fehlt Judith Musau (unten eingeblockt).

In Hamburg begrüßte die dortige Senatorin für Wirtschaft und Innovation, Dr. Melanie Leonhard, die rund 200 Gäste mit den Worten: „Wir können es uns heute bei dem Fachkräftemangel nicht leisten, auf Frauen zu verzichten.“ Eine Aussage, die Judith Musau, Pressereferentin von WISTA Germany, voll und ganz unterschreiben kann. „Solche Veranstaltungen sind wichtig, um die Ziele unserer Organisation – Vielfalt, Inklusion und die Stärkung von Frauenrechten – noch stärker ins öffentliche Bewusstsein zu tragen“, so Musau. Zwar habe die Sichtbarkeit von Frauen in Führungspositionen in den vergangenen Jahren zugenommen, aber derzeit seien weltweit gerade einmal zwei Prozent der Seeleute weiblich.

Vor diesem Hintergrund agiert die WISTA bereits seit 1974 erfolgreich auf internationalem Terrain und über alle Weltmeere hinweg, um ihren Mitgliedern



die Möglichkeit zur Vernetzung und Weiterbildung zu bieten. „Wir sind stolz darauf, dass WISTA Germany mit derzeit mehr als 180 Mitgliedern weiterwächst und dass wir eines von 55 Ländern im Netzwerk von WISTA International sein dürfen. Weltweit haben wir im Jahr 2022 die Marke von 4.000 Mitgliedern geknackt“, bilanziert Franziska Eckhoff, Präsidentin von WISTA Germany.

Seit der Gründung der WISTA habe sich die Schifffahrt unter anderem durch die Globalisierung, die Einführung neuer Technologien sowie die Einführung strenger Umweltauflagen und Nachhaltigkeitsinitiativen

stark verändert. Und die WISTA zugleich mit ihr. Dabei spielt die Organisation eine bedeutende Rolle, wenn es darum geht, das Bewusstsein für die Chancengleichheit und die beruflichen Möglichkeiten für Frauen in der maritimen Branche zu schärfen.

Tradition von rein männlichen Diskussionsrunden durchbrechen

Aus Sicht von Musau ist die Historie ihrer Organisation vor allem von vier Meilensteinen geprägt. Dazu gehören seit 2017 Stipendien, die in Partnerschaft mit

dem Institute of Chartered Shipbrokers (ICS) an Personen vergeben werden, die WISTA-International nominiert hat, sowie die jährlichen WISTA-International Konferenzen, die Mitglieder weltweit miteinander vernetzen. WISTA bietet außerdem Mentoringprogramme in eigener Regie oder in Zusammenarbeit mit der International Maritime Organization (IMO), um weibliche Nachwuchskräfte auf ihrem Karriereweg zu fördern – und zwar durch berufserfahrene Frauen, die sie coachen.“ Last but not least besitzt die WISTA seit 2018 einen Beraterstatus bei der IMO. Dieser erlaubt es der Organisation, die Expertise ihrer weiblichen Mitglieder in diverse Themen der IMO einzubringen, etwa bei der Entwicklung einer Rednerdatenbank für Frauen in der Schifffahrt. Sie trägt den Titel „IMO WISTA Maritime Speakers Bureau“ und soll dazu beitragen, die Tradition von rein männlichen Diskussionsrunden in der Branche zu durchbrechen.

Geschlechterdiversität als Stärke anerkennen

Mit diesem Leistungspaket im Rücken gibt Musau eine klare Devise aus: „Es müssen noch mehr Frauen in Führungspositionen vertreten sein, und es muss eine kulturelle Veränderung stattfinden, um eine inklusivere und vielfältigere Arbeitsumgebung zu schaffen.“ Damit dies nicht nur Theorie bleibe, gelte es unter anderem, die Chancen für Frauen in der Branche zu verbessern und mehr Möglichkeiten für ihre Aus- und Weiterbildung zu schaffen. Denn für Marina Röhl, Schatzmeisterin bei WISTA Germany, steht fest: „Frauen sind in der Zusammenarbeit stark, sie beherrschen effektive Kommunikationsfähigkeiten und besitzen emotionale Intelligenz. Zudem haben sie eine hohe Organisationsfähigkeit und bringen eine andere Herangehensweise mit ein.“ Mit diesem einzigartigen Mix an Qualifikationen fördern Frauen aus ihrer Sicht die Vielfalt und die Integration am Arbeitsplatz. „Es ist also für die Zukunft der internationalen Schifffahrt wichtig, Geschlechterdiversität als Stärke anzuerkennen und von den Erfahrungen und Kompetenzen beider Geschlechter im Wechselspiel zu profitieren“, umreißt Röhl ihren Standpunkt – stellvertretend für viele ihrer Kolleginnen bei der WISTA. (bre) □

Auf der WISTA-Jahreshauptversammlung im Juni wurden die Weichen für die Zukunft gestellt. Insgesamt hat WISTA-Germany über 180 Mitglieder.

Weitere Informationen:

www.wistainternational.com

INFO

WISTA-JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG

WISTA Germany hielt im Juni seine jährliche Hauptversammlung im Digital Logistics Hub in Hamburg ab. Neben verschiedenen Projektgruppen, die ihre Arbeit des vergangenen Jahres und Pläne für das kommende Jahr präsentierten, wählten die Mitglieder eine neue stellvertretende Präsidentin in den Vorstand, Irina Carbanaru. Sie ersetzte Captain Nicole Langosch, die die Position in den letzten vier Jahren innehatte. Zwei Vorstandsmitglieder, Judith Musau und Sieke Kremer-Tiedchen, wurden ebenfalls als Pressesprecher beziehungsweise als Compliance-Manager wiedergewählt.

FOTOS: ISTOCK/MARZACZ, WISTA GERMANY, PRIVAT



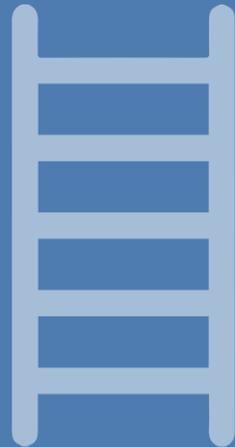
ANDREAS GRÜSST AUS DER CHEFETAGE

Von „A“ wie „Auszubildende“ über „F“ wie „Fachkräfte“ bis zu „Z“ wie „Zufriedenheit“ liefert der deutsche Arbeitsmarkt zahlreiche Stichworte für tiefere Diskussionen. Wir haben an dieser Stelle wieder einige Zahlen und Fakten für Sie aufbereitet, die eine Orientierung auf beruflichem Terrain geben, oder einfach nur als Startschuss für Gespräche in der Kaffeeküche und Kantine dienen können. Oder hätten Sie gewusst, dass Griechenland die längste Wochenarbeitszeit von Vollbeschäftigten in der EU hat oder welche Vornamen am häufigsten in den deutschen Chefetagen zu finden sind?

2022 absolvierten

683.296

junge Menschen in Deutschland eine betriebliche Ausbildung in Industrie, Handel und Dienstleistungen.



