



Muss das sein?

Nicht nur Veranstaltungen wie der Girls' Day bemühen sich, Logistikberufe für Frauen attraktiver zu machen und sie für klassische „Männerjobs“ zu interessieren. Auch viele Gruppierungen setzen sich dafür ein. Doch wieso braucht es das?



Christina Jost/HGK

15 Mädchen und zwei Jungen kamen am Girls' Day 2026 zur HGK-Gruppe, um einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Im ersten Drittel des Jahres 2026 war viel los: Zwischen Veranstaltungen von diversen Gruppierungen wie der Initiative „Logistik ist weiblich“, der Regionalgruppe „Ladies in Logistics“ oder des Netzwerks „LogWorkPink“ fand am 23. April der Girls' Day statt: Ein Tag, der dazu dient, Schülerinnen Einblicke in klassisch männlich dominierte Jobs zu geben, zu denen auch die meisten Logistikberufe und die Binnenschifffahrt zählen. Doch warum das alles? Warum gibt es Netzwerke für Frauen in der Transport- und Logistikbranche und den Girls' Day? Wieso bemüht man sich, Frauen in die Branche zu bekommen?

Darüber hat die SUT mit Susanne Pietsch, CFO der HGK-Gruppe, gesprochen, einer Frau in der Logistik, im Finanzbereich und zugleich in einer Führungsposition. Sie erzählt: „Ich bin selbst keine Logistikerin, habe aber in den anderthalb Jahren bei der HGK an vielen Stellen Einblicke gewonnen. Ich war an vielen Standorten und habe tatsächlich nicht viele Frauen getroffen. Gerade in den operativen Bereichen ist das sehr überschaubar.“ In der HGK AG liegt der Frauenanteil bei rund 15 Prozent, berichtet sie.

Wieso sollten Mädchen in die Logistik?

Doch zunächst ein Blick auf die Mädchen – potenzielle Logistik-Mitarbeiterinnen oder mögliche Binnenschifferinnen. Ihnen die Branche als möglichen Arbeitsplatz vorzustellen, heißt, ihnen eine weitere Möglichkeit aufzuzeigen, die sie sonst viel-

leicht gar nicht in Erwägung ziehen: „Der Girls' und Boys' Day findet in einem Alter statt, in dem die Meinungen der Kinder und Jugendlichen noch nicht so eingefahren sind, in dem noch eine große Offenheit und eine Neugier da ist“, findet Pietsch. In dem Alter könne man ihnen noch klar machen, dass zwischen Jungs und Mädchen kein großer Unterschied besteht. „Ich finde es auch klasse, dass man jungen Menschen die Chance gibt, sich selbst ein Bild von Berufen zu machen.“

Es gibt durchaus Mädchen, die sich eine Zukunft in der Branche vorstellen können. Für sie liegt die Hemmschwelle viel höher als für Männer: Zum einen, weil fast ausschließlich Männer dort vertreten sind, zum anderen, weil es noch immer als körperlich belastende Arbeit gilt, obwohl inzwischen zumeist technische Lösungen unterstützen, wie Pietsch betont: „Warum sollte eine Frau nicht Kranführerin sein? Da macht die Maschine die Arbeit, da geht es darum, filigran zu steuern und die Technik im Griff zu haben – warum sollte eine Frau das nicht können und warum sollte der Beruf für eine Frau unattraktiv sein?“ Es sei wichtig, so Pietsch, jungen Frauen zu erklären, dass diese berufliche Perspektive da ist – auch damit sie ins Unternehmen kommen.

Wieso die Logistikbranche Frauen braucht

Denn mit dem aktuellen Fachkräftemangel ist es für die Unternehmen selbst wichtig, sich der Arbeitskraft von Frauen zu öffnen. Trotz der gewandelten Wirtschaftslage kämpfen viele Betriebe in der Binnenschifffahrt und anderen Transport- und Logistikbereichen weiterhin um Nachwuchs und qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wie Pietsch es auf den Punkt bringt: „Während sich an anderen Stellen der Arbeitnehmermarkt wieder zu einem Arbeitgebermarkt dreht, ist es für uns als Unternehmen mit technischen und gewerblichen Berufen wichtig, eine möglichst große Menge an Menschen zu haben, aus der wir Mitarbeitende akquirieren können.“ 50 Prozent der Menschheit auszuschließen und nur bei den Männern zu suchen, wäre aus Unternehmenssicht falsch, erklärt sie; zudem gehen viele der HGK-Mitarbeitenden in den nächsten Jahren in den Ruhestand: „Deshalb ist es für uns wichtig, dass Frauen genau diese gewerblichen und technischen Berufe ergreifen: Damit wir einfach gutes Fachpersonal finden.“

