



„Zukunft kommt von Können“: 21. September ist Tag des Hand- werks

Köln, den 23. August 2013

Mit vereinten Kräften arbeitet das Handwerk an seinem größten Auftrag: Der Welt von morgen. Zum diesjährigen bundesweiten Tag des Handwerks, am 21. September, stellt der Wirtschaftsbereich zukunftsrelevante Themen in den Mittelpunkt – von der Energiewende über den demografischen Wandel bis zum ökologischen Städtebau.

Mit jeder Menge Ideen und Impulsen machen mehr als 5 Millionen Handwerker unser Land fit für die Herausforderungen von morgen. 'Zukunft kommt von Können' lautet daher auch das Motto des diesjährigen Tags des Handwerks, zu dem alle Handwerksbetriebe und -organisationen aufgerufen sind. Am 21. September demonstriert das Handwerk gemeinsam und aufmerksamkeitsstark, wie es mit Know-how, Leidenschaft, Leistungsstärke und Innovationskraft jeden Tag an der Zukunft feilt.

Ob für die großen Herausforderungen der Zukunft oder die kleinen Probleme des Alltags, das Handwerk hat immer die richtige Lösung parat. Passend zum Wahlkampf-Endspurt bringt das Handwerk diese Botschaft plakativ auf die Straße: „Kanzleramt gebaut. Stimmzettel gedruckt. Kandidaten frisiert. Das Handwerk. Immer die beste Wahl“, ist auf fahrbaren Plakatflächen – sogenannten Lithomobilen – zu lesen, die am 20. und 21. Sep-

tember rund um Reichstag und Kanzleramt für Aufmerksamkeit sorgen werden.

Zukunft kommt von Können: Regionale Aktionen

Doch nicht nur in Berlin, in ganz Deutschland präsentieren Organisationen und Betriebe die Bandbreite handwerklichen Könnens. Denn wie in keinem anderen Wirtschaftsbereich liegt die Stärke in der regionalen Verankerung. Fußgängerzonen, zentrale Plätze, Handwerkseinrichtungen und Betriebe erstrahlen am diesjährigen Tag des Handwerks bereits zum dritten Mal in Kampagnenfarben. Jugendliche, die an ihrer Zukunft feilen, sind auf den zahlreichen Informationsveranstaltungen bestens aufgehoben.

Aktionen des Dachdeckerhandwerks

Viele Dachdeckerbetriebe und -Innungen sind aktiv: Tage der offenen Tür und Aktionen in der Öffentlichkeit lassen sich mit den Gerüstbannern, Broschüren, Anstecknadeln und der „Skate Station“ erfolgreich für die verschiedenen Zielgruppen durchführen. Die Einbindung von Schulen und Lehrern stellt sicher, dass auch junge Leute für das Dachdeckerhandwerk interessiert werden können.

Zeigen Sie, dass das Dachdeckerhandwerk Teil der Wirtschaftsmacht ist, machen Sie mit und stellen Sie Ihre Fotos von Ihrer Aktion auf die facebook-Seite Dachdecker Dein Beruf ein. Die größtenteils kostenlosen Werbemittel und die Skate Station fordern Sie einfach wie gewohnt beim ZVDH über die D+W GmbH in Köln an (zvdh@dachdecker.de).