

Exzellente Kommunikation

In diesem Jahr würdigt die Allianz Esa die Kampagne „PRO Binnenschifffahrt“ mit dem „Innovationspreis Binnenschifffahrt 2025“. Die Initiative zeigt, wie Unternehmen und Institutionen gemeinsam unter einem kommunikativen Dach das öffentliche Bild der Binnenschifffahrt stärken.



Gewinner und Jury bei der Preisverleihung in Kalkar (v. l.): Roland Hamata (Allianz Esa), Annika Beyer (SUT), Jörn Fischer (JFK089), Yannika Köhl (Auszubildende bei Haeger & Schmidt Logistics), BDB-Geschäftsführer Jens Schwanen und Michael Meyer (Binnenschifffahrt).

Technische Neuheiten und innovative Schiffsneubauten – das waren in den vergangenen Jahren die Preisträger des „Innovationspreis Binnenschifffahrt“. Bei der 13. Verleihung ging die Allianz Esa einen anderen Weg: Die Wahl fiel auf die Initiative „PRO Binnenschifffahrt“, die die Jury für ihre „exzellente Branchenkommunikation mit Signalwirkung“ würdigte. „Die Binnenschifffahrt gehörte in der Vergangenheit kommunikativ nicht unbedingt zu den ‚lautesten‘ Branchen. Das hat sich mit der Kampagne ‚PRO Binnenschifffahrt‘ nach unserer Auffassung entscheidend verändert. Sie ist sicht- und hörbarer geworden“, begründete Roland Hamata, Leiter Underwriting Gewerbliche Schifffahrt bei der Allianz Esa, in seiner Laudatio die Entscheidung.

Der Preis wird jährlich gemeinsam mit den Fachzeitschriften SUT und Binnenschifffahrt auf der Messe Shipping-Technics-Logistics (STL) in Kalkar verliehen. Stellvertretend für die 27 Unterstützer nahmen der Bundesverband der Deutschen Binnenschifffahrt (BDB) als Initiator der Kampagne sowie die von ihm beauftragte Kommunikationsagentur JFK089 den Preis entgegen. Die digitale Kampagne „PRO Binnenschifffahrt“ verfolgt das Ziel, die ökonomische und ökologische Bedeutung der Güter- und Fahrgastschifffahrt herauszustellen und gleichzeitig neue Arbeitskräfte für ein zukunftssicheres Berufsfeld zu gewinnen. Zentrale Anlaufstelle ist die Plattform www.pro-binnenschifffahrt.de, die durch eine zielgruppenspezifische

Ansprache auf verschiedenen Social-Media-Kanälen wie Tiktok und LinkedIn ergänzt wird.

Kräfte der Branche gebündelt

„Die Auszeichnung ist ein starkes Signal für die Bedeutung der Binnenschifffahrt in der öffentlichen Wahrnehmung. Mit ‚PRO Binnenschifffahrt‘ bündeln wir die Kräfte vieler Unternehmen und Institutionen, um die Branche sichtbar und zukunftsfähig zu machen“, erklärte Martin Staats, Mitglied des BDB-Vorstands und Vorstand der MSG, auf der Verleihung und ergänzte: „Wir sind ausgesprochen erfreut, welches Interesse die schwerpunktmäßig über Social Media ausgespielte Kampagne besonders bei jungen Menschen weckt.“ BDB-Geschäftsführer Jens Schwanen betonte: „Der Preis gebührt allen Unterstützern, die die Initiative mit ihren Beiträgen, Veröffentlichungen, Netzwerken und Inhalten tragen. Als langfristige Kampagne wollen wir kontinuierlich Aufmerksamkeit schaffen – und weitere Unterstützer sind jederzeit willkommen.“

Neben der Laudatio und einem Gespräch mit Staats, Schwanen und Jörn Fischer von der Kommunikationsagentur JFK089 über die Entstehung, Ziele und Umsetzung von „PRO Binnenschifffahrt“ stand Yannika Köhl auf der Bühne Rede und Antwort. Die 21-Jährige ist Auszubildende zur Binnenschifffahrtskapitänin im zweiten Ausbildungsjahr bei Haeger & Schmidt Logistics. Im Gespräch beschrieb Köhl ihren Weg in die Binnenschifffahrt, berichtete über ihren Alltag an Bord – und erklärte, warum sie das Thema autonomes Fahren kritisch sieht. Mehr über die Kampagne „PRO Binnenschifffahrt“ und die Auszubildende Yannika Köhl lesen Sie in der kommenden Ausgabe 8 der SUT.

Annika Beyer



Yannika Köhl mit ihrem Ausbilder Frank Althaus von Haeger & Schmidt.

Annika Beyer