Herausforderungen und Chancen

So einfach ist es aber nicht, wie bereits angesprochen: Die Branche muss sich anpassen und attraktiver gestalten. Junge Mütter und zunehmend junge Väter gehen in Elternzeit, möchten aber wieder in Vollzeit arbeiten, wenn die Kinder größer und selbstständiger sind. „Da ist die Logistikbranche an vielen Stellen noch sehr traditionell“, bemängelt Pietsch. „Und das geht Hand in Hand: Der geringe Frauenanteil ist meines Erachtens Aus-



druck eines sehr traditionellen Bildes und der Umgang mit Teilzeit und Homeoffice ist es wahrscheinlich auch.“ Auch Unternehmen haben ein Interesse dran, dass die Arbeitskraft nach der Elternzeit wieder voll zur Verfügung steht, betont Pietsch: „Da ist Teilzeit für einen begrenzten Zeitraum ein super Instrument, um die Arbeitskraft im Unternehmen zu halten. Manchmal fällt an bestimmten Stellen gar nicht mehr für eine Vollzeitstelle Arbeit an. Flexibilisierung in beide Richtungen kann für das Unternehmen, aber auch für die Mitarbeitenden ein gutes Instrument sein.“

Neben den strukturellen Begebenheiten, von denen Frauen bislang häufiger betroffen sind, müssen sie sich in den klassischen Logistikberufen zudem gegen die Männer durchsetzen können. Daneben sieht Pietsch als weitere große Herausforderung: „Sich nicht allein zu fühlen, wirklich ernst genommen zu werden und mit der eigenen Aufgabe sichtbar zu sein. Ich glaube nicht, dass es eine größere Herausforderung für Frauen als für Männer ist, die Aufgaben zu erledigen oder einen guten Job zu machen.“ Frauen brauchen Selbstbewusstsein, „und Menschen, mit denen man sich austauschen kann, ein Netzwerk, um Rat einzuholen. Die Hemmschwelle, Probleme anzusprechen, ist unter Gleichgesinnten immer geringer. Wenn Frauen Männer etwas fragen, heißt es schnell mal: „Ach Mädchen, was hast du jetzt schon wieder?““

Frauen in Führungspositionen

Es geht sogar noch einen Schritt weiter: Laut einer McKinsey-Studie haben Unternehmen mit mehr Frauen in Führungspositionen weltweit eine um 39 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein, als Unternehmen mit der geringsten Diversität. Es ist also durchaus sinnvoll, auch die Teams oben im Betrieb besser zu durchmischen. Auch hier gibt es jedoch Herausforderungen: „Ich bin dieses Jahr 30 Jahre im Job und habe als Finanzerin immer in Bereichen gearbeitet, in denen ich mit meinen Kolleginnen in der Unterzahl war. Ich habe meine Methoden entwickelt, damit umzugehen. Etwa habe ich mich daran gewöhnt, dass ich manchmal Dinge einmal mehr sagen muss als die Kollegen, damit es durchdringt. Und ich habe gelernt, dass es wichtig ist, mit einer Sachlichkeit und fachlichen Inhalten zu überzeugen, und nicht zu emotional an Dinge heranzugehen“, erklärt Pietsch.



Christina Joost/HGK

CFO der HGK-Gruppe Susanne Pietsch ermutigte die Kinder, neugierig zu sein und neue Wege zu gehen.

Es gehe ihr nicht darum, dass alle Mädchen ihre Ziele in Führungspositionen setzen: „Ich glaube, das Ziel sollte immer sein, eine Aufgabe zu übernehmen oder sich dahin zu entwickeln, wo man wirklich gut ist. Das kann eine Fachkarriere sein, das kann aber genauso gut eine Führungsaufgabe sein.“ Viele junge Frauen wissen allerdings gar nicht, dass es diese Möglichkeit für sie gibt, bemängelt Pietsch: „Das gilt für die Logistik genauso wie für alle anderen Lebensbereiche. Wir müssen Mädchen vermitteln, dass sie Dinge erreichen können und sie bestärken.“

Deshalb hat sie den festen Willen, mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen, das zu fördern und den Rahmen dafür zu schaffen: „Ich glaube, je mehr Vorbilder man hat, desto einfacher wird es für junge Menschen, sich dahin zu orientieren. Für mich ist es wichtig, in meiner Funktion ein Vorbild zu sein und eine Selbstverständlichkeit zu erzeugen.“ Denn natürlich kann eine Frau auch Vorständin werden, betont Pietsch: „Man muss zeigen, dass es egal ist, ob ein Mann oder eine Frau in eine Rolle geht. Ich möchte einfach in 10 oder 15 Jahren gar nicht mehr drüber sprechen, ob wir bei einer Nachbesetzung eher eine Frau oder einen Mann suchen. Da sollte es selbstverständlich sein, dass wir jemanden finden, der sehr gut für eine Position geeignet ist, und dann kommen hoffentlich gleich viele Bewerbungen von Männern und von Frauen.“ **Deborah Baran**

Anzeige

Wir sind dabei
2.-4. Juni 2026 | Gorinchem
Maritime Industry 2026

Besuchen Sie uns
am Stand **K25!**

HGK
SHIPPING

**MARITIME
INDUSTRY**