DER DEUTSCHE ARBEITSMARKT

45,7 Mio.
Erwerbstätige

76,9 %
Erwerbstätigenquote

34,9 Mio.
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

800 Mio.
Currywürste

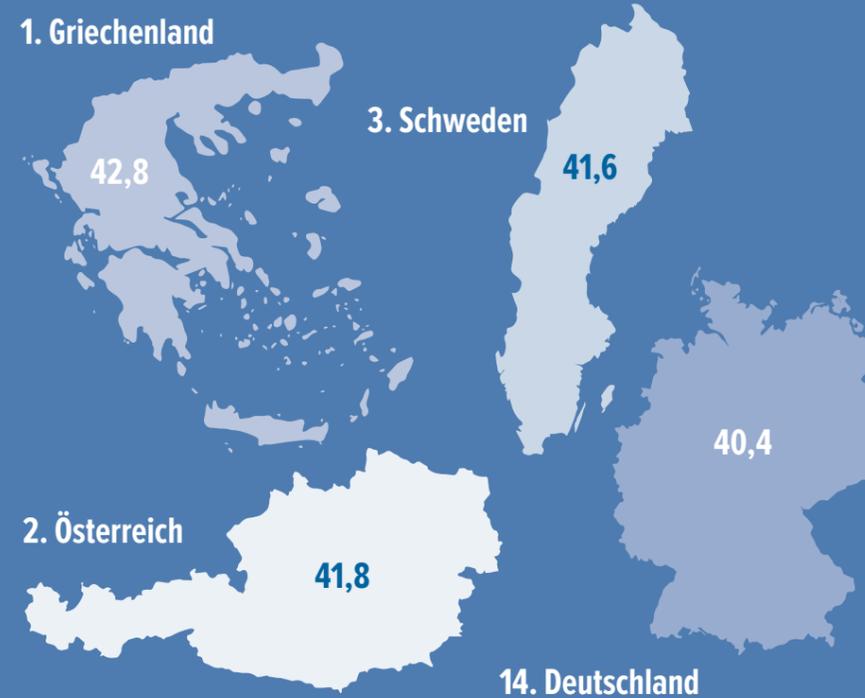
werden in Deutschland pro Jahr verzehrt. Das macht sie zum Topgericht deutscher Kantinen.



QUELLEN/GRAFIKEN: FLATICON.COM, DESTATIS, STUDIE INDEED 2021, STATISTA, INKLUSIONSBAROMETER, BUNDESVERBAND DEUTSCHER WURST- UND SCHINKENPRODUZENTEN, KOMPETENZENTRUM FACHKRÄFTESICHERUNG (KOF) DES INSTITUTS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT (IWI), BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND KLIMASCHUTZ, DIHK

Durchschnittliche Wochenarbeitszeit in Stunden von Vollbeschäftigten in den Ländern der EU

1. Griechenland



352 von 801
Berufsgruppen

sind gegenwärtig mit Fachkräftengruppen konfrontiert.

Mehr als 630.000 offene Stellen für Fachkräfte

konnten 2022 nicht besetzt werden.



TOP-CEO-VORNAMEN IN DEUTSCHLAND:

1. Andreas
2. Michael
3. Christian



9. Katja
17. Antje
24. Nicole

Anmerkung: Unter den Top 100 befanden sich nur 15 Frauennamen.

Rund 173.000
Unternehmen

in Deutschland sind gesetzlich dazu aufgefordert, mindestens fünf Prozent ihrer Arbeitsplätze mit Menschen zu besetzen, die eine Behinderung haben. Dieser Pflicht kommen aber nur 40 Prozent der Unternehmen nach. 25 Prozent beschäftigen überhaupt keine Arbeitnehmer mit Behinderung, sondern zahlen stattdessen eine Ausgleichsabgabe.

AM PULS DER AZUBIS?

Auch in der maritimen Wirtschaft und in der Logistik sind Auszubildende gesucht. Deshalb hat der LOGISTICS PILOT einige zu den Gründen für die Wahl ihres Ausbildungsberufs, zum Image der Branche in ihrer Generation und auch dazu befragt, was sich ändern muss, damit die Ausbildung attraktiv bleibt beziehungsweise noch attraktiver wird.

Jannick Schermann



Alter: 19
Ausbildungsberuf: Kaufmann für Spedition und Logistikdienstleistung
Ausbildungszeitraum: 2021 bis 2024
Arbeitgeber: J. Müller Weser
Ort: Brake

„Ich habe mich für diese Ausbildung entschieden, weil mich schon immer interessiert hat, was hinter der Logistik steckt und wie die Güter, die wir jeden Tag benutzen beziehungsweise verbrauchen, in die Supermärkte oder auch direkt zu uns nach Hause kommen. Außerdem ist die Logistik eine zukunftssichere Branche.“

Die Speditionsbranche hat in mancher Hinsicht ein Imageproblem in unserer Generation. Das hat oftmals aber auch einfach damit zu tun, dass viele nicht wissen, was alles zur Speditionsbranche gehört. In meinem Freundeskreis wurde mir schon öfter gesagt, wie ich denn nur in der Logistik arbeiten könne. Wenn ich sie dann über die Logistik aufkläre, wussten viele gar nicht, was alles zur Logistik zählt.

Um die Ausbildung in unserer Branche attraktiv zu gestalten, sollte es eine angemessene Vergütung geben. Außerdem sollte es mehrere Weiterbildungen zu dem Beruf geben. Es sollten duale Studiengänge angeboten werden.“

Waldemar Hollmann



Alter: 31
Ausbildungsberuf: Fachkraft für Lagerlogistik
Ausbildungszeitraum: 2020 bis 2023
Arbeitgeber: Nordfrost
Ort: Wilhelmshaven

„Für diese Ausbildung habe ich mich entschieden, weil Logistik unerlässlich für die Wirtschaft ist. Außerdem werden dort jetzt und in Zukunft immer und überall Jobs angeboten.“

Ich habe in meiner Jugend schon einmal in einem Logistikunternehmen gearbeitet und fand es wirklich spannend. Nach meiner sechsjährigen Dienstzeit bei der Marine dachte ich mir, dass eine Ausbildung in dem Beruf, der mir Spaß gemacht hat, nicht verkehrt wäre. Ehemalige Kameraden aus meiner Dienstzeit arbeiten im Lager als Zivilisten, manche auch noch als Soldaten in einem Lager.

Leider ist das Image der Hafen- und Logistikbranche in meiner Generation eher mittelmäßig. Das Arbeiten in dieser Branche wird viel mit Stress und viel Arbeit verbunden. Dazu ist nicht jeder bereit. Die Gehälter schwanken auch stark zwischen den Arbeitgebern. Generell sollten mehr Fortbildungsmöglichkeiten angeboten werden. Das Verständnis der Leute für diese Branche muss sich verbessern. Angemessene Löhne sind auch nie schlecht.“

Clara Kunze



Alter: 25
Ausbildungsberuf: Fachkraft für Lagerlogistik
Ausbildungszeitraum: 2020 bis 2023
Arbeitgeber: BLG LOGISTICS
Ort: Bremen

„Vor Ausbildungsbeginn kannte ich die Firma nicht und hatte auch keine Idee, was eine Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik beinhaltet. Ich habe von einer Freundin von der BLG erfahren und daraufhin ein dreitägiges Praktikum in der Handelslogistik absolviert. Das hat mir sehr gut gefallen. Der Ausbildungsberuf ist vielseitig, abwechslungsreich und man lernt viele Facetten kennen. Außerdem habe ich den Staplerschein gemacht.“

Durch meinen Familien- und Bekanntenkreis hatte ich vorher kaum Berührungspunkte mit der Hafen- und Logistikbranche. Viele können sich darunter nichts vorstellen. Ich glaube, dass man die Branche generell interessanter machen muss, indem man mehr Einblicke gibt und zeigt, wie vielseitig sie ist. Ich kann jedem nur empfehlen, hier ein Praktikum zu machen. Viele denken, dass man im Lager nur Stapler fährt und Sachen verpackt. Dies ist aber nicht so. Mir macht zum Beispiel die systemseitige Arbeit in der Halle zusammen mit den Kollegen besonders viel Spaß. Ich wäre nicht der klassische Büromensch für acht Stunden Schreibtischarbeit.“

