



Spektrum sichtbar machen

Gerit Fietze, Syndikusanwalt beim Bundesverband der Deutschen Binnenschifffahrt (BDB), spricht im Interview mit der SUT über die Ziele der neuen Kampagne PRO Binnenschifffahrt, die der Verband im Dezember 2024 mit fast 20 Unterstützern gelauncht hat.



Gerit Fietze ist Syndikusanwalt beim BDB und Leiter der Aus- und Weiterbildungseinrichtung „Schulschiff Rhein“.

SUT: Herr Fietze, wie ist die Idee für die Kampagne PRO Binnenschifffahrt entstanden?

Gerit Fietze: Die Grundidee, eine Kampagne für die Branche zu entwickeln, entstand bei zahlreichen Gesprächen mit unseren Mitgliedern. Wir sind ein entscheidender und vor allem nachhaltiger Spieler im Transportsektor. Trotzdem haben wir in der Öffentlichkeit nur sehr wenig Sichtbarkeit und bekommen folglich eine zu geringe Aufmerksamkeit für unsere Themen. Das zeigt sich dann unter anderem darin, wenn unsere Mitglieder neue Mitarbeiter suchen – und keine finden. Das beginnt schon bei den Auszubildenden. Also haben wir im vergangenen Jahr gemeinsam mit zahlreichen Unternehmen und der Kommunikationsagentur JFK089 angefangen, die Kampagne zu konzipieren, die Finanzierung zu klären und Inhalte zu entwickeln. Anfang Dezember ging es dann offiziell los.

SUT: Welche Ziele verfolgen die Kampagne und ihre Unterstützer denn konkret?

Gerit Fietze: Es geht um zwei Punkte: Zum einen wollen wir die Branchen und ihre Bedeutung für den Gütertransport nach außen deutlich sichtbarer machen. Zum anderen wollen wir Werbung für die vielen spannenden Berufe rund um die Wasserstraße machen. Dabei geht es nicht nur um die Berufe auf dem Schiff, sondern auch im Hafen und in der Verwaltung der Reedereien. Wir wollen das ganze Spektrum zeigen.

SUT: Auf welchen Kanälen ist PRO Binnenschifffahrt unterwegs und woher stammen die Inhalte?

Themen von PRO Binnenschifffahrt:

- » Güter- und Personenschifffahrt
- » ökonomische und ökologische Bedeutung dieser Branche
- » Vorteile und Notwendigkeit als Alternative und Ergänzung zu Straße und Schiene
- » Verkehrs- und Energiewende
- » touristischer Mehrwert
- » Berufe im Kontext der Binnenschifffahrt
- » Unternehmensthemen und menschliche Geschichten

www.pro-binnenschifffahrt.de

Gerit Fietze: Zentrale Anlaufstelle ist natürlich unsere Website www.pro-binnenschifffahrt.de. Außerdem sind wir auf den gängigen Social-Media-Kanälen LinkedIn, Instagram und TikTok unterwegs. Dabei achten wir natürlich darauf, dass wir die Inhalte passend zur Plattform ausspielen. Über LinkedIn erreichen wir eine andere Zielgruppe als über TikTok und bereiten die Texte, Fotos und Videos dementsprechend anders auf. Den Content steuern vor allem unsere fast 20 Unterstützer bei, die uns mit Bild-, Ton- und Videomaterial versorgen. Auch die Auszubildenden auf unserem Schulschiff sollen perspektivisch Material erstellen. Wir wollen authentische Einblicke hinter die Kulissen bieten und gleichzeitig unseren Unterstützern die Möglichkeit geben, sich als interessanter und zukunftsorientierter Arbeitgeber zu präsentieren.

SUT: Gibt es auch eine Ansprache über Offline-Kanäle?

Gerit Fietze: Wir arbeiten stets daran, die Kampagne über entsprechende Presse- und Medienarbeit bekannter zu machen. Künftig sind auch Werbemittel wie Flyer etwa für Ausbildungs- und Recruitingmessen denkbar.

Aber aktuell fokussieren wir uns auf den digitalen Bereich.

SUT: Welche Rolle nehmen die Unterstützer ein?

