



Imagekampagne feiert Geburtstag

Köln, den 14. Januar 2011

Die Imagekampagne des deutschen Handwerks blickt auf ein erfolgreiches erstes Kampagnenjahr zurück. Mit Begeisterung und kreativen Ideen hat sich das gesamte Handwerk in die Kampagne eingebracht und einer breiten Öffentlichkeit die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Handwerks näher gebracht. Mit Erfolg: „Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.“ darf sich über große Aufmerksamkeit, ein beachtliches Presseecho sowie zahlreiche Auszeichnungen und Kreativ-Preise freuen.

Erfolgreicher Kampagnenstart

Vor einem Jahr, am 16. Januar 2010, ist der Startschuss für die Imagekampagne des deutschen Handwerks gefallen. Seit dem sorgten mehr als 38.000 Plakate sowie zahlreiche Anzeigenschaltungen dafür, dass die Botschaft von der Bedeutung und der Modernität des Handwerks breit ins Land getragen wurde. Mit über 1.100 Ausstrahlungen im Fernsehen hat der Kampagnen-Spot rund 32 Millionen Zuschauer erreicht. Rund eine weitere Million vorwiegend jüngerer Menschen sah den Handwerks-Spot zudem im Kino und mit über 900.000 Besuchern fand auch die Kampagnenwebsite www.handwerk.de regen Zulauf. Jugendliche wurden durch interaktive Kampagnen-Tools, wie die "Fotobox", durch Anzeigenschaltungen in Jugendmedien und eine jugendgerechte Berufsbroschüre auf die hervorragenden Möglichkeiten einer Ausbildung im Handwerk hingewiesen.

Handwerker als Werbeträger

Der Erfolg der Kampagne wäre nicht denkbar ohne die tatkräftige Beteiligung der Handwerksorganisationen und Betriebe. So sorgten die Handwerksorganisationen gemeinsam mit den Betrieben zum Kampagnenauftritt und im weiteren Jahresverlauf mit rund 150 Pressekonferenzen und vielen regionalen Veranstaltungen für ein enormes Medienecho. Zudem haben zahlreiche Fachverbände eigene Kampagnenmotive für ihre Gewerke entwickelt. Hierzu zählt auch der ZVDH. Die Fachverbände profitieren von der Größe des Handwerks und der Aufmerksamkeit, die der bundesweiten Kampagne entgegen gebracht wird, und stärken diese gleichzeitig durch die enge Verzahnung. Auch die Betriebe nutzen die Möglichkeit, sich als Teil der "Wirtschaftsmacht. Von nebenan" zu präsentieren. Im Verlauf des Jahres 2010 ist die Nachfrage nach Werbemitteln deutlich angestiegen. Unter anderem wurden rund 600.000 Aufkleber, 28.500 T-Shirts und 6,3 Millionen Briefumschläge mit dem Kampagnenlogo geordert.

Und das war erst der Anfang

Mit viel Engagement und kreativen Ideen hat die Imagekampagne des deutschen Handwerks im Jahr 2010 erfolgreich dessen Größe und Bedeutung ins öffentliche Bewusstsein gerückt. 2011 soll an diesen Erfolg angeknüpft werden. Dann wird insbesondere die Innovationskraft und die Vielfalt des Handwerks im Mittelpunkt der auf fünf Jahre angelegten Kampagne stehen.