



Auszeichnung für Imagekampagne des Handwerks

Der zweite Schaltplan im Rahmen der Imagekampagne des Handwerks unter dem Motto „Das Handwerk – die Wirtschaftsmacht von nebenan“ ist zwischenzeitlich abgearbeitet. Vom 24. Mai bis 13. Juni war die Imagekampagne des deutschen Handwerks wieder konzentriert mit bundesweiten Werbeschaltungen in TV, Print, Online und auf Großplakaten zu sehen. Der TV-Spot wurde insgesamt 346 Mal gesendet und zeigte erneut allen Fernsehzuschauern, wie die Welt ohne Handwerk aussähe. Darüber hinaus wurden in allen Bundesländern Großplakate geschaltet. Parallel dazu machten Anzeigen in überregionalen Zeitungen auf das Handwerk aufmerksam. Im Internet wirbt die Kampagne auf reichweitenstarken Onlineportalen mit Bannern und Verlinkungen zu www.handwerk.de.

Auch bei den geschalteten Plakat- und Anzeigenmotiven setzte die Imagekampagne des Handwerks wieder auf ein Augenzwinkern. "Selbst bei einem 0:0 haben wir zwei Tore gemacht", lautete der Spruch zu einem der Motive. Zu sehen sind darauf zwei Handwerker, die ein Fußballtor durch ein Stadion tragen. "Unser Team hat 5 Millionen Profis. Und alle kommen aus der eigenen Jugend", so ein weiterer Werbespruch, der ebenfalls die Fußballweltmeisterschaft aufgriff. Andere Motive verwiesen darauf, dass das Handwerk mehr Mitarbeiter hat als jedes DAX-Unternehmen, und unterstreichen damit eindrucksvoll die Größe und Bedeutung des Handwerks. Der nächste Schaltplan mit neuen Motiven wird ab September umgesetzt.

Die Imagekampagne ist Handwerks ist bis dato überaus erfolgreich und heimste sogar

renommierte Preise ein.

So wurden die Werbemotive und der TV-Spot der Imagekampagne vom Art Directors Club für Deutschland (ADC) gleich mehrfach ausgezeichnet. Auf dem Jahrestreffen des ADC am 15. Mai in Frankfurt am Main erhielt die Kampagne zwei silberne sowie zwei bronzene ADC-Nägel. In den Kategorien Text sowie Musik und Sound wurde die auf fünf Jahre angelegte Kommunikationsoffensive mit Silber ausgezeichnet. In der Kategorie TV und Kino Einzelspot ergatterte „Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.“ außerdem den ADC-Nagel in Bronze. Damit zählt sie zu den zehn erfolgreichsten Kampagnen des diesjährigen ADC-Awards.

Im Rahmen des jährlich ausgerufenen ADC-Wettbewerbs hat eine hochkarätige Jury aus 286 ADC-Mitgliedern über 6700 eingereichte Arbeiten im Hinblick auf die Kriterien Originalität, Klarheit, Überzeugungskraft und Machart gesichtet. Die besten 187 Arbeiten wurden mit den so genannten ADC-Nägeln in Gold, Silber und Bronze geehrt.