

Der Tag des Handwerks

Leitfaden für Organisationen des Handwerks



März 2011

Inhaltsverzeichnis

Der Tag des Handwerks ist Ihr Tag!.....	3
Nutzen Sie den Tag des Handwerks zu Ihrem Vorteil	4
Was passiert am Tag des Handwerks auf nationaler Ebene?	5
Wie können sich Handwerksorganisationen am Tag des Handwerks beteiligen?	7
Ankündigungen des Tages des Handwerks	8
Regionale Werbung	11
Pressearbeit.....	14
Handwerkszeitungen	16
Publikumsveranstaltungen am Tag des Handwerks.....	18
Unterstützung der Betriebe	22
Austausch unter den Handwerksorganisationen	23
Ansprechpartner und Adressen.....	25

Der Tag des Handwerks ist Ihr Tag!

Am 3. September 2011 feiert das deutsche Handwerk erstmals den bundesweiten „Tag des Handwerks“. Unter dem Motto „Deutschland ist handgemacht“ steht das ganze Land im Zeichen der Wirtschaftsmacht von nebenan und lässt seine 5 Millionen Handwerker, ohne die das moderne Leben unvorstellbar wäre, hochleben.

Nationale und regionale Maßnahmen sorgen dafür, dass ganz Deutschland einen Tag lang über „Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.“ spricht und keiner an den Leistungen des Handwerks vorbeikommt.

Der Aktionstag hat das Ziel, die öffentliche und mediale Aufmerksamkeit gebündelt auf die Leistung, Größe und Bedeutung des Handwerks zu lenken. Mit gezielten Werbe- und PR-Maßnahmen werden die Botschaften auf vielfältige Art und Weise kommuniziert. Der Tag des Handwerks ermöglicht es allen Handwerksorganisationen und Betrieben, mit einfachen Mitteln zu zeigen, dass sie ein Teil der Wirtschaftsmacht von nebenan sind. Er soll langfristig als Aktionstag etabliert werden und alljährlich voraussichtlich unter einem anderen Motto stattfinden.



Ganz Deutschland feiert am 3. September das Handwerk.

Nutzen Sie den Tag des Handwerks zu Ihrem Vorteil

Die Teilnahme am Tag des Handwerks birgt auch für Ihre Organisation viele Vorteile:

Maximale Aufmerksamkeit durch gemeinsame Aktionen

Viele Handwerksorganisationen veranstalten bereits sehr erfolgreich unterschiedliche öffentlichkeits- und medienwirksame Maßnahmen in ihrer Region und weisen dadurch auf die Leistungen des Handwerks hin. Indem Sie bereits bestehende Aktionen auf den Tag des Handwerks legen, können Sie die Reichweite Ihrer Aktionen entscheidend erhöhen. Das nationale Programm bietet Ihnen dabei eine Bühne, auf der Sie Ihre regionalen Aktionen unter maximaler öffentlicher und medialer Aufmerksamkeit in Ihrer Region umsetzen können.

Positiver Imagetransfer

Im Rahmen der bundesweiten Imagekampagne werden die Größe, Bedeutung, Modernität und Vielfalt des gesamten Handwerks hervorgehoben. Durch regionale oder gewerkspezifische Aktionen am Tag des Handwerks können Sie den Medien und der Öffentlichkeit die Vielfalt der Wirtschaftsmacht von nebenan und Ihre Präsenz vor Ort verdeutlichen. Dadurch verlängern sich die Botschaften direkt auf Ihre Organisation. Und Ihre Maßnahmen werden als wichtiger Teil der großen Kampagne wahrgenommen.

Wenig Aufwand, hoher Wiedererkennungswert

Durch die Verwendung der bereits bestehenden Motive und Werbemittel der Imagekampagne verringern Sie Ihren finanziellen und organisatorischen Aufwand. Zudem steigert ein einheitlicher Auftritt die Bekanntheit und den Wiedererkennungswert des Handwerks und damit auch Ihrer Organisation.

Was passiert am Tag des Handwerks auf nationaler Ebene?

Nationale Werbe- und PR-Maßnahmen verleihen dem Tag des Handwerks bundesweite Wahrnehmung und Durchschlagskraft. Dadurch entsteht eine bundesweite Aufmerksamkeit für das Handwerk, die durch zusätzliche Maßnahmen der Betriebe und Handwerksorganisationen genutzt und ergänzt wird. Die zentralen Maßnahmen auf nationaler Ebene werden im Folgenden beschrieben.

