



„Mach dir ein neues Bild vom Handwerk“: Fotobox jetzt online

Köln, 13. August 2010

Einmal in die Rolle eines Dachdeckers schlüpfen. Die neue Online-Fotobox der Kampagnen-Website des Handwerks unter www.handwerk.de macht es möglich. Seit dem 11. August können Nutzer des Online-tools spielerisch erfahren, welches Bild sie als Handwerker abgeben. Zur Auswahl stehen 37 Berufe vom Augenoptiker über den Dachdecker bis zum Zahntechniker. Sie stehen stellvertretend für die große Vielzahl von rund 150 Handwerksberufen.

So funktioniert die Online-Fotobox: Zunächst wählen Benutzer einen der Berufe aus. Mithilfe einer Laptop- oder Bildschirmkamera erstellen sie anschließend einen Schnappschuss von sich selbst. Alternativ kann auch ein vorhandenes Porträtfoto hochgeladen werden. Der Kopf des Benutzers wird dann automatisch in die zuvor ausgewählte Maske eingesetzt. Auf diese Weise entsteht eine Fotomontage einer typischen Arbeitsszene aus dem Handwerk. Das fertige Bild können Benutzer im Anschluss als E-Card versenden – an die Familie, an Kollegen oder gleich an den ganzen Freundeskreis.

Wer sein neues Bild vom Handwerk noch vertiefen möchte, findet auf der Kampagnenseite zudem Beschreibungen aller Handwerksberufe. Ebenso hält die Seite zahlreiche Informationen zur Imagekampagne und dem "Handwerk. Der Wirtschaftsmacht von nebenan" bereit.

Die Fotobox wurde ursprünglich als Veranstaltungsmodul entwickelt. Nach ihrer Vorstellung auf der Internationalen Handwerksmesse in München (IHM) im März

2010 kam sie bereits auf zahlreichen Messen und Events in ganz Deutschland zum Einsatz, um Jugendliche auf die vielfältigen Berufs- und Ausbildungsmöglichkeiten im Handwerk aufmerksam zu machen.

Zweite Phase der Imagekampagne: Innovation im Handwerk

Wie geht es weiter mit der Imagekampagne? Der Imagekampagne des deutschen Handwerks liegt ein klarer Themenfahrplan zugrunde, der dazu dient, die „Wirtschaftsmacht von nebenan“ nach und nach so mit neuen Botschaften aufzuladen, dass diese von der breiten Bevölkerung nachhaltig wahrgenommen und schließlich gelernt werden können. Zum Auftakt der Imagekampagne stand die Größe, d.h. die gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Bedeutung des Handwerks, im Vordergrund.

In einem zweiten Schritt soll nun die Innovationsfähigkeit des Handwerks betont werden. Zur Untermauerung des Themas „Innovation im Handwerk“ werden die Kampagnenmacher konkreter und im wahrsten Wortsinne anfassbare Beweise für Innovationen vorlegen: Die Imagekampagne will über ihre Öffentlichkeitsarbeit zeigen, welche Innovationen Handwerksbetrieben zu verdanken bzw. welche innovativen Produkte, Lösungen und Dienstleistungen im Handwerk entwickelt werden. Damit verbreitert die Imagekampagne selbst ihr kommunikatives Fundament und schafft gleichzeitig den einzelnen innovativen Handwerksbetrieben zusätzliche öffentliche Aufmerksamkeit.