

Wer wird denn hier gleich die Segel streichen? Herausforderungen in der maritimen Rekrutierung

Helge Bartels

COO

Bernhard Schulte GmbH & Co. KG



Willkommen bei der...

...”Segelschiffahrt”

GESUNDHEIT

FACHKRÄFTEMANGEL

GENDER SHIFT

MOBILITÄT

ARBEITSMIGRATION

NEW WORK

QUIET QUITTING

KONNEKTIVITÄT

INDIVIDUALISIERUNG

NEOÖKOLOGIE

SILVER SOCIETY



Megatrends sind nicht nur Bewegungen (= Wellen) an der Oberfläche, sondern Tiefenströmungen des Wandels

(nach: Zukunftsinstitut, 2022)

01 Megatrends, Arbeitsmarkt, neue Generationen
– vor welchen Herausforderungen stehen wir?

02 Ein Blick auf und in die Schulte Gruppe:
– wie gehen wir mit diesen Herausforderungen um?

Megatrends, Arbeitsmarkt, neue Generationen – vor welchen Herausforderungen stehen wir?

01

Megatrends



Treiber der Transformation:

Digitalisierung
Demografie
Diversität

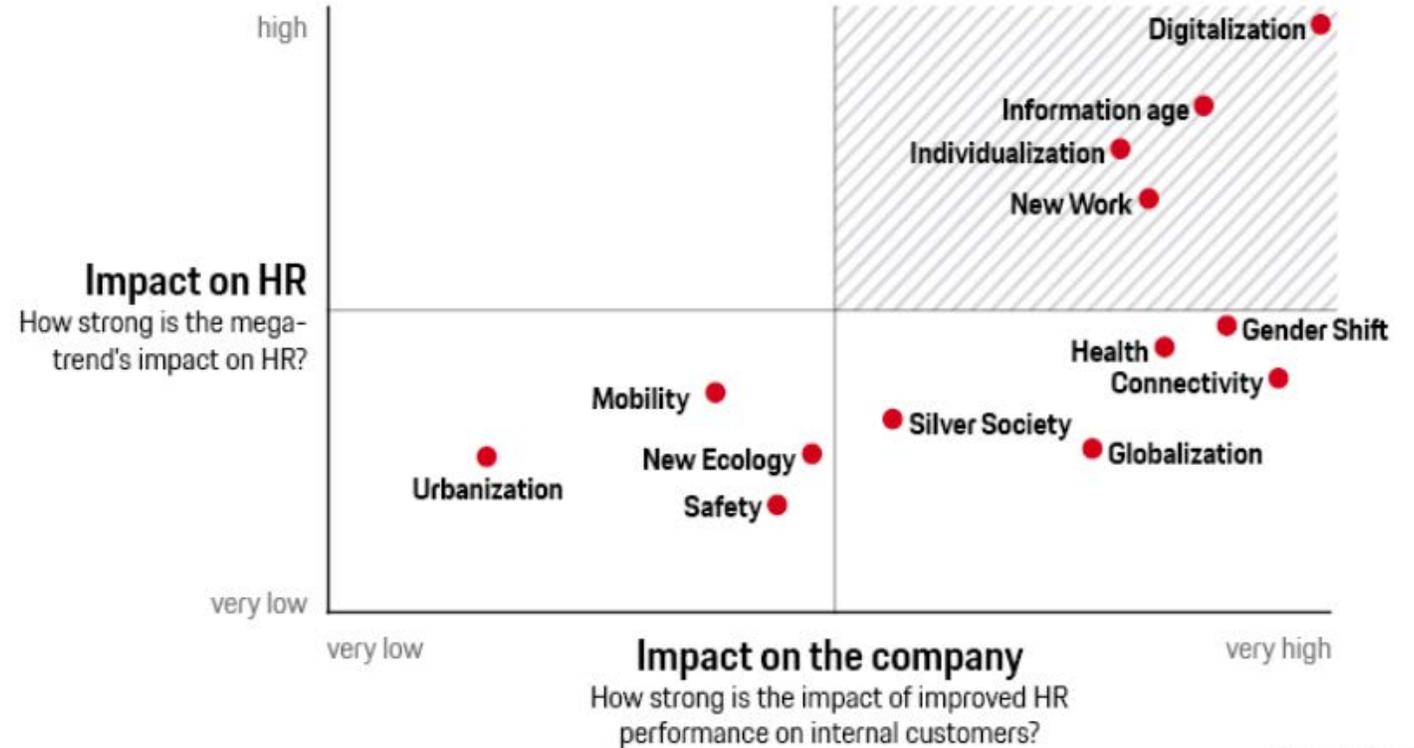


Quelle: <https://www.porsche-consulting.com/de/medien/publikationen/detail/white-paper-the-chro-agenda/> und <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/#abgrenzung>