Gerit Fietze: Ohne sie wäre die Kampagne gar nicht möglich! Neben der finanziellen Unterstützung und der Inhalte gibt es auch Unternehmen, die sich konzeptionell und strategisch in dem kleinen Projektteam mit der Agentur und uns einbringen. Die Organisation und inhaltliche Verantwortung von PRO Binnenschifffahrt liegen bei uns im Verband und bei der Kommunikationsfirma. Und natürlich an dieser Stelle der Hinweis: Wir freuen uns über jedes weitere Unternehmen, das beitreten möchte. Bei Interesse kann man sich jederzeit bei uns melden.

Annika Beyer





Das sagen die Unterstützer zu PRO Binnenschifffahrt

„Die MSG glaubt an die Zukunft der Binnenschifffahrt, weil wir mit Abstand der nachhaltigste Verkehrsträger sind, der zudem noch Platz auf dem Wasser und seinen Schiffen hat. Die Branche hat den geringsten Flächenverbrauch, macht wenig Lärm und ist seit Jahrhunderten nicht wegzudenkender Bestandteil unserer Fluss- und Stromlandschaften. In einer globalen Supply Chain liefern wir zuverlässig, störungs- und zumeist auch unfallfrei. Wir passen somit hervorragend zu den Anforderungen an eine moderne, zeitgemäße Logistik. Zudem bieten wir unseren Nachwuchstalente tolle Karriere- und Aufstiegschancen und ermöglichen ihnen zudem regelmäßige Aufenthalte auf dem Wasser in einigen der schönsten Ecken Europas. Wir brauchen in Bezug auf unsere Attraktivität keinen Vergleich mit unseren Kollegen bei Bahn und Lkw zu scheuen.“

Martin Staats, Vorstand bei MSG und Vorstand im BDB



MSG

„Für uns ist die Schifffahrt der Nukleus des Hafens. Der Verkehrsträger versorgt Industrie und Verbraucher verlässlich und nahezu geräusch- und störungsfrei. Durch den Bau von Landstromanlagen und durch die Einführung digitaler Meldungen im Hafen, forcieren wir die nötige Modernisierung. Durch unsere Teilnahme an der Kampagne PRO Binnenschifffahrt erhoffen wir uns eine höhere Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit bei potenziellen Verladern, in der Politik und der Bevölkerung allgemein. Zudem werden zahlreiche interessante Jobs rund um das System Wasserstraße vorgestellt. Wir bringen uns mit visuellen und inhaltlichen Themen ein und setzen zusätzlich auf unsere Social-Media-Kanäle, um die Kampagne zu unterstützen. Unser Appell an Binnenschifffahrt, Verleger und Verbände: mitmachen, nicht zuschauen!“

Joachim Holstein, Konzernbeauftragter Binnenschifffahrt bei Duisport



Duisport

Anzeige

Haeger & Schmidt Logistics



„Die Binnenschifffahrt ist als umweltfreundlicher und effizienter Verkehrsträger eine der Kernkompetenzen von Haeger & Schmidt Logistics, daher setzen wir uns aus Überzeugung für die Initiative PRO Binnenschifffahrt ein. Unser Ziel ist es, die Bedeutung dieser nachhaltigen Transportalternative stärker in den Fokus von Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit zu rücken. Mit unserer Erfahrung und unserem Netzwerk unterstützen wir die Kampagne aktiv, um ihre Reichweite zu erhöhen und die Vorteile der Binnenschifffahrt bekannter zu machen.“

Stefan Hütten,
Geschäftsführer bei Haeger & Schmidt Logistics



DAS RUNDE GEHT INS ECKIGE

- ✓ Für jede Herausforderung das passende Schiff
- ✓ Mit der nötigen **Präzision** und **Erfahrung**
- ✓ Die **Umwelt** wird es Ihnen danken

DTG DEUTSCHE TRANSPORT-GENOSSENSCHAFT BINNENSCHIFFFAHRT eG

Fürst-Bismarck-Straße 21 \ 47119 Duisburg
T +49 203 | 80004-0 \ M duisburg@dtg-eg.de \ www.dtg-eg.de