



## 14. „Imagekampagne“ Handwerk

Wie Sie vielleicht schon gehört haben, auf zahlreichen Innungsversammlungen war es ja schon Thema, soll Anfang des nächsten Jahres eine „Imagekampagne“ für das Handwerk starten. Wir möchten alle Interessierten über den Stand der Dinge informieren.

Im Laufe des Monats Juli haben eine Reihe von Gremien bei DHKT und ZDH getagt, die sich mit der weiteren Umsetzung der Imagekampagne Handwerk beschäftigt haben.

Nochmals der Hinweis: Unter [www.kampagne.zdh.de/registrierung](http://www.kampagne.zdh.de/registrierung) bekommen Sie nach einfacher Registrierung weitere Informationen über den Stand der Dinge und können sich als aktiver Nutzer des sogenannten Kampagnen-WIKI (= System, dessen Inhalt vom Benutzer nicht nur gelesen, sondern auch geändert werden kann) an den Gestaltungen der Inhalte beteiligen.

Nachfolgend einige aktuelle Informationen in der gebotenen Kürze:

### **Einbindung Organisationen und Betriebe**

Die Imagekampagne des Deutschen Handwerks bietet allen Handwerksorganisationen und Betrieben die Möglichkeit, ihre Zugehörigkeit zum Handwerk zu signalisieren und ihre Unterstützung für die Kampagne zu demonstrieren. Folgende Angebote für die Organisationen und Betriebe bestehen:

#### 1. Das kostenlose PR-Paket für Handwerkskammern:

Ein kostenloses PR-Paket bietet allen Handwerkskammern Materialien für einen medienwirksamen Auftritt zum Kampagnenstart. Das Paket enthält eine Rückwand für eine Pressekonferenz, eine Pressemappe zur Kampagne und unterschiedliche Werbematerialien.

Handwerkskammern haben außerdem die Möglichkeit, eigene Plakat- und Anzeigenmotive in Auftrag zu geben, die bspw. einen regionalen Bezug haben. Bezüglich eigener Ansätze werden in Kürze Gespräche stattfinden.

#### 2. Das kostenlose Starterpaket für die Betriebe:

Alle Handwerksbetriebe erhalten ein kostenloses Paket mit verschiedenen Werbemitteln der Imagekampagne.

#### 3. Werbemittel zur Nachbestellung (kostenpflichtig):

Allen Betrieben und allen Handwerksorganisationen steht durchgehend die Möglichkeit offen, alle gewünschten Werbemittel nachzubestellen.

## Ziele

Die bundesweite Imagekampagne für das Deutsche Handwerk hat sich zum Ziel gesetzt, dass das vielfach überholte Bild des Wirtschaftsbereiches in der Öffentlichkeit an die Realität des modernen Handwerks anzupassen. Die vom DHKT (Deutscher Handwerkskammertag) initiierte und von der gesamten deutschen Handwerksorganisation getragene Kampagne soll ab 2010 über mehrere Jahre hinweg einer breiteren Öffentlichkeit vermitteln, was die 4,8 Millionen Handwerker in Deutschland Tag für Tag wirklich leisten. Entwickelt und umgesetzt wird die Kampagne durch die Agentur Scholz & Friends.

Die mehr als 100 Handwerksberufe – vom Augenoptiker bis zur Zweiradmechanikerin – halten viele Überraschungen bereit. Die Kampagne möchte diese Vielfalt bekannt machen und vor allem auch Jugendliche begeistern. Bei ihnen soll die Neugierde auf den Wirtschaftsbereich und seine unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern geweckt werden. Jugendliche sollen, so die Zielsetzung der Kampagne, das Handwerk als echte Perspektive für Ausbildung und Beruf erkennen.

Dabei geht es in erster Linie um Information und Aufklärung: Viele Menschen wissen etwa nicht, wie viel Hightech im Handwerk und wie viel Handwerk in High-Tech-Produkten steckt. Im Laufe der Kampagne soll daher anschaulich und beispielsweise vermittelt werden, dass das Handwerk ein moderner und zukunftsfähiger Wirtschaftssektor ist. Der Claim, der das Anliegen der Kampagne auf den Punkt bringt, verbindet den Aspekt der ökonomischen Leistungsfähigkeit mit einer weiteren wichtigen Eigenschaft der Branche: der Nähe zu den Kunden, der Verwurzelung in den Regionen. Die Betriebe vor Ort kümmern sich persönlich und individuell um ihre Auftraggeber, um ihre Beschäftigten, um ihre Nachbarschaft.

Die Kampagneninhalte sollen die Bürger zwischen Flensburg und München wie auch Multiplikatoren - Journalisten und Politiker - auf die Bedeutung dieses Wirtschaftssektors aufmerksam machen. Jugendliche sollen dazu angeregt werden, sich für eine Ausbildung im Handwerk zu entscheiden. Und nicht zuletzt möchte die Kampagne auch die Handwerker selbst daran erinnern, dass sie stolz auf ihr Handwerk und ihrem Wirtschaftsbereich sein können. Ziel ist es, das Wir-Gefühl über alle Handwerksbereiche hinweg zu stärken.

Wir werden Sie zu gegebener Zeit weiter informieren.