Megatrends

Trends, die einen besonderen Einfluss auf die HR Arbeit haben:

- Digitalisierung
- Informationszeitalter
- Individualisierung
- New Work



© Porsche Consulting

Fig. 1. Four megatrends are already having a very strong impact on HR work

Quelle: <https://www.porsche-consulting.com/de/medien/publikationen/detail/white-paper-the-chro-agenda/>

Megatrends

New Work:

Struktureller Wandel der Arbeitswelt

Individualisierung:

Sinn- und Kulturfragen – unter dem Leitsatz „People First“

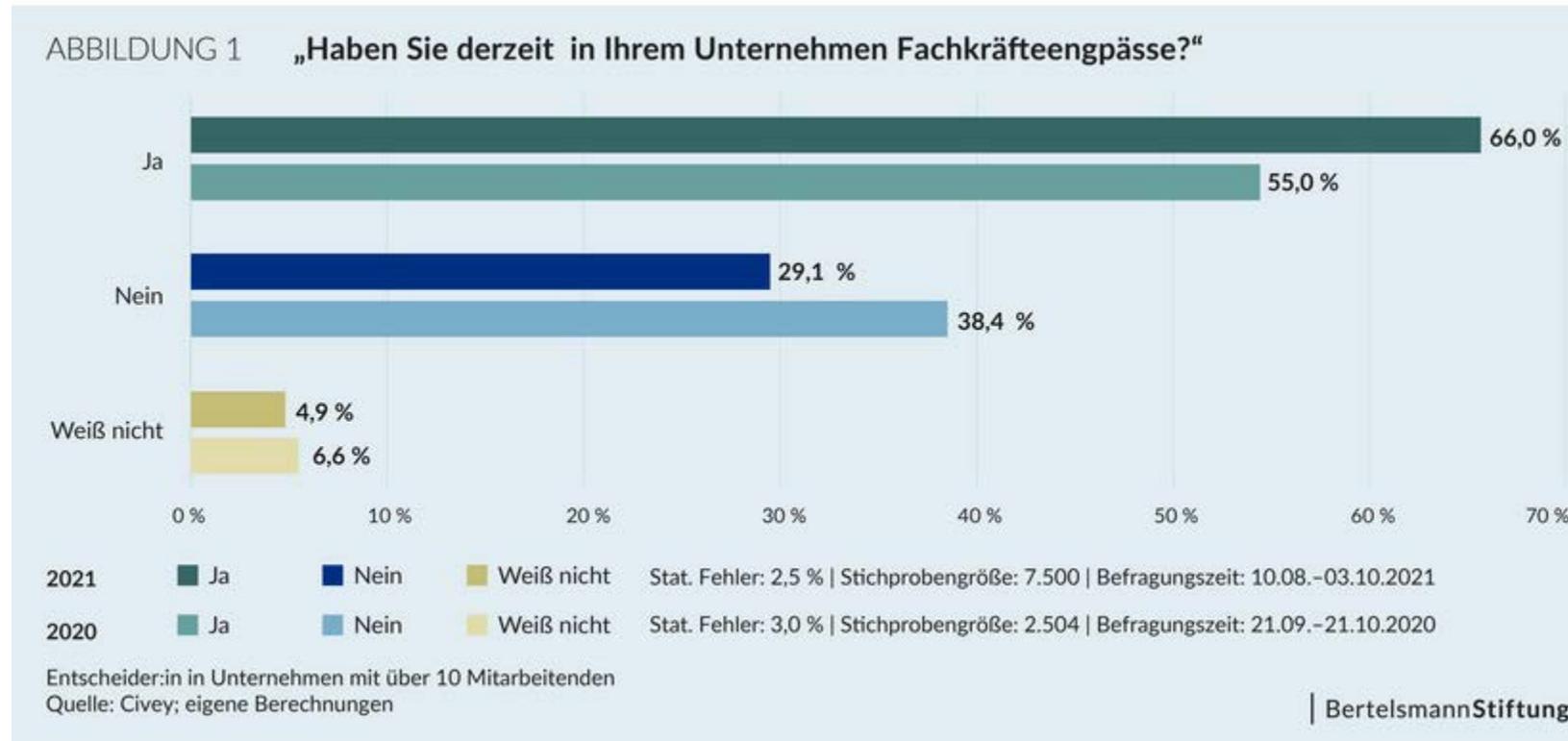
Informationszeitalter:

