

Ein neues Format für das Maritime in Berlin

Hans-Joachim Stricker

Das Zentrum von Politik, Strategieentwicklung und Entscheidungsvorbereitung in Deutschland ist Berlin. Daraus folgt, dass besonders in der Hauptstadt Informationen zur maritimen Dimension Verantwortungsträgern und deren Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden müssen. Idealerweise geschieht dieses ressort- und fakultätsübergreifend in einem ganzheitlichen Ansatz.

Das Deutsche Maritime Institut (DMI) hat hierfür im Juni 2014 das Maritime Hauptstadtforum (MHF) gegründet und gleich zu Beginn die in Berlin vertretenen maritimen Institutionen und Organisationen, die bis dahin zumeist nur auf ihre eigenen Fach- und Interessenbereiche konzentriert waren, zur Mitarbeit in einem sogenannten Themenbeirat eingeladen. Diese Einladung stieß auf erfreuliche Resonanz und heute gehören Vertreter/innen von zwölf unterschiedlichen Institutionen diesem für die inhaltliche Gestaltung so wichtigen Gremium an. Hierzu gehören neben der Mehrheit an zivilen Institutionen auch die Deutsche Marine und der Deutsche Bundeswehrverband.

In der Fortentwicklung des MHF wurde am 19. Februar dieses Jahres eine Kooperationsvereinbarung zwischen dem DMI, dem Verband Deutscher Reeder (VDR), dem Verband für Schiffbau und Meerestechnik (VSM) und dem Zentralverband der deutschen Seehafenbetriebe (ZDS) unterzeichnet, in der sich die Unterzeichner verpflichten, das Maritime Hauptstadtforum ideell und finanziell zu tragen. Damit wurde das MHF nach einer überaus erfolgreichen aber mehr mit „Bordmitteln“ des DMI betriebenen Anfangsphase auf eine organisatorisch und finanziell stabilere Basis gestellt.

Was sind die Ziele des MHF? Alle Beteiligten wollen gemeinsam ausgehend von Berlin in Deutschland das maritime Bewusst-

sein stärken, „sea blindness“ bekämpfen und deutlich machen, wie abhängig wir alle von der See, den Seewegen und maritimer Infrastruktur sind.

Dazu werden unter dem Schirm des MHF Informationen zu maritimen Interdependenzen über alle Themenfelder hinweg zusammengeführt und verbreitet. Das Maritime verbindet dabei Aspekte von Industrie und Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung, maritimer Sicherheit, Politik, Presse und Medien bis hin zu Kultur und Kunst. Das Darstellen möglichst vieler Facetten, insbesondere auch von unterschiedlichen Positionen, ist hierbei ein zentrales Element.

Adressat der Informationsarbeit ist besonders der Personenkreis, der sich in der Regel nicht mit maritimen Themen beschäftigt.

Daher wurden für Berlin als primäre Zielgruppe des MHF die wissenschaftlichen Mitarbeiter und Berater im politischen Bereich, Abgeordnete des Deutschen Bundestages, Angehörige von Landesvertretungen und Angehörige von Botschaften bzw. des Diplomatischen Korps festgelegt, die normalerweise andere thematische Schwerpunkte haben.

Doch die Aktivitäten des MHF sind nicht exklusiv, sondern inklusiv. Insofern bildet das Bereitstellen von Informationen für die gesamte maritim interessierte Öffentlichkeit den weiteren Schwerpunkt der Aktivitäten des MHF. Dazu gehören Auftritte in Gruppen und Seiten auf Facebook, LinkedIn und XING.

Das MHF ist damit ein Interessenverbund und Veranstaltungslabel. Es ist kein eigenständiger Verein oder Verband. Besonders wichtig ist, dass es auch die Basis für ein maritimes Netzwerk bildet.

Unter seinem Logo werden unterschiedliche Aktivitäten durchgeführt. Dies können

Informationsveranstaltungen, Kongresse, Exkursionen oder auch Studienreisen sein. Ein junges und sehr erfolgreiches Konzept ist der seit 2014 etablierte maritime „After Work Club“ in Berlin. Hier haben Verbände und Institutionen die Möglichkeit, maritime Informationen und Botschaften kurz und bündig im angenehmen Ambiente an den Mann bzw. die Frau zu bringen.

Bisher wurden fünf Veranstaltungen des Maritimen Hauptstadtforums durchgeführt, die allesamt auf ein erfreuliches Interesse stießen und bei denen genau die primäre Zielgruppe aus dem Bundestag erreicht wurde. Neben inhaltlichen Gründen waren dafür sicher auch die Veranstaltungsorte maßgebend, und ich bin den Botschaften der Republik Südafrika und Italiens, der Diehl Stiftung am Brandenburger Tor, der neuen Repräsentanz von Airbus und der Vertretung von Rolls-Royce Powersystems für die „Herberge“, die dem MHF bisher zur Verfügung gestellt wurde, sehr dankbar.

Das MHF ist ein junges Label, das sich auf zeitgemäße Informationsarbeit konzentriert. Es will das Maritime interessant machen. Es lebt vom Mitmachen. Wen das MHF weiter interessiert, wer inhaltlich auf der Höhe der Zeit bleiben möchte oder zur maritimen Informationsvielfalt beitragen will, sollte einen Blick auf die moderne Homepage www.mhf.berlin werfen. Dort werden übergreifende maritime Informationen bereitgestellt und mit anderen Plattformen verknüpft. Dort kann man alle Kontaktinformationen finden, wenn man Teil dieses maritimen Netzwerkes werden will. Das MHF bietet ambitionierten Aktiven aus dem maritimen Cluster und damit auch interessierten Lesern des MarineForum und Mitgliedern der MOV an, sich aktiv in die maritime Lobbyarbeit in Berlin einzubringen. ■

