

Imagekampagne



Seit Mitte Januar 2010 positioniert sich das Handwerk mit einer bundesweiten Imagekampagne neu. Die Kampagne wurde von der Berliner Kommunikationsagentur Scholz & Friends entwickelt. Der Deutsche Handwerkskammertag (DHKT), Dachverband der 53 Handwerkskammern, hat die Kampagne ins Leben gerufen. Ziel der Kommunikationsoffensive ist es, die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Handwerks zu verdeutlichen und Jugendliche für eine Ausbildung dort zu begeistern. Im Internet, auf Plakaten und Veranstaltungen sowie in Tageszeitungen und einem Kino- und Fernsehspot wird vermittelt, wie modern, innovativ und facettenreich das Handwerk ist. Plakate

Auch im Straßenbild wird das Handwerk in Erscheinung treten. Dazu wurden gleich zum Start der Kampagne fast 12.000 Plakate in 380 Städten Deutschlands geklebt. Zur gezielten Ansprache wurden in ausgewählten überregionalen Tageszeitungen Anzeigen geschaltet, mit denen erneut mehr als 50 Prozent der Bevölkerung erreicht wurden. In der Region Ostmecklenburg-Vorpommern waren zwischen dem 25. Januar und 7. Februar 2010 rund 155 Großplakate zu sehen. Die nächsten großen Werbewellen starten im Mai und September.

InternetAuf der Internetpräsenz www.handwerk.de stehen vielfältige Informationen zum Handwerk und zu seinen Karrierechancen zur Verfügung, aber auch unterhaltsame Module, die zum interaktiven Mitmachen einladen.

JugendlicheMit Blick auf die Zielgruppe der Jugendlichen fokussiert die Media-Strategie insbesondere die Internetpräsenz, nicht nur durch eine eigene Website, sondern auch durch Werbeschaltungen auf diversen relevanten Portalen. Die Online-Kampagne startet mit einem Teaser, der auf den großen Videoportalen platziert wird, gefolgt von aufmerksamkeitsstarken Online-Auftritten, unter anderem auf BILD.de und SPIEGEL ONLINE. Dieses gezielte Engagement wird zu garantierten 40 Millionen Page Impressions führen. Zusätzlich werden Jugendliche über Plakate und Poster an über 13.000 Schulen in Deutschland angesprochen.

MessenBeginnend mit der Internationalen Handwerksmesse in München im März 2010 wird die Imagekampagne auch für Messebesucher greifbar sein und unterhaltsam und professionell über das Handwerk informieren.

BetriebeNicht zu vergessen sind die Handwerker selbst: Alle Betriebe, also nahezu eine Million, haben bis Anfang Februar ein Werbemittelpaket erhalten, in dem sich Aufkleber für Autos und Fenster sowie Plakate befinden. Und dazu ein Bestellschein für viele weitere Artikel, also zum Beispiel Taschen, Tassen, T-Shirts, auf denen sich frische, manchmal auch freche Sprüche zum Handwerk befinden. So wird es wohl fast niemanden geben, der in den nächsten Wochen und Monaten nicht vom deutschen Handwerk, seinen Leistungen und seiner großen Bedeutung hören wird.

[# Hier geht's zum Werbemittelshop](#) [# Hier geht's zum Download](#) ausgewählter Motive als Bildschirmhintergrund und des TV-Spots. [# Hier geht's zur Deutschlandkarte](#)