Es muss mehr über Social-Media-Kanäle und Onlineplattformen geworben werden. Wichtig finde ich auch den persönlichen Kontakt auf Schülermessen. Der direkte Austausch mit Auszubildenden ist wichtig für Einblicke in den Arbeitsalltag.“

Eduard Wollberg



Alter: 22
Ausbildungsberuf: Konstruktionsmechaniker
Ausbildungszeitraum: 2021 bis 2025
Arbeitgeber: Jade-Dienst
Ort: Wilhelmshaven

„In der 8. Klasse sind wir von der Schule aus für einige Zeit in die berufsbildende Schule (BBS) gegangen, um verschiedene Arbeitsbereiche kennenzulernen. Mir gefiel der Metallbereich und deshalb habe ich mich nach meinem Abschluss bei der BBS Wilhelmshaven für ein Schuljahr in der Metalltechnik angemeldet, um die Grundkenntnisse kennenzulernen und mir zu überlegen, ob ich diesen Beruf erlernen möchte. Anschließend habe ich für zehn Monate ein Langzeitpraktikum in der Metalltechnik absolviert. Danach habe ich noch mal in einem anderen Betrieb als Verpacker gearbeitet, um einen weiteren Bereich kennenzulernen, bald aber festgestellt, dass ich lieber in den Metallberuf wieder einsteigen möchte. Ich absolvierte dann einige Wochen ein Praktikum beim Jade-Dienst, bei dem ich auch selbst viele Tätigkeiten in den gängigsten Arbeiten eines Konstruktionsmechanikers ausführen durfte – vom Arbeiten mit einem Winkelschleifer über Schweißen bis zum autogenen Brennschneiden.“

Für mich ist der Hafen von großer Bedeutung, da er die Welt verbindet. Wir haben so viele verschiedene und abwechslungsreiche Aufgabenfelder und Aufträge, dass jeder Tag anders ist. Ich fühle mich in der Hafenwirtschaft sehr gut aufgehoben und kann mir auch vorstellen, hier zukünftig zu arbeiten.“

Niclas Hiller



Alter: 23
Ausbildungsberuf: Berufskraftfahrer
Ausbildungszeitraum: 2021 bis 2024
Arbeitgeber: Glomb
Ort: Bremerhaven

„Als es bei mir um die Wahl der Ausbildung ging, habe ich mich schlaugemacht, welche Berufe besonders zukunftssicher sind. Für die Ausbildung als Berufskraftfahrer habe ich mich genau aus diesem Grund entschieden: Er ist ziemlich zukunftssicher.“

Außerdem kann man viele weitere Berechtigungsscheine wie ADR und BF3 machen und so immer etwas anbieten. Mir gefällt, dass der Job sehr vielfältig ist. Und da ich ausschließlich im Nahverkehr arbeite, bin ich auch viel draußen – das mag ich ebenfalls. Und dass ich jeden Abend zu Hause bin, ist mir auch sehr wichtig. Während der Ausbildung war ich zwei Wochen im Büro in der Disposition, aber das ist nicht so mein Ding. Ich bin lieber unterwegs und mag die viele Abwechslung.“

Meine Freunde finden den Job alle sehr spannend und interessant – nur die Arbeitszeiten schrecken sie ab. Der Hafen hat in meiner Generation ein sehr gutes Image, weil er eine unendlich große Vielfalt an Berufen bietet und man sehr große Chancen hat, sich beruflich weiter zu entwickeln. Ganz wichtig sind attraktive Arbeitszeiten und eine gute Bezahlung. Auch eine Viertagewoche wäre prima.“

GRAFIK: FREEPIK.COM; FOTOS: J. MÜLLER, NORDFROST, BLG LOGISTICS, JADE DIENST, GLOMB, MAXIMILIAN HENNING, RHEINUS CUXPORT

„Erstmals auf Logistik und Spedition bin ich durch ein Betriebspraktikum und meinen in der Logistik tätigen Vater aufmerksam geworden. Ich habe eine Weile Chemie- und Pharmalogistik studiert, wo viel Wissen, aber wenig Praxis vermittelt wurde. In einer dualen Ausbildung geht es hingegen um die direkte Verknüpfung von Theorie und Praxis. Faszinierend an der Logistik und dem Speditionswesen finde ich, dass man die ganze Branche vor Augen hat.“

Über vieles in der Logistik wird beiläufig geredet und nachgedacht. Natürlich, bei Ereignissen wie der im Suezkanal feststeckenden „Ever Given“ gibt es Interesse. Aber die direkten oder langfristigen Folgen einer nur kurzen Blockade an einer der wichtigsten Wasserstraßen der Welt werden oft nicht weiter beachtet. Die Rolle des reibungslosen Ablaufs während des Transports und des Be- und Entladens wird unterschätzt.

Insgesamt ist die Logistik- und Speditionsausbildung ganz gut aufgestellt. Besonders die großen Unternehmen neigen aber dazu, sich organisatorisch zu stark zu unterteilen, sodass es für Azubis schwierig wird, während ihrer Ausbildung alle Abteilungen zu sehen.

Und auch wenn das Gehalt angehoben wurde, ist es einigermaßen knapp, wenn alle Lebenskosten allein getragen werden. Das Gehalt gehört nun mal zu den ersten Aspekten, die Bewerber ins Auge fallen.“

„Ich habe mich für diesen Ausbildungsberuf entschieden, weil mich die Vielfalt der Tätigkeiten bei Cuxport sehr angesprochen hat. Darauf aufmerksam geworden bin ich durch die Agentur für Arbeit. Meiner Meinung nach hat die Hafen- und Logistikbranche in meiner Generation einen nicht so hohen Stellenwert, weil fast niemand diesen Berufszweig kennt. Viele junge Leute, die eine Ausbildung anfangen wollen, achten nur darauf, dass sie mit wenig Arbeit viel Geld verdienen, oder sie wollen studieren. Dadurch fehlen viele Auszubildende in unserer Branche. Vielleicht sollten junge Leute mal darüber nachdenken, wie das iPhone oder die Playstation von China nach Deutschland kommen, der Container fliegt ja nicht hierher.“

Fast 90 Prozent der Waren werden von dort per Schiff importiert und dazu meist in Containern umgeschlagen. Zum Teil werden diese von uns Hafearbeitern im Hafen geöffnet und entladen, um die Ware auf Lkw umzuladen. Wir sind ein wichtiger Bestandteil vieler Lieferketten, und ohne uns würde nichts laufen.

Um die Branche attraktiver zu machen, müsste man anfangen, mehr Werbung zu machen, damit junge Menschen überhaupt wissen, dass es diesen spannenden und abwechslungsreichen Ausbildungsberuf gibt. Viele können sich unter dem Ausbildungsberuf nichts Richtiges vorstellen.“

Maximilian Henning



Alter: 26
 Ausbildungsberuf: Kaufmann für Spedition und Logistikdienstleistung
 Ausbildungszeitraum: 2022 bis 2024
 Arbeitgeber: Alexander Global Logistics
 Ort: Bremen

Rebecca Reisen



Alter: 18
 Ausbildungsberuf: Fachkraft für Hafenlogistik
 Ausbildungszeitraum: 2021 bis 2024
 Arbeitgeber: Rhenus Cuxport
 Ort: Cuxhaven

ENVOCONNECT

green focus on ports



DIE PORT COMMUNITY KOMMT ZUSAMMEN

21. – 22. September, Bremerhaven



FRESH – ABER WOHLÜBERLEGT

Soziale Medien wie insbesondere Snapchat, Tiktok und Instagram sind für die meisten jungen Menschen Alltag. Unternehmen können sich hier dem Nachwuchs als attraktiver Arbeitgeber präsentieren. Wie das gehen kann und worauf zu achten ist, zeigt CML Transport & Logistik aus Stuhr bei Bremen. Insgesamt besteht einer aktuellen Studie zufolge aber noch einiger Nachholbedarf.