Systematische Re- und Upskilling-Programme

Digitalisierung:

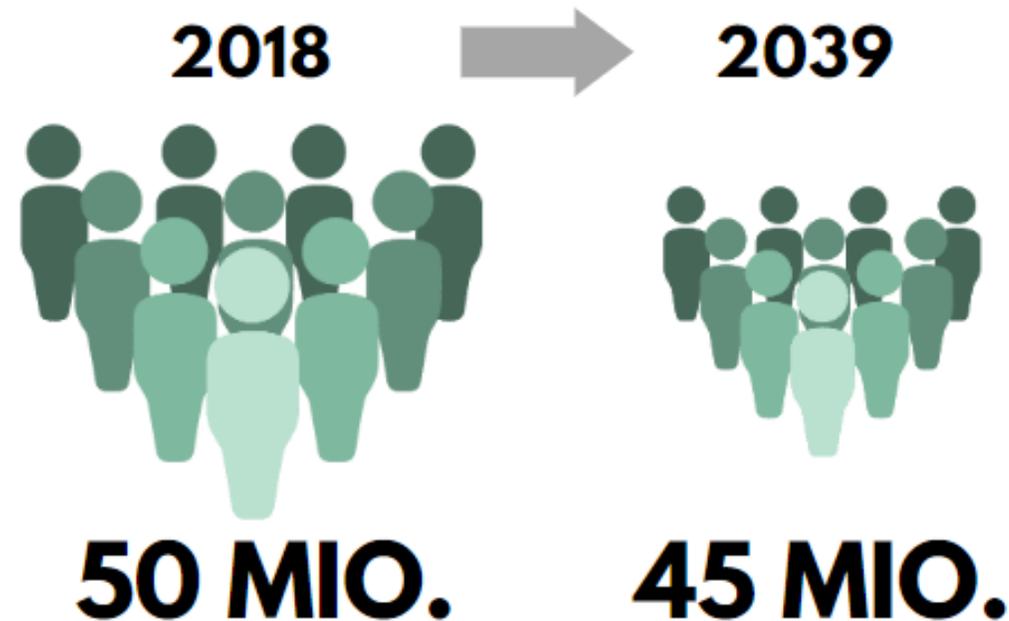
Datenanalyse => Optimierung und Automatisierung von HR Prozessen

Quelle: <https://www.porsche-consulting.com/de/medien/publikationen/detail/white-paper-the-chro-agenda/> und <https://www.haufe-akademie.de/new-work>



Quelle: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2021/november/fachkraeftemangel-in-deutschen-unternehmen-groesser-als-erwartet>

Erwarteter Rückgang der Erwerbstätigen



<https://www.porsche-consulting.com/de/medien/publikationen/detail/white-paper-the-chro-agenda/>



Der Trend gilt
– natürlich –
auch für die Schifffahrt

Tabelle 7: Struktur der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Schifffahrtskaufleute (Berufsgruppe 5165), Stand: jeweils am 31.12. (in Klammern: Anteile in Prozent)

	2017		2018		2019	
Insgesamt	5.261	(100,0)	5.184	(100,0)	5.119	(100,0)
<i>darunter:</i>						
Männer	3.001	(57,0)	2.973	(57,3)	2.938	(57,4)
Frauen	2.260	(43,0)	2.211	(42,7)	2.181	(42,6)
Deutsche	4.933	(93,8)	4.815	(92,9)	4.735	(92,5)
Ausländer	327	(6,2)	368	(7,1)	383	(7,5)
unter 25 Jahre	1.041	(19,8)	984	(19,0)	935	(18,3)
25 bis unter 55 Jahre	3.556	(67,6)	3.542	(68,3)	3.531	(69,0)
55 bis unter 65 Jahre	634	(12,1)	625	(12,1)	623	(12,2)
65 Jahre und älter	30	(0,6)	33	(0,6)	30	(0,6)
in Vollzeit	4.847	(92,1)	4.779	(92,2)	4.700	(91,8)
in Teilzeit	414	(7,9)	405	(7,8)	419	(8,2)
ohne beruflichen Bildungsabschluss	702	(13,3)	663	(12,8)	635	(12,4)
mit anerkanntem Berufsabschluss	3.574	(67,9)	3.478	(67,1)	3.407	(66,6)
mit akademischem Berufsabschluss	808	(15,4)	865	(16,7)	906	(17,7)
Ausbildung unbekannt	177	(3,4)	178	(3,4)	171	(3,3)

