



Kreativ und unkonventionell

Auf dem diesjährigen Bremer Schifffahrtskongress standen kreative Ideen und unkonventionelle Wege im Mittelpunkt, um die maritimen Branche aus dem Fachkräfte- und Nachwuchsmangel herausführen.



MCN e. V.

Die Workshop-Referentinnen (v. l.): Anna Lisa Peste (German Tanker Shipping), Nadine Schröder (Schramm Group), Tina Krämer und Birte Stüve (Deutsches Schifffahrtsmuseum).

Die von der Hochschule Bremen initiierte gemeinsame Veranstaltung mit dem Maritimen Cluster Norddeutschland (MCN) und zahlreichen maritimen Institutionen und Verbänden gilt seit 17 Jahren als einer der wichtigsten Branchentreffs zu personalwirtschaftlichen Fragestellungen.

Bei der Suche nach Fach- und Nachwuchskräften hat es die zumeist mittelständisch geprägte maritime Wirtschaft mit einer besonderen Herausforderung zu tun: „Anders als in Unternehmen an Land ist in der Schifffahrt häufig nicht zu erkennen, welche attraktiven Berufsbilder und Tätigkeiten es hier gibt“, sagt Sabine Zeller, Geschäftsführerin der Berufsbildungsstelle Seeschifffahrt in Bremen. Klassische Maßnahmen zur Nachwuchsgewinnung wie Stellenanzeigen und Informationsstände auf Job-Messen reichen für die maritime Wirtschaft nicht aus, lautete die Botschaft auf dem Bremer Schifffahrtskongress. Dem diesjährigen zentralen Thema „Nachwuchssicherung und Personalbindung in der maritimen Wirtschaft“ entsprechend, war ein besonderer Workshop der „Herausforderung Rek-

rutierung in der maritimen Wirtschaft“ gewidmet. Dank praxisnaher Impulsvorträge aus Reederei- und Hafenwirtschaft sowie schifffahrtsnahen Institutionen erwies sich die von Dr. Susanne Neumann (Leiterin der MCN-Geschäftsstelle Niedersachsen) und Sabine Zeller moderierte Gesprächsrunde als Ideenbaukasten für Teilnehmende aus Unternehmen in ganz Norddeutschland.

Spielerisches Lernen und Social Media

Die thematische Bandbreite des Workshops reichte von Detailinformationen über die Erwartungen junger Menschen an Bewerbungsverfahren bis zu unkonventionellen Aktionen und Programmen zur Mitarbeitergewinnung. So berichtete Anna Lisa Peste (German Tanker Shipping GmbH & Co. KG) aus ihrer Masterarbeit, dass konsequentes und modernes Employer Branding sowie eine klare Recruiting-Strategie wichtige Bausteine auf dem Weg zur Personalgewinnung und -bindung seien. Nadine Schröder (Schramm Group GmbH & Co. KG) stellte mit der Aktion „Azubi Ahoi“ eine unternehmenseigene Ausbildungsmesse vor, auf der die Auszubildenden des Hafen- und Logistikunternehmens ihren Arbeitgeber und die spannende Vielfalt ihrer Ausbildung vorstellen. Spielerisch lernen die potenziellen künftigen Auszubildenden dabei beispielsweise, dass auch scheinbare Routinearbeiten wie das Erstellen eines Schichtplans spannend sein können. Tina Krämer und Birte Stüve (Deutsches Schifffahrtsmuseum) stellten das Konzept für die Azubi-Regatta vor, auf der Schülerinnen und Schüler die Berufsangebote der teilnehmenden Firmen und den Erlebnisort Museum kennenlernen konnten.

Immer mehr Unternehmen setzen für die Werbung um Nachwuchs- und Fachkräfte auf soziale Medien wie Instagram, Facebook und TikTok. Der virtuelle Kontakt reiche aber nicht aus, um enge Verbindungen zu knüpfen, lautete eine der zentralen Workshop-Botschaften: „Wir müssen viel stärker das direkte und persönliche Gespräch suchen“, betonte Sabine Zeller. Ähnlich fasste auch Dr. Susanne Neumann die Erkenntnisse des Workshops zusammen: „Selbst wenn man als Unternehmen nicht darum herumkommt, Social-Media-Kanäle zu bedienen, so geht doch nichts über die persönliche Ansprache und erfahrbare Eindrücke.“ **Martin Heying**

Anzeige

AKADEMIE BARTH



Kompetenzteam Binnenschifffahrt

BILDUNG

- ADN und GbV
- Ausbilderqualifikationen
- Binnenschiffeaufnahme
- Existenzgründung

BERATUNG

- Fahrgastschifffahrt
- Patente, z.B. Unions-, Radarpatent
- Sicherheit und Gesundheitsschutz
- Simulatortraining

BETREUUNG

- Sprechfunk
- Technik Grundlagen
- Maßgeschneideres
- In-House-Schulungen

Standorte
in Duisburg
und Basel