Rund 413 Minuten täglich verbringen 14- bis 29-Jährige der „ARD/ZDF-Onlinestudie 2022“ zufolge durchschnittlich im Internet. Das sind rund sieben Stunden. Insofern ist es grundsätzlich eine gute Nachricht, dass nach der vom Deutschen Maritimen Zentrum (DMZ) im Juni dieses Jahres veröffentlichten Studie 97 Prozent der 152 befragten deutschen Unternehmen aus der maritimen Wirtschaft digital aktiv sind.

„Es ist unerlässlich, online präsent zu sein“, unterstreicht auch Hanna Maurer, Referentin Soziale Medien für die maritime Branche beim DMZ. „Dabei empfiehlt es sich, klein zu starten und sukzessive breiter zu werden. Am wichtigsten ist zunächst die Website, um dort vertiefende Informationen bereitzustellen, die man dann beispielsweise im Newsletter anteausern kann.“ Im zweiten Schritt kommen die sozialen Medien hinzu. „Auch dort müssen die Beiträge jedoch gut sein, und es muss sich jemand um die Texte, Videos und Bildrechte kümmern“, so Maurer.

Laut der „Potenzialanalyse zur Relevanz digitaler Kommunikation als Wettbewerbsfaktor für die Unternehmen der maritimen Branche in Deutschland“ zufolge setzen viele Firmen mit Internetseiten, Newsletter und Social-Media-Kanälen wie LinkedIn, Facebook und Instagram jedoch vorwiegend auf etablierte digitale Kanäle. Die jüngeren Nutzer bevorzugen indes eher Tiktok, die Arbeitgeberbewertungsplattform Kununu und Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp, Signal und Threema. Gerade hier können Arbeitgeber also im Rahmen des Employer-Brandings noch viel nachlegen.

CML ist seit 2019 in den sozialen Medien aktiv

Wie das aussehen kann, zeigt der Logistikkdienstleister CML Transport & Logistik aus Stuhr bei Bremen, der sich bereits seit 2019 in den sozialen Medien präsentiert. Derzeit sind dies etwa Facebook, Instagram, LinkedIn und seit knapp einem Jahr auch Tiktok. „Wir erreichen unsere Zielgruppen über die unterschiedlichen Kanäle. Es ist wichtig, dort vertreten zu sein und sich um die Community zu kümmern“, erläutert Anastasia Oja, bei CML verantwortlich für Social Media.

FOTOS: ADOBESTOCK/ANDREAS PROTTICONS GATE, CML LOGISTIK GRUPPE



Das Unternehmen CML Transport & Logistik ist seit 2019 auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen aktiv. Die Teams haben sichtbar Spaß bei der Umsetzung ...

Sie rät jedoch davon ab, einfach so loszulegen: „Ohne eine klare Strategie funktioniert es nicht“, unterstreicht Oja. „Wir haben einen Social-Media-Mix ausgearbeitet und selbstverständlich auch einen Content-Plan, der ständig weiterentwickelt wird.“ Angesprochen werden dabei ganz unterschiedliche Themen – vor allem solche, die für die Zielgruppe von CML relevant und interessant sind.

„Dabei geht es viel um Aktuelles aus der Containerlogistik wie Lenk- und Ruhezeiten oder die allgemeine Parkplatzsituation für Lkw-Fahrer“, erläutert die Social-Media-Verantwortliche. Und natürlich dürfe auch der Spaß nicht zu kurz kommen, weshalb es unter anderem eine Rubrik mit Witzen und lustigen Videos aus dem Arbeitsalltag des Unternehmens gibt“, unterstreicht sie. „Dabei lassen wir unseren Social-Media-Mix nie aus den Augen und beobachten die aktuellen Trends sehr genau.“

Wichtig sei es überdies, die Präsenz in den sozialen Medien auszuwerten. „Natürlich messen wir unsere Erfolge und analysieren, welche Beiträge unsere Zielgruppe am meisten ansprechen und welche nicht“, berichtet Oja. Außerdem werde ein aktiver Austausch mit der Community gepflegt und regelmäßig abgefragt, welche Themen zukünftig gewünscht werden.

Klar strukturierter Content-Plan ist unverzichtbar

Und auch wenn vieles locker, lässig und humorvoll klinge: Wann und wie oft etwas gepostet werde, sei wohlüberlegt. „Wir haben einen klar strukturierten Content-Plan, denn um in den Social Media erfolgreich zu sein und eine Community aufzubauen, ist dieser unverzichtbar“, betont die CML-Mitarbeiterin. „Ohne Struktur

kann man sich die Mühe sparen, da sich ohne kontinuierliche Präsenz keine Reichweite erzielen lässt.“

Bei CML ist es eine Mitarbeiterin, die sich um Marketing und Social Media kümmert, eine weitere Kollegin übernimmt das (Werbe-)Texten. „Alles, was zur organischen Reichweite gehört, wird in unserem Hause erstellt“, erläutert Oja. Dazu zählen etwa: „Content-Planung und -Erstellung, Creating, Fotos, Videos, Grafiken und Reichweitenanalyse.“ Inzwischen packe das Team aber auch abteilungsübergreifend mit an, da es jedes Mal eine Menge Spaß mache, die Videos zu drehen.

Einige Tipps gibt die Expertin gern preis: „Am besten kommen Inhalte an, die authentisch sind“, so Oja. „Die Nähe zu unserer Zielgruppe und das Verständnis für ihre Interessen sind der Schlüssel zu gutem Content. Ehrlichkeit und eine ordentliche Portion Selbstironie sind dabei das i-Tüpfelchen!“ (cb) □

Weitere Informationen:

www.dnz-maritim.de
www.cm-log.eu

DOS UND DON'TS IN PUNCTO SOZIALE MEDIEN FÜR ANDERE UNTERNEHMEN AUS DER BRANCHE VON CML-GESCHÄFTSFÜHRER ALEX HEINE:

DOS

1. Immer vom Ende her denken. Es muss von Anfang an feststehen, was das Ziel ist.
2. Eine klare Zielgruppe definieren und recherchieren. Es geht nicht um deine „Gefühle und Sichtweisen“, sondern um die deiner Zielgruppe wie Kunden und Mitarbeiter.
3. Hab eine langfristige Strategie, Social Media ist ein Marathon und kein Sprint.

DON'TS

1. Sei ehrlich – erzähle nichts, was du nicht halten kannst oder was du nicht bist!
2. Von anderen kopieren ist ein absolutes No-Go. Du kennst deren Strategie und die Ziele nicht!
3. Einfach ohne Sinn und Verstand losposten? Das wird nicht funktionieren!



MEHR ALS EINE EINPARKHILFE FÜR SCHIFFE

CUXHAVEN Ende Mai lud NPorts zur Abschlussveranstaltung des IHATEC-Projekts „SmartKai“ nach Cuxhaven ein. Rund 50 geladene Gäste hatten dort die Gelegenheit, das Assistenzsystem und den Testfeldaufbau in Aktion zu erleben – sowohl vom Schiff als auch von der Kaimauer aus. Das Ziel des nach zweieinhalbjähriger Entwicklung und einer erfolgreichen Probezeit abgeschlossenen Forschungsprojekts bestand darin, die Sicherheit bei der Hafenein- und -ausfahrt sowie beim Anlegen und bei Schleuseneinfahrten zu erhöhen. Schäden an Schiffen und Hafeninfrastruktur sollen dadurch verhindert werden.