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (Beschäftigtenstatistik). Eigene Berechnungen.

Beispiel:
Rückgang der Zahl
der Auszubildenden

Tabelle 8: Ausbildungsberuf "Schiffahrtskaufmann/-frau" (5165) - Zahl der Auszubildenden, Prüfungsteilnehmer und vorzeitig aufgelösten Verträge im Zeitraum von 2007 bis 2019

Jahr	Ausbildungsverträge			Neu abgeschl. Ausbildungsverträge	Prüfungsteilnehmer		vorzeitig aufgelöste Verträge*			
	von Männern	von Frauen	Insgesamt		Insgesamt	darunter bestanden	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr	Insgesamt
2007	509	466	975	416	370	341	k.A.	k.A.	k.A.	36
2008	548	508	1.056	441	346	330	13	13	3	29
2009	556	520	1.076	363	325	310	25	13	3	41
2010	531	477	1.008	345	405	381	12	12	3	27
2011	516	423	939	390	420	408	18	12	12	39
2012	506	445	951	338	333	314	15	9	3	27
2013	499	430	929	319	357	335	15	9	3	27
2014	471	399	870	309	363	351	18	3	-	24
2015	456	399	855	309	339	327	18	3	-	21
2016	432	354	789	300	303	294	24	12	6	42
2017	387	378	762	267	318	309	18	15	3	36
2018	378	336	714	243	282	270	24	12	3	39
2019	372	294	669	246	282	267	15	12	3	30

Anmerkung: Aus Datenschutzgründen sind alle Daten (Absolutwerte) jeweils auf ein Vielfaches von 3 gerundet; der Insgesamtwert kann deshalb von der Summe der Einzelwerte abweichen.
k.A.: keine Angaben.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Fachserie 11 Reihe 3). Eigene Darstellung.

Die jungen Generationen



Nationale de la			
Viscose	26,6	10,2	2,0
Albigeoise de la			
Viscose	18,9	4,7	5,7
Taxif/Artif	18,5	4,5	0,9

THB
TÄGLICHER HAFENBERICHT

Beruf & Karriere
Schiffahrt für viele „old fashioned industry“
27. Februar 2020

VS

Studie: Fast die Hälfte der Gen Z und Millennials wäre lieber arbeitslos als unglücklich im Job

Shriya Bhattacharya
© 10 Apr 2022

BUSINESS INSIDER

Warenmärkte

Was wollen
“die jungen”
Generationen?

“Die jungen” Generationen...

...wollen passende Antworten und Lösungen auf / zu den Megatrends.

Diese müssen wir (an)bieten, um als Arbeitgeber weiterhin attraktiv zu sein & zu bleiben



