



### 25 Jahre Aktion DACH

Köln, 2. Oktober 2015

2015 blickt die Aktion DACH auf eine erfolgreiche Arbeit zurück, in der sie sich vor allem für Nachwuchssicherung, Imagepflege und Auftragswerbung einsetzte. Als im Jahre 1990 die ersten Gründungs-Gespräche stattfanden, bestand die Aktion DACH aus dem geschäftsführenden Vorstand des ZVDH sowie einigen Marktführern aus Herstellerkreisen und dem Fachhandel. Die Idee war, ein Projekt anzustoßen, um den Nachwuchsmangel auszugleichen und das Image des Dachdeckerhandwerks zu verbessern. Schnell waren Verbündete gefunden und ein Etat von rund 1,2 Millionen – damals noch D-Mark – kam zusammen.

Die operative Abwicklung wurde bei der neu gegründeten D+W-Service GmbH als ZVDH-Tochter angegliedert. Um die Interessen des Dachdeckerhandwerks, aber auch die der Hersteller und des Fachhandels gleichermaßen zu berücksichtigen, wurde der D+W-Service GmbH ein Beirat zur Seite gestellt. Dieser beschließt die Aktionen der Gemeinschaftswerbeaktion und legt die notwendigen Mittel fest.



In den Anfangsjahren wurden bundesweite Events geplant und eine Sympathiefigur – Meister-Obenauf – geschaffen, um die Ideen zielgruppengerecht umzusetzen. Die Erfolge waren so überzeugend, dass sich alle beteiligten Unternehmen entschlossen, die Finanzierung der Gemeinschaftswerbung bis heute fortzusetzen. Geändert wurde nur der Name, aus der etwas sperrigen „Gemeinschaftswer-

beaktion“ wurde vor rund zehn Jahren die „Aktion DACH“.

Seit rund 25 Jahren treffen sich seitdem im Beirat regelmäßig Entscheider aus dem Dachdeckerhandwerk, dem Fachhandel und der Bedachungsindustrie, um die Ziele der Aktion DACH fortzuentwickeln: Fachkräftesicherung, Auftrags- und Imagewerbung. Für diese drei Eckpfeiler werden den Mitgliedern der Berufsorganisation des Dachdeckerhandwerks zahlreiche Werbemittel und Aktionspakete kostenfrei zur Verfügung gestellt. So können Betriebsinhaber und Innungen schnell und einfach ein wirksames Marketing betreiben.

#### Banner, Skater und ein Truck

Umfangreiches kostenloses Material für die Nachwuchswerbung wie Plakate, Informationsbroschüren sowie Folder für Eltern und Jugendliche werden von den Betrieben gern genutzt. Aber auch Fahnen, Aufkleber, Stempel und Lesezeichen für die Image- und Auftragswerbung kommen zum Einsatz. Sehr beliebt ist bis heute das Banner, das die Aktion DACH den Mitgliedsbetrieben der Berufsorganisation kostenfrei zur Anbringung an Baustellen und Hausfassaden zur Verfügung stellt. Wertvolle Arbeitsmittel sind auch die Bilderdatenbank sowie der Broschürenbaukasten.

Derzeit werden alle Auftragswerbefolder überarbeitet und erste „Neuerscheinungen“ sind bereits abrufbar. Aktuell ist – nach dem weiterhin erfolgreichen Pixi-Buch – vor allem das Vorlese-Mal-Bilderbuch mit Kater Felix als „Berufsinformation“ sehr gefragt. Alle Materialien können im Werbemittel-Shop im internen Bereich ausschließlich von Innungsmitgliedern unter [www.dachdecker.de](http://www.dachdecker.de) kostenfrei bestellt werden. Die Aktion DACH präsentiert sich online unter [www.aktiondach.de](http://www.aktiondach.de).



Herausgeber:

Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks e.V., Fritz-Reuter-Straße 1, 50968 Köln

☎ 0221-398038-0 📠 0221-398038-99 E-Mail [zvdh@dachdecker.de](mailto:zvdh@dachdecker.de) Internet [www.dachdecker.de](http://www.dachdecker.de)

Verantwortlich: Claudia Büttner