HOHER BESUCH IN DEN NPORTS-HÄFEN

EMDEN Ende Mai startete Dieter Janecek, der Koordinator der Bundesregierung für maritime Wirtschaft und Tourismus, eine zweitägige Tour durch verschiedene Hafenstandorte an der Niedersächsischen Nordseeküste. Dabei standen unter Teilnahme von Niedersachsens Wirtschaftsminister Olaf Lies zahlreiche Gespräche mit Unternehmen der Hafenvirtschaft in den Seehäfen Emden, Wilhelmshaven und Cuxhaven auf dem straffen Programm. „Niedersachsens Häfen sind zentrale Akteure bei den Themen Energiewende und Versorgungssicherheit“, machte NPorts-Geschäftsführer Holger Banik angesichts des Besuchs von Janecek deutlich.



RICHTIG STARK BEI SCHWEREN SACHEN

ROTTERDAM Fachlich und zahlenmäßig in starker Aufstellung präsentierten sich die bremischen Häfen vom 6. bis 8. Juni auf der „Breakbulk Europe“ in Rotterdam. Auf dem von bremenports organisierten Gemeinschaftsstand stellten gleich 14 Unternehmen ihre Kompetenzen in Sachen Stückgutverladung gemeinsam vor. Dazu gehörten das BLG AutoTerminal Bremerhaven, BLG Cargo Logistics, bremenports, CargoSoft, Carl Glud, CHS, D. Heinrichs Logistics, EUROGATE, Hansa Meyer Global Transport, Menzell & Döhle, Norlat Shipping, OHB, PTS Logistics und Schultze Stevedoring.



EMDER HAFENFÖRDERUNG STELLT SICH NEU AUF

EMDEN Die Emdener Hafenförderungsgesellschaft (EHFG) hat sich personell neu aufgestellt. Zum neuen Vorsitzenden des EHFG-Aufsichtsrats wurde im Mai Timo Siebahn, Geschäftsführer der Ems Ports Agency & Stevedoring Beteiligungs GmbH (epas) gewählt. Er folgt auf Jan Remmers, Geschäftsführer der Anker-Schiffahrts-Gesellschaft, der den Verein seit 2017 geführt hatte. Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender ist jetzt Manfred de Vries, Geschäftsführer der Autoport Emden GmbH. Er folgte auf Dr. Bernhard Brons, Vorstand der AG Ems, der nach über 30 Jahren seinen Sitz im Aufsichtsrat abgegeben hatte.

50 JAHRE SEEHAFEN STADE

STADE Mitte Juni feierte die Stader Hafenvirtschaft zusammen mit Niedersachsens Wirtschafts- und Verkehrsminister Olaf Lies und rund 100 Gästen aus der maritimen Wirtschaft, der Industrie und der Politik das 50-jährige Bestehen des Industriehafens an der Elbe. „Ich gratuliere Niedersachsen Ports und dem Seehafen Stade nicht nur zum 50-jährigen Bestehen, sondern vielmehr zu einer hervorragenden Entwicklung und zu guten Zukunftschancen. Mit einem jährlichen Umschlagsvolumen von knapp sieben Millionen Tonnen ist Stade ein herausragender Standort in der niedersächsischen Hafengruppe“, sagte Lies.



NEUE GESCHÄFTSFÜHRENDE VORSTANDSMITGLIEDER

BREMEN Auf der Mitgliederversammlung der BHV – Bremische Hafen und Logistikvertretung wurden im Juni mit Stefan Meyer (r., Kühne+Nagel) und Stefan Schultze (l., Kpt. Wilhelm Schultze) zwei neue geschäftsführende Vorstandsmitglieder gewählt. Damit besteht der Vorstand des Wirtschaftsverbands aus den drei Präsidiumsmitgliedern Christoph Bruns, Dr. Patric Drewes und Werner Pöser sowie aus den fünf weiteren Mitgliedern Christoph Holtkemper, Jens Juknischke, Patrick Rehberg, Stefan Meyer und Stefan Schultze. Ralf Miehe hatte sich mit Eintritt in den Ruhestand nicht mehr zur Wiederwahl gestellt.

EUROPÄISCHE SEEHÄFEN DISKUTIEREN IN BREMEN

BREMEN Die Jahrestagung der European Sea Ports Organisation (ESPO), der Interessenvertretung der Seehäfen bei der Europäischen Union, fand Anfang Juni im Bremer Parkhotel und damit erstmals in Deutschland statt. Rund 200 Vertreter von politischen Institutionen, Verbänden, Unternehmen und europäischen Hafengesellschaften diskutierten dort unter dem Titel „Europas Häfen als Partner im Wettlauf um eine Netto-Null-Zukunft“ unter anderem über die Auswirkungen der grünen Transformation der Wirtschaft auf die Frachtströme und auf Europas Häfen. Eröffnet wurde die Konferenz von Bremens bisheriger Senatorin für Wissenschaft und Häfen, Dr. Claudia Schilling. Dabei machte sie deutlich: „Die Entwicklung der Häfen hat die Bremer Stadtgeschichte geprägt, und die Entwicklung der Häfen wird auch in Zukunft der Motor für den wirtschaftlichen Erfolg unserer beiden Schwesterstädte sein. Für mich steht außer Frage, dass Veränderung und vor allem die Anpassung an die Erfordernisse der Zeit die Schlüssel für wirtschaftlichen Erfolg und Unabhängigkeit der Häfen sind.“ Weitere Infos und Fotos unter <https://bremenports.de/espo>.



BREMEN „BAGGERT“ AM POSITIVEN IMAGE

BREMEN Nur eine Woche nach der Tagung der europäischen Seehäfen fand die internationale Fachtagung zur Vermessungstechnik und Baggerei, der „World Congress of Dredging and Surveying“, im Juni in Bremen statt. Bei der von bremenports organisierten Veranstaltung tauschten sich Experten über gemeinsame Standards zur Vermessung und Datenverarbeitung sowie über neue Strategien für die Baggerei und nachhaltiges Baggeregutmanagement aus. „Bremen profiliert sich zunehmend als Ort für den internationalen Austausch in Sachen Hafenentwicklung“, stellte Bremens bisherige Senatorin für Wissenschaft und Häfen, Dr. Claudia Schilling, fest.



LÄNDER FORDERN MEHR ENGAGEMENT DES BUNDES

BERLIN Die für die deutschen Nordseehäfen zuständigen Senatorinnen und Minister trafen sich im Juni in der Bremer Landesvertretung in Berlin mit dem Maritimen Koordinator des Bundes, Dieter Janecek. Im Zuge der Diskussion wurde deutlich, dass unter anderem die Sicherstellung der Energieversorgung über funktionierende Häfen und die Stabilität der Lieferketten Aufgaben von nationaler Bedeutung seien, für die der Bund sein finanzielles Engagement um ein Vielfaches verstärken müsse. Derzeit leistet der Bund für Investitionen in die Häfen einen jährlichen Beitrag von 38 Millionen Euro für alle deutschen Hafenstandorte.