Die Generationen



Baby Boomers

Born approx. 1947-1964
AKA: Boomers



Gen X

Born approx. 1965-1979
AKA: Latch-key kids, MTV
Generation, 13th Generation



Millennials

Born approx. 1980-1996
AKA: Gen Y, Echo Boomers,
Boomerang Generation



Gen Z

Born approx. 1997-2015
AKA: iGeneration, Post-
Millennials, Homeland
Generation

Generationen-gerechtes Recruiting und deren Führung

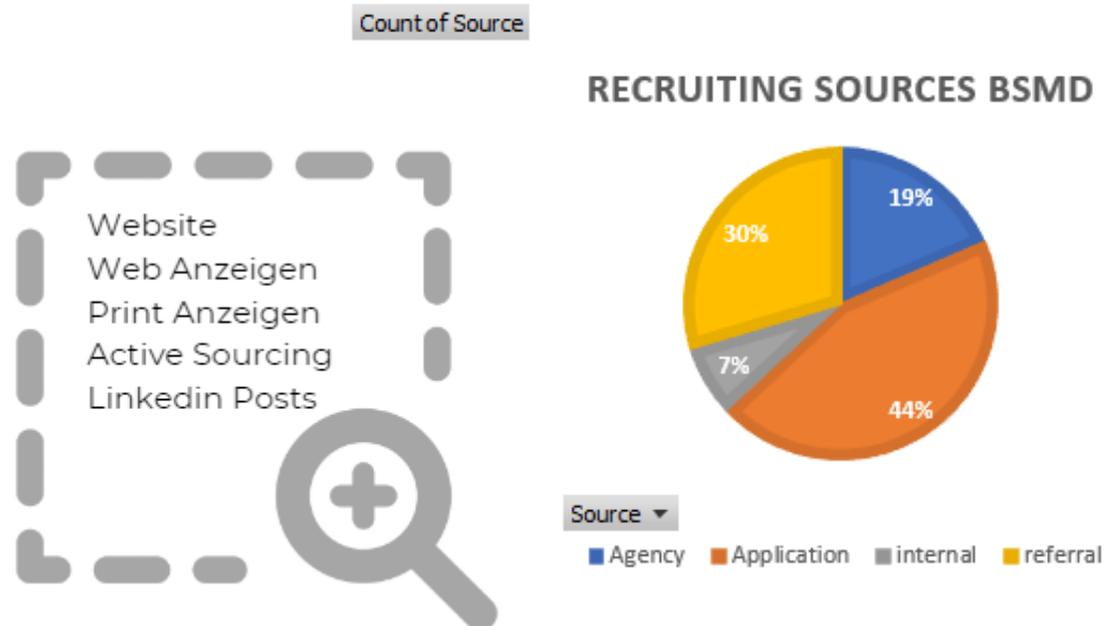
Quelle: <https://info.recruitics.com/blog/generational-recruiting-how-to-tailor-your-recruitment-message-for-different-generations>

- Wandel der Gesellschaft (Arbeitnehmer"mangel")
- Geschwindigkeit und Komplexität von Prozessen
- Erwartungshaltungen
- Transparenz und Verfügbarkeit von Informationen

Ein Blick auf/in die Schulte Gruppe – wie gehen wir mit diesen Herausforderungen um?

