

365 Tage online

PRO Binnenschifffahrt mit Rückenwind: Neue Unterstützer und starke digitale Präsenz

Duisburg, 11. Dezember 2025 – Die digitale Kampagne PRO Binnenschifffahrt zieht nach zwölf Monaten eine positive Bilanz: Mit klarer Botschaft, wachsendem Unterstützerkreis und hoher Reichweite stärkt sie das Bild der Branche und wirbt erfolgreich um neue Fachkräfte. Die Grundlage dafür ist eine starke Präsenz in den digitalen Medien: In nur 12 Monaten hat die Imagekampagne bereits über 5 Millionen Menschen erreicht.

„Die Kampagne PRO Binnenschifffahrt spricht sich in den gewünschten Zielgruppen herum. Sie hat Vorreiter-Wirkung in unserer Branche und sorgt auch in der Öffentlichkeit für Aufmerksamkeit. Unser Kurs stimmt“, so das positive Fazit von Jens Schwanen, Geschäftsführer des Bundesverbandes der Deutschen Binnenschifffahrt e.V. (BDB).

30 Unterstützer mit steigender Tendenz

In den ersten 12 Monaten ist die Anzahl der offiziellen Unterstützer von 19 auf 30 gewachsen. Zu den jüngsten Unterstützern der Kampagne zählen unter anderem die Bank für Schifffahrt (BfS), die River Academy/Akademie Barth, Hafen Hamburg Marketing e.V., die Elbe Allianz e.V., die Marksburgschifffahrt Vomfell GmbH & Co. KG sowie der Partikulier und Online-Streamer „el Capitano“.

Die Anerkennung blieb nicht aus: Im September 2025 wurde die Kampagne PRO Binnenschifffahrt auf der Branchenmesse Shipping-Technics-Logistics (STL) in Kalkar mit dem „Innovationspreis Binnenschifffahrt 2025“ ausgezeichnet – verliehen von der Allianz Esa in Kooperation mit den Fachzeitschriften Schifffahrt und Technik (SUT) sowie Binnenschifffahrt. Eine Auszeichnung, die bisher nur technischen Innovationen vorbehalten war.

Digitale Kommunikation mit Signalwirkung

Die Zahlen und Reichweiten der digitalen Kampagne sprechen für sich: In den ersten 12 Monaten hat PRO Binnenschifffahrt über 5 Millionen Menschen erreicht und die Website www.pro-binnenschifffahrt.de

binnenschifffahrt.de zählt monatlich mehrere tausend Besucher. Die breite Öffentlichkeit erreicht die Kampagne zudem über die sozialen Netzwerke [Instagram](#) und [TikTok](#) sowie den neu aufgesetzten [YouTube Kanal](#). So entsteht Interesse – auch bei potenziellen Auszubildenden und Quereinsteigern. Das spiegeln auch die Statistiken der Website wider: Besonders gefragt sind die Karriereseiten – mit Einblicken in Berufsbilder, Jobs an Bord und Porträts möglicher Arbeitgeber. Innerhalb der Binnenschifffahrtsbranche hat sich der [LinkedIn-Kanal](#) zu einer lebendigen Plattform etabliert. Und auch die Medien berichten positiv über die digitale Imagekampagne der Binnenschifffahrt.

„An Bord ...“ – Einblicke in den Alltag der Branche

Mit dem neuen YouTube-Videoformat „An Bord ...“ hat PRO Binnenschifffahrt jüngst eine Serie authentischer Reportagen direkt von den Wasserstraßen gestartet. Ob auf dem Fahrgastschiff am Rhein, dem Tankschiff im Hamburger Hafen oder dem Containerschiff auf dem Neckar – im Fokus stehen die Leistungen von Menschen und Maschinen. Die erste Staffel kam sehr gut an.

Die Ausrichtung auf Personen und Geschichten wird 2026 weiter intensiviert. Die Kampagne porträtiert Azubis, Quereinsteiger und erfahrene Fachkräfte in Interviews, Social Media Clips und Artikeln. Konkret sind Videos über Azubis auf dem Schulschiff Rhein und am Simulator, ein Bericht über eine Bunkerstation sowie ein Tag im Duisburger Hafen geplant. Ziel ist es, echte Einblicke in ein vielfach unterschätztes Berufsfeld zu geben – verständlich, nah und relevant für neue Zielgruppen.

Fazit und Ausblick

Die digitale Imagekampagne bleibt auch 2026 auf Wachstumskurs. Mit neuen Partnern, innovativen Formaten und klarer digitaler Strategie wird PRO Binnenschifffahrt auch 2026 starke Impulse für die Zukunft der Branche setzen. Dabei bleibt das Ziel klar: Die Bedeutung der Binnenschifffahrt sichtbar machen, Menschen für die Branche begeistern und Talente an Bord holen.

Bildunterschrift zum Pressefoto



Die digitale Imagekampagne PRO Binnenschifffahrt ist seit einem Jahr online und bestens „auf Kurs“.

Über PRO Binnenschifffahrt

Die Kampagne PRO Binnenschifffahrt stellt die ökonomische und ökologische Bedeutung der Binnenschifffahrt heraus und wirbt um Arbeitskräfte in einem zukunftssicheren und spannenden Arbeitsumfeld. Die Kampagne versammelt Unternehmen und Institutionen unter einem kommunikativen Dach, um so für die Binnenschifffahrt insgesamt mehr Aufmerksamkeit zu schaffen und um Arbeitskräfte für die Branche zu gewinnen. Organisiert und inhaltlich verantwortet wird die Kampagne durch den Bundesverband der Deutschen Binnenschifffahrt e.V. (BDB). Zu den aktiven Unterstützern gehören aktuell 30 Unternehmen aus der Güterbinnenschifffahrt, der Fahrgast- und Fährschifffahrt, See- und Binnenhäfen sowie assoziierte Unternehmen und Organisationen. Im September 2025 wurde die Kampagne von der Allianz Esa mit dem „Innovationspreises Binnenschifffahrt 2025“ ausgezeichnet. Mehr unter der Website www.pro-binnenschifffahrt.de oder auf den Social Media Kanälen [LinkedIn](#), [Instagram](#), [TikTok](#) und [YouTube](#).

Das Presseteam für PRO Binnenschifffahrt

Wenden Sie Ihre Anfrage an presse@pro-binnenschifffahrt.de oder direkt an

Matthias Roeser
Referent in Berlin
Bundesverband der Deutschen Binnenschifffahrt e.V. (BDB)
Dammstraße 26
D-47119 Duisburg

Tel.: +49 203-80006-53
Mobil: +49 174-2121490
E-Mail: bdb-roeser@binnenschiff.de

Pressebüro der Kampagne PRO Binnenschifffahrt
c/o Nicarus – Agentur für digitalen Content GmbH
Bergheimer Straße 104
D-69115 Heidelberg
Tel.: +49 6221-43550-11
Mobil: +49 151-67973043
E-Mail: peter.verclas@nicarus.de

Diese Pressemitteilung und das Pressefoto finden Sie auch unter:
<https://pro-binnenschifffahrt.de/kampagne/presse/>