BHV MIT DER HAND AM PULS

BREMEN Mit dem „Projektlogistik-Monitor 2023“ und der „Blitzumfrage“ bewies die BHV – Bremische Hafen- und Logistikvertretung im Juni gleich doppelt, dass sie die Hand am Puls der Zeit hat. So verlief das Jahr 2022 laut „Projektlogistik-Monitor“ für knapp 75 Prozent der von der BHV befragten Projektlogistiker besser als das Vorjahr. Und fast die Hälfte erwartet für 2023, dass der Markt gegenüber 2022 noch weiter zulegt. „Allerdings kommt der Fachkräftemangel nun als größtes Problem mit voller Wucht in der Projektlogistik an“, warnt Dr. Patric Drewes (l.),

Präsidiumsmitglied der BHV, vor überzogenem Optimismus. Parallel dazu zeigte die „Blitzumfrage“, die unter den BHV-Mitgliedsunternehmen durchgeführt wurde, dass die Faktoren Kostendruck und Fachkräftemangel die Geschäfte der überwiegend maritim geprägten Logistikbranche im Bundesland Bremen gegenwärtig am stärksten beeinflussen. „75 Prozent der von uns Befragten klagen über allgemeine Preissteigerungen und den damit verbundenen Kostendruck. Dennoch sind die Geschäftsaussichten weiter positiv“, führte Werner Pöser (r.), ebenfalls Präsidiumsmitglied der BHV, aus. Ergebnisse zu beiden Umfragen unter www.bhv-bremen.de



FOTOS: ANDREAS-BURMANN (3X), BREMENPORTS (2X), KÜHNE+NAGEL, KPT. WILHELM SCHULTZE, EPAS, MICHAEL IHLE, SEAPORTS OF NIEDERSACHSEN, BHV (2X)

TRANSPARENTE EMISSIONSDATEN ALS ENTSCHEIDUNGSHILFE

Seit Anfang dieses Jahres arbeiten Cozero und Maersk bei der Entwicklung eines Analysetools, das die Transparenz von Emissionen im internationalen E-Commerce verbessern soll, zusammen.



Das Cozero-Gründungsteam – Tiago Taveira, Helen Tacke und Fabian Schwarzer – beim entspannten Informationsaustausch

Das 2020 gegründete Berliner Start-up hat dafür eine Softwarelösung entwickelt, die detaillierte Informationen zu jedem Paket liefert, das die dänische Unternehmensgruppe für europäische Onlinehändler ausliefert – vom Gewicht über den Transportweg bis hin zum verwendeten Fahrzeug. Denn internationale Pakete haben aufgrund der höheren Komplexität ihrer Lieferkette in der Regel einen größeren Treibhausgas-Fußabdruck als inländische Pakete.

„Unsere Plattform wurde entwickelt, um Emissionsdaten in komplexen Strukturen transparent zu machen, ihre Entstehung zu verstehen und auf dieser Grundlage den Treibhausgas-Fußabdruck von Unternehmen und ihrer Wertschöpfungskette zu reduzieren“, so Helen Tacke, Geschäftsführerin und Gründerin von Cozero. Zu diesem Zweck ist die Plattform in drei Module aufgeteilt. Das erste Modul „Log“ ist sowohl ein Monitoringtool als auch ein Forecastingtool. Es ermittelt nicht nur über 365 Tage im Jahr den klassischen CO₂-Fußabdruck eines Unternehmens, sondern erlaubt es auch, zukünftige Emissionsszenarien zu prognostizieren. Beim zweiten Modul „Act“ werden die erhobenen Daten optimiert, um daraus konkrete Dekarbonisierungsmaßnahmen abzuleiten, ehe in „Share“ die Kommunikation mit allen Beteiligten aufgenommen wird, um sie über die nächsten Schritte zu informieren.

Mehr als 30 mittelständische und große Unternehmen sowie weitere 600 Betriebe nutzen bereits die Cozero-Software in ihren Liefer- und Wertschöpfungsketten. Damit verwalten sie umgerechnet 16 Millionen Tonnen CO₂ – sogenannte „Emissions under Management“ (EuM). Mindestens zehn Prozent dieser mithilfe

der Plattform erfassten und transparent gemachten Emissionen können die Kunden nach Aussage von Cozero pro Jahr einsparen, um bis zum Jahr 2030 insgesamt zwei Gigatonnen CO₂ zu reduzieren. „Das sind durchaus realistische Ziele“, so Tacke, die auch die damit verbundene Perspektive für Cozero klar formuliert: „Wir haben die Ambition, für Transport und Logistik zu einem maßgeblichen Industriestandard zu werden.“

Belegt wird der Erfolg der Software – neben dem Vertrauen, das Maersk und die anderen Unternehmen Cozero entgegenbringen – auch durch die Auszeichnung der Berliner mit dem „Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022/23“ in der Kategorie „Design für Produkte, Systeme und Dienstleistungen“. In der Begründung der Jury hieß es über die Software: „Bemerkenswert ist die hohe Qualität und Transparenz der ermittelten Emissionsdaten, die sich hier zudem einfach und verständlich verwalten lassen und dadurch Entscheidungen für die Zukunft erleichtern.“ (bre) □



„Wir haben die Ambition, zu einem maßgeblichen Industriestandard zu werden.“

Helen Tacke, Geschäftsführerin und Gründerin von Cozero



BUNDESKANZLER SCHOLZ BESUCHT BRAKE

BRAKE Im Mai stattete Bundeskanzler Olaf Scholz (r.) dem Seehafen Brake und dem dort tätigen Umschlagsunternehmen J. MÜLLER einen Besuch ab. Im Beisein von Jan Müller, Vorstandsvorsitzender der J. MÜLLER AG (l.), betonte Scholz die Bedeutung der Häfen hierzulande und sagte: „Deutschland ist eine der größten

Exportnationen der Welt, und da gehören unsere Häfen mit dazu.“ Zudem seien die Häfen für die Versorgungssicherheit des Landes wichtig. „Ich hoffe, er wird unseren Hafen und diesen Vor-Ort-Austausch in guter und inspirierender Erinnerung behalten“, resümierte NPorts-Geschäftsführer Holger Banik im Anschluss an den Besuch.

CHRISTINA VOGT ÜBERNIMMT DIE MARITIME VERANTWORTUNG

BREMEN Anfang Juni hat die Bürgerschaft in Bremen die Mitglieder des neuen Senats für die 21. Legislaturperiode gewählt. Bei der Neuauflage des rot-grün-roten Bündnisses mit Bürgermeister Andreas Bovenschulte (SPD) an der Spitze wurde unter anderem Christina Vogt (Die Linke, 3. v. l.) zur neuen Senatorin für Wirt-

schaft, Häfen und Transformation gewählt. Sie folgt damit auf Dr. Claudia Schilling (SPD, 3. v. r.) die nun als Senatorin für Soziales und Arbeit sowie für Justiz und Verfassung fungiert. Die weiteren Senatorinnen und Senatoren sind Sascha Karolin Aulepp, Claudia Bernhard, Björn Fecker, Ulrich Mäurer, Kathrin Moosdorf und Özlem Ünsal.



FOTOS: J. MÜLLER, SENAT DER FREIEN HANSESTADT BREMEN, ANKER-SCHIFFFAHRT, BHV

NEUES GEBÄUDE FÜR MEHR ALS 250 MITARBEITER

EMDEN Die Anker Schiffs- und Gesellschaft bekennt sich weiter zum Standort Emden und hat ein neues Bürogebäude an ihrem Firmensitz am Flügeldeich errichten lassen. Ende Mai fand die offizielle Einweihungsfeier statt, an der nicht nur Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner, sondern auch namhafte Vertreter aus Politik und Wirtschaft teilnahmen. Das Gebäude verfügt über insgesamt 1.050 Quadratmeter auf drei Etagen. Das Erdgeschoss

und erste Obergeschoss bieten Platz für 240 gewerbliche Mitarbeiter im Zweischichtbetrieb, und im zweiten Obergeschoss befinden sich 25 Büroarbeitsplätze für das kaufmännische Personal.