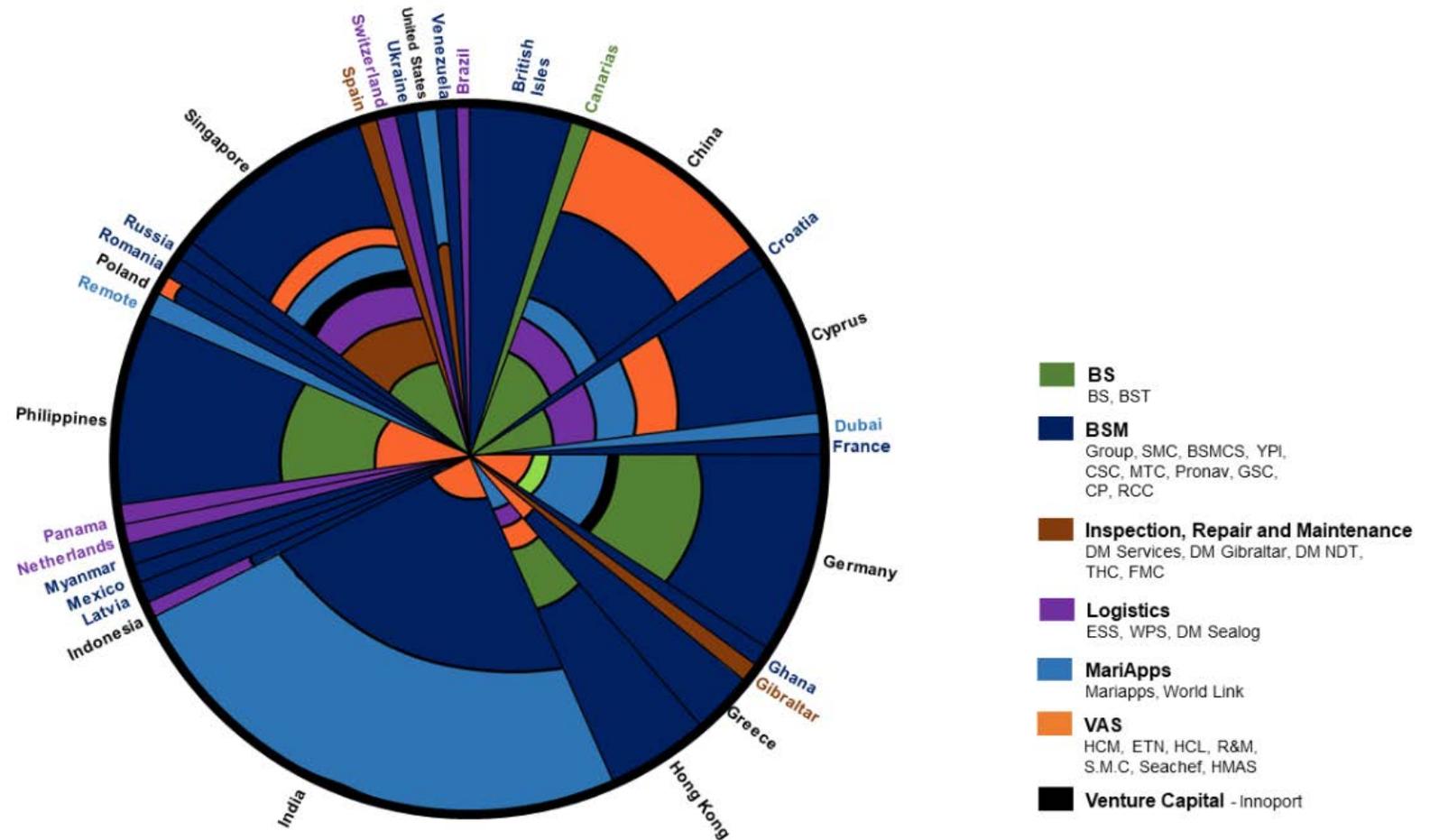
02

Recruiting Sources 2021



Ein Blick auf die Schulte Gruppe

Diversität
ist uns wichtig!

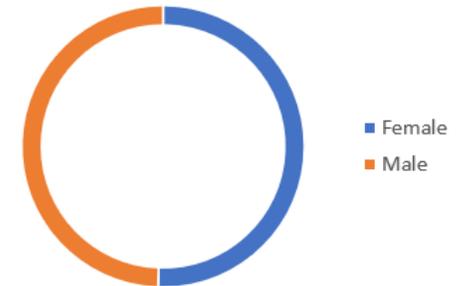


Ein Blick in die Schulte Gruppe

33 verschiedene
Nationalitäten
am deutschen
Standort

Ideen
Erfahrungen
Beweggründe

Row Labels	Count of Gender	Percentage of Total
Female	132	50.57%
Male	129	49.43%
Grand Total	261	100.00%



Ein Blick in die Schulte Gruppe

Did you know that?

- Diversity of thinking enhances innovation by **20%**
- Gender diverse companies are **25%** more likely to have financial returns above their respective national industry median
- Ethnic diverse companies are **36%** more likely to have financial returns above their respective national industry median
- Inclusive leadership can increase team performance by **17%**, decision-making quality by **20%**, and team collaboration by **29%**
- **67%** of job seekers say a diverse workforce is important when considering a job offer

Updates on Schulte Group's DEI!

Schulte Group provides its full spectrum of services in **51** cities across **35** countries globally. We are proud to be an employer of more than **3,000** shore employees and **23,000** seafarers. We celebrate our diverse workforce consisting of **87** nationalities at sea and around **62** nationalities at shore.

Wir nutzen Branchenvorteile!



Weltweiter Talentpool



- Digitalisierung
- Flexible Arbeits(zeit)modelle
- Ausbildung und Entwickeln unserer Mitarbeiter
- Erfahrungsschatz und Netzwerk
- Wir Gefühl
- Automatisierung
- Sichtbarkeit
- Persönliche Betreuung





„Our People are essential“:
Nicht nur ein Slogan auf der Website

„Unsere Mitarbeiter SIND essentiell“
Das WIRD gelebt !
(und gelehrt und trainiert und (meist) vorgelebt)

Herzlichen Dank!

Helge Bartels

Bernhard Schulte GmbH & Co. KG

www.schultegroup.com

APPLY
HERE

