Bootfahren begeistert vor allem junge Menschen

FREIZEIT Chartern und Tagesausflüge besonders beliebt – Attraktive Reviere in Deutschland

IM NORDWESTEN/CMF – Bootfahren ist in Deutschland ein bedeutendes Freizeit- und Tourismussegment: Laut einer aktuellen Marktforschung der ADAC Sportschifffahrt fahren rund 3,6 Millionen Menschen ab 16 Jahren regelmäßig Boot.

Dabei sind Tages- und Abendausflüge besonders beliebt – zwei Drittel der Zielgruppe bevorzugen diese Form der Bootsnutzung, während längere Törns mit Übernachtung deutlich seltener sind.

Häufig steht dabei das Erlebnis im Vordergrund, etwa das Erkunden von Natur oder das gesellige Zusammensein mit Freunden und Familie.



Das Bootfahren ist nach wie vor eine beliebte Freizeitbeschäftigung, wie hier auf dem Ems-Jade-Kanal bei Sande.

BILD: OLIVER BRAUN

Angebot an Mietbooten wächst

Mehr als die Hälfte der Bootsfahrer (51 Prozent) nutzt in der Regel ein gechartertes oder gemietetes Boot, 25 Prozent fahren Boote von Freunden, Bekannten und Familie. Nur zwölf Prozent sind überwiegend mit einem eigenen Boot unterwegs, wobei mehr als ein Viertel der Eigner ihr Boot beim ADAC registriert hat. Dies zeigt, dass mehr Flexibilität ohne eigenes Boot für viele Wassersportler inzwischen selbstverständlich ist und das Angebot an Miet- und Charterbooten stetig wächst.

Bereitschaft zur Weiterbildung

Am häufigsten werden Motorboote genutzt, gefolgt von Schlauchbooten mit Motor, Segelbooten und Hausbooten. Insgesamt besitzen knapp zwei Drittel der Bootsfahrer einen oder mehrere Bootsführerscheine, rund 1,9 Millionen sind laut der Studie (ohne reine Jetskifahrer) Inhaber eines amtlichen Sportbootführerscheins. Die Bereitschaft zur Weiterbildung und zum Erwerb von Lizenzen ist unter den deutschen Bootfahrern deutlich ausgeprägt.

Vielfalt an Gewässern

Erfreulich für die Branche ist, dass rund die Hälfte der Zielgruppe zwischen 16 und 39 Jahre alt ist. Das ist zugleich eine Erklärung, warum mehr als die Hälfte seit 2010 zum ersten Mal als Skipper Boot gefahren ist. Hier zeigt sich, dass Bootfahren in Deutschland einen Generationenwechsel erlebt und zunehmend auch von jüngeren Menschen als attraktive Freizeitgestaltung entdeckt wird.

Bei den bevorzugten Revieren liegt Deutschland klar an erster Stelle. Am häufigsten sind Skipper auf der Mecklenburgischen Seenplatte sowie auf den Berliner und Brandenburger Gewässern unterwegs, gefolgt von der Ostsee sowie dem Rhein, dem Main und der Donau und ihren Nebenflüssen. Die weiteren Plätze der beliebtesten Bootsdestinationen belegen die Niederlande, Italien, Griechenland, Spanien und Kroatien. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Vielfalt an Gewässern und Revieren sowohl in Deutschland als auch im europäischen Ausland für die breite Zielgruppe spannende Möglichkeiten bietet, das Bootfahren immer wieder neu zu erleben und zu genießen.

Anzeige

Hinter jedem Türchen steckt Teamarbeit

Wenn bei CEWE die weihnachtliche Vorfreude beginnt: Katja Jelitte über Saisonarbeit und Teamgeist

Wenn die ersten Adventskalender in den Geschäften auftauchen, beginnt für viele Menschen die Vorfreude auf Weihnachten. Bei CEWE startet diese besondere Zeit schon im September. Dann werden im Adventskalenderbereich Maschinen vorbereitet, Materialien geprüft und die Anlagen für die Schokoladenbestückung wieder in Betrieb genommen. Denn bevor persönliche Adventskalender verschenkt, aufgehängt oder im Dezember Tag für Tag geöffnet werden, braucht es viele sorgfältig aufeinander abgestimmte Arbeitsschritte. In der Hochsaison wird der Bereich zu einem Ort, an dem Produktqualität, Teamarbeit und persönliche Erinnerungen eng zusammenspielen.



Ein Einstieg mitten in die Adventskalendersaison

Katja Jelittes Weg bei CEWE begann 2019 als Saisonkraft im Adventskalenderbereich in Oldenburg. Vorher hatte sie in einer kleinen Druckerei gearbeitet, gelernt ist sie Mediengestalterin in der Fachrichtung Medientechnik. Als sie sich beruflich verändern wollte, war CEWE für sie eine bewusste Entscheidung. „Ich habe immer gedacht: Warum nicht CEWE? Mir macht Fotografieren Spaß, ich liebe es, mit Fotos zu arbeiten“, erzählt sie.

Ihr erster Einsatz führte sie an die Kamastanze, direkt in die Adventskalenderproduktion. Aus dem saisonalen Einstieg wurde zunächst eine Verlängerung, später eine Festanstellung. Heute ist Katja Jelitte für die Adventskalenderproduktion mitverantwortlich: Sie plant Abläufe mit, prüft Materialien, unterstützt Qualitätsthemen und sorgt dafür, dass Maschinen und Stationen bereit sind, wenn die Produktion anläuft. „Wir sind der erste Bereich, der in die Saison startet“, sagt sie. Genau das mache die Arbeit jedes Jahr wieder spannend.