BHV BAUT NETZWERK-AKTIVITÄTEN AUS

BREMEN Um ihren Mitgliedern in einer durch Unsicherheiten geprägten Zeit ein starker Partner zu sein, hat die BHV – Bremische Hafen- und Logistikvertretung jüngst ihre Service- und Netzwerkaktivitäten ausgebaut. So hat unter anderem die Arbeitsgruppe Digitalisierung im Juni den „Kompetenzatlas Digitalisierung“ veröffentlicht. Hierzu gibt der Verband auf der Website <https://kompetenzatlas.bhv-bremen.de/> einen umfassenden Überblick über aktuelle digitale Lösungen und Projekte der BHV-Mitgliedsunternehmen. Parallel dazu hat die Arbeitsgruppe Fachkräfte- und Nachwuchsgewinnung eine Verbundausbildung innerhalb der BHV angeschoben, um die Qualität und Attraktivität in den Ausbildungsberufen der Hafen- und Logistikbranche zu erhöhen. Last but not least initiierte die Arbeitsgruppe Green Logistics in diesem Jahr erstmals eine Dialogveranstaltung, um die Themen Energieeffizienz, Klimaneutralität und -kompensation in ihrem Mitgliederkreis voranzubringen. „Mit unseren Maßnahmen verfolgen wir das wichtige Ziel, die bremischen Häfen wieder stärker in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken, gerade auch auf Bundesebene“, betont BHV-Geschäftsführerin Petra Lüdeke.





WEICHENSTELLUNG FÜR NATIONALE ENERGIEWENDE

EMDEN/OLDENBURG/STADE

Die Arbeitsgemeinschaft Niedersächsische Seehäfen hat in Kooperation mit NPorts eine Studie beauftragt, die die Konformität der Häfen im Hinblick auf den Windenergieausbau untersucht, damit diese in den kommenden Jahren den bestmöglichen Beitrag zum Gelingen der deutschen Energiewende leisten können. Die Studie soll auf der Nationalen Maritimen Konferenz, die Anfang September in Bremen stattfindet, vorgestellt werden und Eingang in die Nationale Hafenstrategie des Bundes finden. Erste Ergebnisse der Analyse haben Michael de Reese, Sprecher der Arbeitsgemeinschaft Niedersächsische Seehäfen (r.), und Dr. Dennis Kruse, Geschäftsführer der mit der Studiererstellung beauftragten Deutsche WindGuard (l.), bereits auf der „transport logistic“ in München vorgestellt. „Die niedersächsischen Seehäfen sind bereit“, sagt Michael de Reese. „Das Flächenpotenzial ist vorhanden. Wenn die Ausbauziele in der Windenergie bis 2030 erreicht werden sollen, müssen jetzt die politischen Investitionsentscheidungen getroffen werden, damit Umschlagsflächen auch kurzfristig entwickelt werden können.“



KOOPERATION FÜR EFFIZIENTE HAFENUNTERHALTUNG

BREMEN/EMDEN NPorts Emden, die Technische Universität Delft und fünf weitere Häfen sind im Juni auf dem „Workshop on Dredging and Surveying“ in Bremen zusammengekommen, um die Herausforderungen in Sachen Verschlickung und Schifffahrtstiefe sowie die Entwicklung automatisierter Verfahren zukünftig gemeinsam anzugehen. Zu diesem Zweck unterzeichneten sie ein Memorandum of Understanding zum Thema „Nautische Tiefe“. Zu den beteiligten Häfen zählen der Port of Antwerp-Bruges (POAB), Groningen Seaports, Hamburg Port Authority (HPA), Harwich Haven Authority (HHA) und der Port of Rotterdam (PoR).



NIEDERSÄCHSISCHE VIELFALT GEMEINSAM PRÄSENTIEREN

ROTTERDAM Die niedersächsischen Seehäfen gelten als Experten, wenn es um die Abwicklung von Stück- und Schwergut sowie von Projektladung geht, die eine spezialisierte Logistik und Handhabung erfordern. Diesem breiten Spektrum entsprechend präsentierten sich auf der „Breakbulk Europe“ im Juni in Rotterdam gleich 13 Unternehmen aus Niedersachsen auf dem 63 Quadratmeter großen Gemeinschaftsstand. Mit dabei waren Anker Schifffahrt, Blue Water BREB, BREB, Cuxport, DFDS, Elbclearing, epas, die EVAG, J. MÜLLER Weser, der Jade-Dienst, Mosolf, Rhenus Nordenham und die Wilhelmshavener Hafenwirtschafts-Vereinigung.



MERCEDES-BENZ ZEICHNET BLG LOGISTICS AUS

BREMEN Im Juni erhielt BLG LOGISTICS von Mercedes-Benz den „Supplier Award 2023“ in der Kategorie „Nachhaltigkeit“. Mit der Auszeichnung würdigt der Automobilhersteller einmal im Jahr herausragende Leistungen seiner Lieferanten. BLG LOGISTICS erhielt den Award für das grüne Leuchtturmprojekt „C3 Bremen“, das in vielerlei Hinsicht als Blaupause für den Bau und die Gestaltung von Logistikimmobilien der Zukunft gilt. Matthias Magnor, Vorstandsmitglied und Chief Operating Officer (COO) der BLG-Gruppe, nahm den Preis im Mercedes-Benz-Kundencenter in Sindelfingen vor rund 500 Teilnehmern entgegen.



RHEDERVEREIN SETZT AUF BEWÄHRTE FÜHRUNG

BREMEN Auf seiner ordentlichen Mitgliederversammlung im Juni hat der Bremer Rhederverein Michael Vinnen (l.) und Ralf Reinhardt erneut einstimmig in den Vorstand gewählt. Zudem wurden Vinnen als Vorsitzender und Dirk O. Rogge (r.) als stellvertretender Vorsitzender in ihren Ämtern bestätigt. Damit setzt sich der Vorstand des Vereins unverändert wie folgt zusammen: Michael Vinnen (F. A. Vinnen), Dirk O. Rogge (D. Oltmann Reederei), Björn Hollnagel (BOCS Bremen Overseas Chartering and Shipping), Ralf Reinhardt (Reederei Horst Zeppenfeld) und Joachim Zeppenfeld (Bremer Bereederungs-gesellschaft).

FOTOS: SEAPORTS OF NIEDERSACHSEN (2X), NPORTS; BIG/SANDRA BECKFELDT; BREMER RHEDERVEREIN (2X), J. MÜLLER, ELBREKLAWE/MARKUS GRABBSCH, BHV, BLG LOGISTICS, HELLMANN WORLDWIDE LOGISTICS

G2 OCEAN UND J. MÜLLER UNTERZEICHNEN VERTRAG

OSLO Ende Mai reisten der niedersächsische Ministerpräsident Stephan Weil (l.) und der niedersächsische Minister für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung Olaf Lies (2. v. r.) mit einer rund 60-köpfigen Delegation aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft nach Norwegen und Estland. Auf der Themenagenda standen unter anderem der Ausbau der erneuerbaren Energien, die grüne Transformation sowie die Stärkung der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Niedersachsen und den beiden Ländern. Im Rahmen der Delegationsreise erfolgte zudem die offizielle Vertragsunterzeichnung zwischen G2 Ocean und der J. MÜLLER AG, vertreten durch Vorstandsmitglied Jens Ripken (2. v. l.), in den Räumlichkeiten der Deutschen Botschaft in Oslo. Zuvor hatte J. MÜLLER die norwegische Reederei für den Seehafen Brake gewinnen können: Seit Juli 2022 laufen die ein- und ausgehenden Nordamerika-Dienste von G2 Ocean über den niedersächsischen Logistikhub.