Pressekonferenz mit Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle

Im Rahmen einer Pressekonferenz in Berlin gibt der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Rainer Brüderle, einen Tag vor dem Tag des Handwerks den offiziellen Startschuss für den bundesweiten Aktionstag. Herr Brüderle hat seine Teilnahme bereits unter Vorbehalt zugesagt.

Auf einem zentral gelegenen Platz in der Hauptstadt wird eine Ausstellung in Szene gesetzt. Auf rund 100 installierten Aufstellern in Form des Handwerksdaumens wird jeweils mindestens ein Handwerksberuf dargestellt. Die Ausstellung verdeutlicht die Größe und Vielfalt des Handwerks als Attraktion für Passanten sowie als Medienbild für Journalisten. (Regionale Nutzung, s. S. 15)

Der Tag des Handwerks im Fernsehen

Der TV-Spot der Imagekampagne zeigt auf beeindruckende Weise, wie unser Leben ohne das Handwerk aussehen würde. Am Tag des Handwerks wird der um einen Hinweis auf den Aktionstag ergänzte TV-Spot auf TV-Sendern geschaltet.

Darüber hinaus wird eine Medienpartnerschaft mit einem TV-Sender zum Tag des Handwerks angestrebt, um den Aktionstag bundesweit noch sichtbarer zu machen.

Eine überraschende Werbeaktion wird mit dem Nachrichtensender n-tv umgesetzt. Über den Newsticker des Senders laufen während des regulären Programms Meldungen von der Wirtschaftsmacht von nebenan. Zum Beispiel:

+++ *Umsatzrekord: Bäckerei Bachmann in Schmargendorf macht 12 Prozent mehr Umsatz im Segment Spritzgebäck.* +++ *Chefposten neu besetzt: Martina Großenbach übernimmt die Führung bei Metallbau Großenbach in Sinnhofen.* +++ *Das Handwerk. Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.* +++



Der offizielle Startschuss fällt mit einer nationalen Pressekonferenz.



Eine Ausstellung zeigt die Vielfalt des Handwerks. (Anmutung)



Überraschende Handwerksmeldungen im n-tv-Newsticker.

Der Tag des Handwerks in Zeitungen und auf Plakaten

Ein Anzeigenmotiv zum Tag des Handwerks wird in einer überregionalen Zeitung geschaltet. Außerdem wird eine nationale Sonderbeilage zum Tag des Handwerks angestrebt. Darin wird die ökonomische Bedeutung, die Innovationsfähigkeit und Vielfalt des Handwerks redaktionell aufbereitet.

Pressetexte

Durch Pressetexte regt das Kampagnenbüro die Berichterstattung zum Tag des Handwerks über das laufende Jahr an. Es werden die nationalen Maßnahmen vorgestellt und regionale Umsetzungsideen präsentiert, die über die Handwerkszeitungen und das Kampagnenforum an das Kampagnenbüro herangetragen wurden. Die Texte werden sowohl an Handwerksorganisationen als auch an nationale Medien versandt.

Im August ruft ein weiterer Pressetext den Tag des Handwerks wenige Wochen vor dem Tag des Handwerks in Erinnerung.

Zusätzlich werden kurz vor dem Aktionstag wieder bundesweit Plakate der Imagekampagne auf die Leistungen des Handwerks sowie einzelne Motive auch direkt auf den Tag des Handwerks hinweisen. Alle Plakate werden zusätzlich mit einem Störer versehen, auf dem der Tag des Handwerks angekündigt wird.

Der Tag des Handwerks im Internet

Vor dem Tag des Handwerks zeigt ein Countdown-Banner auf der Startseite von www.handwerk.de die verbleibende Zeit bis zum Aktionstag an. Klickt man den Countdown-Banner an, so gelangt man auf die Sonderseite zum Tag des Handwerks. (Regionale Nutzung, s. S. 11)

Die Sonderseite der Kampagnenwebsite www.handwerk.de stellt Informationen über den Tag des Handwerks bereit. Interessierte erhalten dort unter anderem Verweise auf Kampagnenmaterial, Presseunterlagen und Kontaktdaten der Handwerksorganisationen in den Regionen.

Der Tag des Handwerks wird auch durch Bannerschaltungen auf reichweitenstarken Webportalen beworben. Auf Mausklick leiten die Banner auf die Unterseite zum Tag des Handwerks auf www.handwerk.de weiter.

Ein so genanntes Homepage-Event auf einem reichweitenstarken Webportal macht den Tag des Handwerks zusätzlich zu einem echten Hingucker. Die ganze Website wird dabei in den animierten Werbespot eingebunden. Am Ende der Animation bleibt die Botschaft stehen: Am 3. September ist der Tag des Handwerks.



Eine Anzeige in einer überregionalen Zeitung macht auf den Tag des Handwerks aufmerksam.



Der Countdown-Banner auf der Kampagnenwebsite zählt die Tage bis zum großen Aktionstag.

Wie können sich Handwerksorganisationen am Tag des Handwerks beteiligen?

Der Tag des Handwerks ist nicht nur eine zentrale „Werbeaktion“ der Imagekampagne, er lebt insbesondere von Ihrem Engagement! Im Folgenden werden Aktionen vorgeschlagen, die am Tag des Handwerks in Ihrer Region umgesetzt werden könnten. Einige Vorschläge orientieren sich an Maßnahmen, die vielen von Ihnen wahrscheinlich geläufig sind, weil Sie sie ohnehin über das Jahr verteilt umsetzen. Wenn Sie die Möglichkeit haben, diese Aktionen auf den Tag des Handwerks zu legen, können sie ein Teil des bundesweiten Aktionstages werden und von der außergewöhnlichen öffentlichen und medialen Aufmerksamkeit an diesem Tag profitieren.



Der Tag des Handwerks lebt von Ihrem Engagement!

Welchen organisatorischen Aufwand Sie für die einzelnen Maßnahmen einplanen sollten, wird Ihnen durch Handwerksdaumen angezeigt.


 niedrig  mittel  hoch

Zur Vereinfachung Ihres Organisationsaufwandes werden Ihnen Motivvorlagen und bestellbare Werbeartikel zur Verfügung gestellt, die Sie im Vorfeld und am Tag des Handwerks selbst einsetzen können. Die Darstellungen im Leitfaden sind erste Anmutungen und kein finales Layout. Diese erhalten Sie über folgende Quellen:

Alle Motivvorlagen zur Bewerbung Ihrer Aktion stehen Ihnen ab Mai 2011 im so genannten Brand Management zum kostenlosen Download zur Verfügung. <http://brandmanagement.handwerk.de>

Marketing Handwerk unterstützt Sie bei der Produktion aller Vorlagen und berät Sie bei der Formatanpassung oder Integration Ihres Organisationslogos.

Werbemittel können Sie über den Werbemittelshop der Marketing Handwerk beziehen. <http://shop-handwerk.de>

 Der Zeigefinger verweist auf die Quelle, wo Sie Motivvorlagen und Werbemittel beziehen können.

Ankündigungen des Tages des Handwerks

Zum Tag des Handwerks wird ein Aktionslogo entwickelt, mit dem Sie den Aktionstag bewerben können. Das Logo gibt es auch als rein grafische Variante, die nur dort eingesetzt werden sollte, wo das Aktionslogo nicht verwendet werden kann.

Beide Varianten wird es mit und ohne Datumshinweis geben. So haben Sie die Möglichkeit, konkret auf den Tag des Handwerks 2011 hinzuweisen, und können kurzlebige Werbemittel damit versehen. Das Aktionslogo ohne Datum bietet sich vor allem für langlebige Werbemittel an, die in den Folgejahren wieder eingesetzt werden können.



Aktionslogo ohne Datum


Aktionslogo mit Datum



Grafisches Logo ohne Datum

Grafisches Logo mit Datum

Geschäftsausstattung mit Aktionslogo zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand: 

Das Aktionslogo für den Tag des Handwerks wird Ihnen im Brand Management ab Mitte Mai zur Verfügung gestellt. Binden Sie das Aktionslogo in Ihre Geschäftsausstattung ein.

- Platzieren Sie es in den Formatvorlagen Ihrer Briefe, Faxe und in Ihrer E-Mail-Signatur. Mit wenig Aufwand können Sie so während Ihres Alltagsgeschäftes viele Menschen auf den Tag des Handwerks aufmerksam machen.
- Über den Shop der Marketing Handwerk sind preiswerte Aufkleberbögen zu beziehen, die Sie auf alle Drucksachen, Prospekte und Briefumschläge aufkleben können.
- Sollten Sie eine Freistempelmaschine nutzen, können Sie das Logo auch als Freistemplerklichee anfertigen lassen und so ohne weiteren Mehraufwand und ohne weitere Kosten alle Briefumschläge damit versehen.




Kleiner Aufwand, große Wirkung: Aufkleberbogen können Sie für Ihre Geschäftsausstattung nutzen.



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo zum Tag des Handwerks

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Aufkleberbogen zum Tag des Handwerks

Funkspot auf Anrufbeantworter

Organisationsaufwand: 

Speziell für den Tag des Handwerks wird ein Funkspot erstellt und zur regionalen Schaltung zur Verfügung gestellt. Der Funkspot weist im Ab-binder auf den Tag des Handwerks am 3. September hin. Sie können diese innerhalb Ihrer Organisation einsetzen und so den Tag des Handwerks ankündigen. Durch die regionale Individualisierung, wie zum Bei-spiel die Ergänzung regionaler Programmpunkte, betreiben Sie ganz nebenbei Werbung für den Tag des Handwerks und Ihre Aktionen.

(Mehr zum Funkspot, s. S. 12)

- Spielen Sie den Funkspot auf Ihren Anrufbeantworter oder las-sen Sie ihn in der Warteschleife laufen.



Brand Management: ab Mitte Mai Funkspot

Lokales Tonstudio: Ergänzungen des Funkspots



Spielen Sie den Funkspot zur Ankündigung des Tages des Handwerks auf Ihren Anruf-beantworter.

Flyer zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand: 

Ein Info-Flyer informiert über den Tag des Handwerks. Auf der letzten Seite können Sie Ihr Organisationslogo bzw. Ihre Adresdaten einstem-peln. Ein zweiter Angebots-Flyer gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihr Angebot oder individuelle Ankündigungen einzuarbeiten. Im Kampagnenlook können Sie so Ihren Tag des Handwerks in einem handlichen Format präsentieren.

- Legen Sie die Flyer in Ihren Geschäftsstellen und Bildungsein-richtungen aus. Mitarbeiter, die Betriebe besuchen, können Flyer mitnehmen und aushändigen.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Angebots-

Flyer zum Tag des Handwerks mit Platz für individuelle Ergänzungen

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Info-Flyer zum Tag des Handwerks




Sie können den Info-Flyer zum Tag des Handwerks auslegen.



Ergänzen Sie diesen Ange-bots-Flyer im Kampagnenlook mit Ihrem Programm am Tag des Handwerks.

XXL-Einladung

Organisationsaufwand: 


Am großen Tag des Handwerks sind alle Menschen zum Mitfeiern eingeladen.

- Stellen Sie eine überdimensionale Einladungsklappkarte in Ihrem Foyer oder vor die Eingangstür auf und laden Sie Deutschland zum Tag des Handwerks ein.



Eine spezielle Vorlage gibt es hierfür nicht. Zur Gestaltung Ihrer eigenen XXL-Einladung können Sie gern das Logo für den Tag des Handwerks verwenden. Bei Fragen berät Sie [Marketing Handwerk](#) gern.

Aktionsseite auf Ihrem Internetauftritt

Organisationsaufwand: 

Nutzen Sie auch Ihren Internetauftritt als Informationsplattform für den Tag des Handwerks. So können Sie sowohl die breite Öffentlichkeit über Ihr Programm informieren als auch die Handwerksbetriebe vor Ort ansprechen.

- Denkbar ist die Einrichtung einer Unterseite der Website, die auch in der Gestaltung an das Design der Imagekampagne angelehnt ist. Binden Sie dazu beispielsweise das Aktionslogo zum Tag des Handwerks ein.
- Bieten Sie den Betriebe-Leitfaden zum Download auf ihrer Website an.
- Weisen Sie auf die Aktionsseite hin, zum Beispiel mit einem Link in Ihrer E-Mail-Signatur.
- Sobald Sie die Aktionsseite eingerichtet haben, schicken Sie doch den dazugehörigen Link an das Kampagnenbüro Handwerk, damit sie auf der Sonderseite der Kampagnenwebsite veröffentlicht werden kann.



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo und Motive zum Tag des Handwerks

Countdown-Banner

Organisationsaufwand: 👍

Auch Sie können den Countdown-Banner zum Tag des Handwerks auf Ihrer Website einbinden. Am 3. September schaltet er von alleine auf ein Motiv zum Tag des Handwerks um.

- Binden Sie den Countdown-Banner auf der Homepage Ihrer Organisation ein und weisen Sie nachgelagerte Organisationen und Betriebe auf die Möglichkeit hin, den Banner ebenfalls zu integrieren.



Brand Management: ab Mai Countdown-Banner in mehreren Standardformaten



Ein echter Hingucker: der Countdown-Banner auf Ihrer Homepage.

Regionale Werbung

Über die alltäglichen Kommunikationsmedien Ihrer Organisation hinaus können Sie auch in lokalen und regionalen Medien für den Tag des Handwerks und Ihre geplanten Aktionen werben.

Regionalisierte Funkspots im Radio

Organisationsaufwand: 👍👍

Schalten Sie den Funkspot in einem regionalen Radiosender. Gerne können Sie auch den Funkspot um einen organisationsspezifischen Abbinde oder regionale Ankündigungen ergänzen. Dabei ist Ihnen meist der Radiosender oder ein regionales Tonstudio behilflich.

- Buchen Sie frühzeitig entsprechende Sendeplätze und schalten Sie den Funkspot im Vorfeld des Tages des Handwerks oder direkt am Tag des Handwerks.



Brand Management: ab Mitte Mai Funkspot
Radiosender oder regionales Tonstudio: Individualisierung



Mit dem Funkspot können Sie die Zuhörer auf den Aktionstag einstimmen.

Radiokooperationen

Organisationsaufwand: 👍👍👍

Mit regionalen oder lokalen Radiosendern können Sie Kooperationen aushandeln. Dabei können unterschiedliche Formate umgesetzt werden, die das Handwerk ins Gespräch bringen und auf den Tag des Handwerks hinweisen: von einem Rate-Quiz zu Handwerkergeräuschen über eine Radio-Schnitzeljagd zu verschiedenen Betrieben in Ihrer Region bis hin zu einer Stadtwette zum Tag des Handwerks (Stadtwette, s. S. 19),

aber auch Kommentare von Vertretern des Handwerks oder dem Handwerk nahestehenden regionalen Prominenten. Natürlich können Sie auch den Funkspot einbeziehen.

- Sollten Sie Formate umsetzen, für die Sie Sachpreise benötigen, bietet es sich an, einen Gewinnspielpartner zu suchen, der sich an den Kosten beteiligt oder Preise zur Verfügung stellt. Denkbar sind Unternehmen bzw. Organisationen, die dem Handwerk besonders nahestehen.
- Die höchste Reichweite erzielen Sie über den Hörfunk in der Regel am Morgen und in der Mittagszeit.

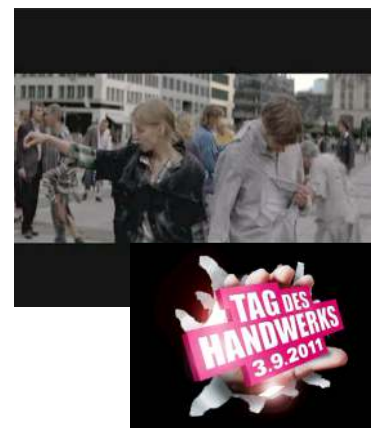
Kinospot

Organisationsaufwand: 

Zum Aktionstag kann der Kinospot um den Hinweis auf den Tag des Handwerks ergänzt und im Vorfeld oder am Aktionstag in Kinos geschaltet werden.




Neue Kopien für den Kinospot und den Hinweis auf den Tag des Handwerks können Sie beim Kampagnenbüro (PR-Büro Handwerk) bestellen. Sie können auch vorhandene Kopien nutzen. Weitere Informationen dazu erhalten Sie beim Kampagnenbüro.



Zum Tag des Handwerks zeigt der Kinospot die Leistungen des Handwerks.

Anzeigen und Plakate zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand: 

Durch regionale Schaltung von Anzeigen- und Großflächenplakaten können Sie die in Ihrer Region ansässige Bevölkerung und auch Handwerksbetriebe erreichen.

- Neben Anzeigen- und Plakatschaltungen sind auch Poster, die Sie in ihren Räumen aufhängen, eine geeignete Möglichkeit, auf den Tag des Handwerks hinzuweisen.




Brand Management: ab Mitte Mai Vorlagen für Anzeigen und Plakate



Die Poster und Anzeigenmotive können Sie mit Ihrem Logo ergänzen.