Auch eigene Produktideen bringt sie inzwischen ein. So geht etwa der Schachtel-Adventskalender mit 24 individuell befüllbaren Boxen auf eine Idee von ihr zurück. Was ein Produkt persönlicher macht, beschäftigt Katja Jelitte dabei auch über die Produktion hinaus. Neue Anregungen entstehen für sie aus dem Austausch im Team, aus Erfahrungen während der Saison und aus dem Blick dafür, was Kundinnen und Kunden sich wünschen.

Persönliche Momente hinter jedem Türchen

Adventskalender verbinden persönliche Fotos, kleine Überraschungen und Erinnerungen. Auf der Vorderseite steht oft ein besonderer Moment, hinter den Türchen wartet Tag für Tag eine weitere kleine Freude. Besonders schön findet Katja Jelitte die Möglichkeit, die Innenseiten der Türchen zu bedrucken und dort persönliche Botschaften zu integrieren. „Am Ende ist nicht nur die Schokolade die Überraschung. Wenn jemand noch einen Gruß mitgibt oder ein besonderer Moment sichtbar wird, macht das den Kalender noch persönlicher“, sagt sie.

Auch für Saisonkräfte wird schnell greifbar, woran sie mitarbeiten: Aus einzelnen Handgriffen entsteht ein persönlicher Adventskalender, der später Teil der Vorfreude auf Weihnachten wird. Genau deshalb achtet Katja Jelitte darauf, dass jedes Produkt mit Sorgfalt verarbeitet wird. Daran orientiert sie auch ihren Qualitätsanspruch: Jeder Adventskalender soll die Abteilung so verlassen, dass Kundinnen und Kunden ihn zuhause mit Freude auspacken können.

Ankommen, ausprobieren, mitarbeiten

Der Einstieg in den Adventskalenderbereich beginnt für Saisonkräfte mit Orientierung und Zeit zum Ankommen. Bevor sie eigene Aufgaben übernehmen, lernen sie die Abteilung kennen: die Produkte, die Abläufe, die Hygieneregeln im Umgang mit Schokolade und die Menschen, die sie bei Fragen unterstützen. Danach zeigt sich Schritt für Schritt, welche Aufgabe zu wem passt. Katja Jelitte achtet darauf, wer Kraft mitbringt, wer geschickt mit den Händen ist oder wer einen besonders sorgfältigen Blick für Qualität hat.

Gerade dadurch finden viele Saisonkräfte schnell ihren Platz im Team. Sie erleben verschiedene Stationen, unterstützen bei der Vorbereitung der Schokolade, kontrollieren fertige Adventskalender oder begleiten Arbeitsschritte an den Maschinen. Viele Tätigkeiten lassen sich gut erlernen, zugleich gibt es immer wieder neue Einblicke in die Abläufe. „Unsere Abteilung ist spannend und abwechslungsreich“, sagt Katja Jelitte.

Ein Team aus vielen Generationen

Wichtig ist für sie auch das Miteinander. In der Hochsaison arbeiten feste Mitarbeitende und Saisonkräfte eng zusammen. Dabei treffen unterschiedliche Generationen, Kulturen und Lebenswege aufeinander. Genau diese Mischung macht für Katja Jelitte die Saison jedes Jahr besonders. „Das Coole daran ist, dass man in ein hervorragendes Team kommt, aus verschiedenen Generationen und verschiedenen Ländern“, sagt sie.

Viele Saisonkräfte kommen gerne wieder, andere sammeln zum ersten Mal Berufserfahrung. Wenn die Saison richtig anläuft, wird es intensiv. Dann zählt, dass alle mitdenken, sich gegenseitig unterstützen und gemeinsam dranbleiben. Für Katja Jelitte macht genau dieses Zusammenspiel den besonderen Teamgeist aus. „Wir machen Menschen glücklich mit den Produkten hier“, sagt sie.

„Gerade in der Hochsaison zeigt sich, wie wichtig Teamarbeit, Sorgfalt und Engagement sind. Unsere Saisonkräfte leisten dabei jedes Jahr einen wertvollen Beitrag und erleben zugleich, wie aus persönlichen Fotos Produkte entstehen, die für viele Kundinnen und Kunden zur Vorweihnachtszeit dazugehören“, sagt Andreas Kluge, Geschäftsführer von CEWE Oldenburg.

Wer als Saisonkraft im Adventskalenderbereich starten möchte, sollte aus Katja Jelittes Sicht vor allem zuverlässig, pünktlich, neugierig und offen sein. Vorkenntnisse sind nicht entscheidend, vieles wird vor Ort Schritt für Schritt erklärt. Ihr Rat an alle, die über eine Bewerbung nachdenken: „Scheu dich nicht, komm vorbei.

Sei mutig, bewirb dich und blicke hinter die Kulissen von CEWE. Die sind einfach super spannend und interessant.“

Wenn auch du Interesse an einer befristeten Saisonbeschäftigung hast, informiere dich auf der CEWE Karriereseite unter cewe.de/saisonkraft-ol

CEWE Stiftung & Co. KGaA
Meerweg 30-32 • 26133 Oldenburg
cewe.de/saisonkraft-ol