WERTSCHÄTZUNG FÜR DIE ASPHALTHELDEN

CUXHAVEN Am internationalen Tag der Berufsfahrer starteten Cuxport und DFDS im Mai eine besondere Aktion: Mitarbeiter beider Unternehmen verteilten am Gate von Cuxport kleine Geschenktüten für die Helden des Asphalt. Gefüllt waren diese mit Kaffeebechern, Süßigkeiten und einem Pflegeset für unterwegs. „Mit den Präsenten wollten wir nicht nur unsere Wertschätzung für die hart arbeitenden Fahrerinnen und Fahrer zum Ausdruck bringen, sondern auch darauf aufmerksam machen, dass speziell dieser so wichtige Bereich der Logistikbranche Unterstützung benötigt,“ so Karsten Ihlemann, Terminal-Manager bei DFDS.



„BHV-GOLFER“ ERSPIELEN 4.400 EURO-SPENDE

BREMEN Bei perfektem Golfwetter fand im Juni das Golfturnier der BHV – Bremische Hafen- und Logistikvertretung um den „11. Bremen Cup“ statt. Dazu konnte BHV-Schatzmeister und Organisator Christoph Holtkemper (r.) 22 Flights mit 88 Spielern begrüßen. Mit 62 Punkten siegte in der Nettoklasse die Mannschaft von Blaum Dettmers Rabstein. In der Bruttowertung dominierte mit 43 Bruttopunkten das Team BLG/EUROGATE. Der glücklichste Sieger des Abends war jedoch die Stiftung Solidarität Ukraine, für die Pastor Andreas Hamburg (l.) von der Ev. St.-Markus-Gemeinde einen Spendencheck in Höhe von 4.400 Euro in Empfang nehmen durfte.

BLG-GRUPPE STEIGT UMSATZ UM 6,5 PROZENT

BREMEN „2022 geht in die Geschichte ein als das Jahr der Multikrisen“, sagte der BLG-Vorstandsvorsitzende Frank Dreeke auf der 143. Ordentlichen Hauptversammlung der Bremer Lagerhaus-Gesellschaft im Juni. Dennoch konnte die BLG-Gruppe für das Geschäftsjahr 2022 einen Umsatz in Höhe von 1,12 Milliarden Euro verbuchen. Das sind 6,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Dabei stiegen die Umsatzerlöse in allen drei Geschäftsbereichen Automobile, Contract und Container. Insgesamt weist die Unternehmensgruppe für das Geschäftsjahr 2022 ein Ergebnis vor Steuern von 55,7 Millionen Euro und damit 3,5 Millionen Euro mehr als 2021 aus.



ERFOLGREICHE RÜCKHOLAKTION BEI HELLMANN

OSNABRÜCK Im Mai vermeldete Hellmann Worldwide Logistics, dass man Natasha Solano-Vesela als Global Airfreight Director Perishables gewinnen konnte. In dieser neu geschaffenen Position verantwortet sie die strategische Weiterentwicklung des Bereichs Perishables innerhalb des globalen Luftfrachtprodukts. Mit Solano-Vesela holt Hellmann eine Branchenkennerin ins Unternehmen zurück: Nach verschiedenen Stationen bei internationalen Logistikdienstleistern war die gebürtige Tschechin zuletzt für Maersk und davor für Kühne+Nagel in verantwortungsvollen Führungspositionen tätig.

2023

SAVE
THE
DATE

Zahlreiche interessante Veranstaltungen sind angekündigt und geplant. Doch mitunter kann es nach Redaktionsschluss noch kurzfristige Verschiebungen geben. Deshalb sind diese Angaben ohne Gewähr. Wir bitten Sie, diese noch einmal zeitnah zu prüfen, zum Beispiel auf unserer Webseite www.logistics-pilot.com/event-kalender/



2023			
AUG	31. 8. 2023	Logistics Talk www.bremenports.de Neuss, Deutschland	
	1. 9. 2023	31. Niedersächsischer Hafentag www.seaports.de Stade, Deutschland	
SEP	1. 9. 2023	56. Kapitänstag www.bhv-bremen.de Bremen, Deutschland	
	5. 9. 2023	Hafen trifft Festland www.jadeweserport.de Frankfurt, Deutschland	
	14. – 15. 9. 2023	13. Nationale Maritime Konferenz www.bmwk.de Bremen, Deutschland	
	15. – 17. 9. 2023	Tag der Schiene www.tag-der-schiene.de Bremerhaven, Deutschland	
	21. – 22. 9. 2023	ENVOCONNECT www.envoconnect.com Bremerhaven, Deutschland	
	26. – 28. 9. 2023	Breakbulk Americas www.americas.breakbulk.com/home Houston, USA	
	27. – 28. 9. 2023	HYDROGEN Technology Expo www.bremenports.de Bremen, Deutschland	
	28. 9. 2023	Logistics Talk www.bremenports.de Wien, Österreich	
OKT	10. 10. 2023	BHV-Hafenclub www.bhv-bremen.de Bremen, Deutschland	
	11. 10. 2023	Hafen trifft Festland www.jadeweserport.de Mannheim, Deutschland	
	16. 10. 2023	Exkursion auf der Luneplate www.bremenports.de Bremerhaven, Deutschland	
	19. 10. 2023	Logistics Talk www.bremenports.de Stuttgart, Deutschland	

IMPRESSUM

LOGISTICS PILOT
ISSN 2195-8548

Herausgeber:
bremenports GmbH & Co. KG
Hafenstraße 49, 28217 Bremen
www.bremenports.de
Ronald Schwarze
Telefon: +49 421 30901-610
E-Mail: marketing@bremenports.de

Projekt- und Anzeigenleitung:
Thomas Walbröhl
Telefon: +49 421 30901-616
E-Mail: marketing@bremenports.de

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom 11.2023
www.bremenports.de/logistics-pilot

Verlag:
DVV Media Group GmbH
Heidenkampsweg 73–79, 20097 Hamburg
www.dvvmedia.com

Projektmanagement:
Thorsten Breuer, verantwortlich;
Julia Schwericke, Ciska van der Schalk

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

Layout:
Monique Dobrzalak

Druck:
müllerditzten, Bremerhaven
www.muellerditzten.de
gedruckt auf 100% recyceltem FSC-Papier

LOGISTICS PILOT erscheint sechsmal im Jahr in einer Auflage von 5.000 Exemplaren (Deutsch). Die Inhalte sind auch online unter www.logistics-pilot.com abrufbar. Bitte scannen Sie dafür den QR-Code.

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 eingesandte Fotos, Manuskripte und sonstige Datenträger aus.

Im Sinne der besseren Lesbarkeit verwenden wir bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern im LOGISTICS PILOT in der Regel die männliche Form. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.



DIESES MAGAZIN IST EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT VON

bremenports GmbH & Co. KG
Bremische Hafen- und Logistikvertretung e. V.
JadeWeserPort-Marketing GmbH & Co. KG
Seaports of Niedersachsen GmbH



BLG LOGISTICS

**WAS WIR TUN, NENNT
MAN LOGISTIK. WIE WIR
ES TUN, LEIDENSCHAFT.**

Seit über 145 Jahren sind wir Ihr verlässlicher Partner für Seehafen- und Logistikdienstleistungen!

www.blg-logistics.com

LOGISTICS PILOT

AUSGABE
AUGUST 2023

GERMAN PORTS

ARBEIT MARKT

DIE LAGE BLEIBT A

NICHT DER HEILIGE GRAL
Zu Risiken und Nebenwirkungen
sind um die Vorträge
Seite 12

MEHR FRAGEN
Die WISTA hat Vor
seit 1974 auf
Seite 12



BLÄTTERN. KLICKEN. ODER WISCHEN.

Lesen Sie den LOGISTICS PILOT auf Papier oder online. Auf unserer Website finden Sie ausgewählte Inhalte unseres Magazins und können in verschiedene Themenschwerpunkte und Regionen der Welt eintauchen.

www.logistics-pilot.com

FÜR IOS:



FÜR ANDROID:

