

# Ölmarktbericht: März 2019

Seit 2010 hat Portland Fuel jedes Jahr 1-2 Hochschul- oder Schulabsolventen angestellt. In den guten alten Tagen, als es noch attraktiv war, bei einer Ölfirma zu arbeiten, war die Anzahl der Bewerber extrem hoch. Im Jahr 2013 zum Beispiel, erhielt Portland 224 Bewerbungen auf eine einzige Stellenanzeige. Das war natürlich viel zu viel für unser internes Recruitment-Team und darum wurde entschieden, willkürlich die Hälfte der Bewerbungen in den Müll zu werfen – basierend auf der Tatsache, dass wir keine Pechvögel einstellen wollten...

Dieses Jahr erhielt unsere Firma für die gleiche Hochschulabsolventen Position, eine Position die heute aber eine viel größere Verantwortung und die Möglichkeit eines 6-monatigen Aufenthalts in Deutschland anbietet, 42 Bewerbungen! So groß ist die momentane Anti-fossile Brennstoffstimmung, dass wir nur ein Fünftel der Bewerbungen im Vergleich zu vor 6 Jahren erhielten. Es scheint, dass junge Leute heutzutage lieber bekanntgeben, dass sie die Pest haben, als bei einer Ölfirma zu arbeiten und dies spiegelt eine substanzielle Veränderung im Verhalten der Hochschulabsolventen wider.

Wenn man noch weiter in der Zeit zurückgeht (zu dem Zeitpunkt als der Autor dieses Artikels sich auf Jobs bewarb), gab es tatsächlich nichts Besseres als die Ölindustrie, die gute Gehälter, internationale Möglichkeiten und klare Karriereentwicklung anbot. Tatsächlich erhielt man durch die Nachricht, dass man in die Ölindustrie einsteigen würde, sowohl wohlwollende als auch neidische Kommentare unter Freunden und Bekannten zu Hause (und erregte sogar manchmal auch das weibliche Interesse). Heute wäre die wahrscheinlichere Reaktion Entsetzen, Abscheu und Schock von Gleichaltrigen und das einzige Interesse würde wahrscheinlich in Form eines Protesttransparents sein!

Sicherlich sind die Recruitment-Probleme eines kleinen Unternehmens in Yorkshire per se nicht von Bedeutung für das Wohlbefinden der Ölindustrie. Aber bedenken Sie die Auswirkungen für größere Unternehmen wie BP, Shell und Exxon, die tatsächlich hunderte Hochschulabsolventen pro Jahr einstellen. Offensichtlich wird keine Ölfirma zugeben, dass sie ein rückläufiges Interesse von Hochschulabsolventen hat, aber wenn Portlands Erfahrung auch nur in irgendeiner Weise repräsentativ ist, dann muss die Anzahl der Bewerbungen sich massiv reduziert haben. Bringt man diesen Gedankengang zu Ende, kann die logische Schlussfolgerung nur sein, dass sich der Ölsektor auf dem Weg zum Aussterben befinden könnte. Dies wäre wahrscheinlich Musik in den Ohren der Umweltschützer. Was wäre ein besserer Beweis dafür, dass sich eine Industrie im Todeskampf befindet, als das junge Leute nicht mehr in ihr arbeiten wollen? Aber ist dies wirklich etwas, worüber man sich freuen sollte? Wenn wir eine Energiekrise und einen Klimawandelnotfall haben, dann werden diese Probleme wahrscheinlich nicht von einer weiteren Marketing Agentur in London gelöst werden. Genauso wenig wie die Herausforderung 8.5 Milliarden Menschen mit erneuerbarer und erschwinglicher Energie zu versorgen.

Tatsache ist, dass die einzigen Menschen, die die Energiekrise lösen können, jene sind, die in ihrem Zentrum arbeiten und die ein kritisches Verständnis von dem Ausmaß des weltweiten Energieverbrauchs haben. Leute, die sich nicht bewusst sind, dass nur ein einziges Containerschiff, das von Rotterdam nach Singapore segelt, 8 Millionen Liter Brennstoff auf dieser Reise verbraucht, könnten sehr viel eher der Ansicht sein, dass ein Umstieg in eine Zukunft mit einem geringen CO2 Ausstoß (und wirtschaftlichem Wohlstand) einfach ist und über Nacht erreicht werden kann!

Doch auch die Ölfirmen müssen einen anderen Zugang zu diesem Thema finden. Es ist gut und schön den Menschen zu erzählen, dass der Ölverbrauch die nächsten 20 Jahre weiter ansteigen wird, aber Verbraucher, Investoren und potentielle künftige Angestellte, sehen das zunehmend anders. Genauso wie die Tabakfirmen vor ihnen, müssen die großen Ölkooperationen der Tatsache ins Gesicht sehen, dass sie ein grundsätzlich unbeliebtes Produkt vermarkten. Veränderungen sind unausweichlich und alle Zeichen weisen darauf hin, dass diese eher schneller als langsamer kommen. Allein in den letzten 18 Monaten hat Shell sein gesamtes Ölsand-Portfolio verkauft und gleichzeitig 100% erneuerbare Energiefirmen (so wie First Utility in Großbritannien) gekauft. Im gleichen Zeitraum haben BP und Total auf eine elektrische Zukunft gesetzt – BP durch den Kauf von Chargemaster (Großbritanniens größtes Auflade Netzwerk für elektrische Autos) und Total durch den 1 Milliarden Kauf der Saft Group (einer der weltweit führenden Batteriehersteller). Sogar die bösen Buben des Umweltschutzes, ExxonMobil, haben \$ 550 Mill. ausgegeben um Öl aus Algen zu gewinnen (anstatt aus Rohöl).

Wir werden zur Zeit Zeugen einer grundsätzlichen Umgestaltung der Industrie, deren Veränderung sicherlich eine Umbenennung des Sektors mit sich bringt. Eine Transformation von „Ölgiganten“ zu „Energiegiganten“, wird es den Ölfirmen ermöglichen, ihre Energiequellen vorsichtiger auszuwählen und dadurch auf den praktischen und den sozialen Druck zu reagieren. Es gibt keinen Zweifel, dass die Firmenstrategen hoffen werden, dass solch ein Zug die Kunden beruhigen, Investoren besänftigen und junge Leute wieder in eine Karriere in der (Öl) Energieindustrie locken wird.