Sonderpublikationen

Organisationsaufwand: 

In Regionalzeitungen können Sie mit außergewöhnlichen Kooperationen und Werbemaßnahmen die Aufmerksamkeit auf das Handwerk und Ihr Programm am Tag des Handwerks ziehen. Folgende Formate sind denkbar:

- **Beilage in Regionalzeitung**

Schlagen Sie einem Verlag frühzeitig die Veröffentlichung einer Sonderseite oder einer Beilage zum Tag des Handwerks vor. Bei beiden Formaten bietet es sich an, Fakten und Berichte über die Bedeutung des (regionalen) Handwerks und ausgewählte regionale Programmpunkte am Tag des Handwerks zu präsentieren. Wenn es der Verlag wünscht, können Sie dabei auch Ihre redaktionelle Unterstützung einbringen. Zudem wäre es vorteilhaft, wenn der Tag des Handwerks auch optisch erkennbar wäre, zum Beispiel durch das integrierte Aktionslogo für den Tag des Handwerks.

Die Veröffentlichung eines Sonderformats steht und fällt in der Regel mit der Akquise von Anzeigenkunden. Weisen Sie den Verlag daher auf die Möglichkeit hin, Ausrüster und Partner des Handwerks für Anzeigenschaltungen gewinnen zu können.

- **Störer in Anzeigen**

Weisen Sie Betriebe auf die Möglichkeit hin, geplante Anzeigen mit einem Störer, also einem Hinweis auf den Tag des Handwerks zu versehen. Auf diese Weise präsentieren Sie sich, ohne Extrakosten aufzubringen, öffentlich als Teil des Tages des Handwerks.

- **Sammelanzeige von Handwerksbetrieben**

Regen Sie Betriebe an, in einer Sammelanzeige im Kampagnenlook den Tag des Handwerks anzukündigen und gegebenenfalls auf eigene Programmpunkte hinzuweisen. Die Kosten für die Schaltung sind so für jeden Einzelnen geringer. Auf der Anzeige kann ebenfalls das Logo ihrer Kammer integriert werden.

- **Anzeige von regionalen Partnern und Ausrüstern des Handwerks**

Viele regionale Partner und Ausrüster des Handwerks profitieren täglich von den Leistungen des Handwerks. Diese können sich mit einer um einen Hinweis auf den Aktionstag ergänzten Anzeige beim Handwerk für die gute Zusammenarbeit bedanken. Ein Störer zum Tag des Handwerks lässt sich ohne großen Aufwand



Eine Sonderseite in einer Regionalzeitung macht auf die Bedeutung und Programmpunkte des Aktionstages aufmerksam.



Zeigen Sie die Einheit des Handwerks: eine Sammelanzeige zum Tag des Handwerks.

in bestehende Anzeigenmotive der Unternehmen integrieren. Machen Sie dazu in Frage kommende Partner und Ausrüster des Handwerks auf die Möglichkeit einer solchen Anzeigenschaltung aufmerksam. Sie können auch regionale Verlage auf das Potenzial hinweisen, neue Anzeigenschaltungen zum Tag des Handwerks bei diesen zu generieren. Dazu könnten Sie der Anzeigenabteilung auch ein Empfehlungsschreiben zur Verfügung stellen, in dem Sie die Idee dieser Anzeige verdeutlichen und die Umsetzung empfehlen.



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo zum Tag des Handwerks, Vorlage für Sammelanzeige und Störer für Anzeigen




Ein Störer auf einer Anzeige eines regionalen Partners bewirbt den Tag des Handwerks.

Pressearbeit

Durch Veranstaltungen und Aktionen, die direkt auf Medienvertreter abzielen, können Sie vor und am Tag des Handwerks selbst die zentralen Botschaften Größe, Innovationsfähigkeit und Vielfalt vermitteln und Anregungen für die Berichterstattung über das Handwerk in Deutschland und Ihrer Region geben.

Pressekonferenz

Organisationsaufwand: 

Eine Pressekonferenz kann am Vortag oder am Tag des Handwerks ausgerichtet werden. Beide Termine bieten Vorteile. Am Freitag, den 2.9. generieren Sie Berichterstattung am Tag des Handwerks. Zudem haben Sie noch die Möglichkeit, auf einzelne Aktionen am Tag des Handwerks hinzuweisen. Am Aktionssamstag können Sie die Pressekonferenz als Auftaktveranstaltung zum Tag des Handwerks nutzen.

- Das Kampagnenbüro erstellt Presstexte zum Tag des Handwerks, die sich auch für den regionalen Einsatz eignen. Ergänzen Sie diese einfach mit regionalen Zahlen, Fakten, Geschichten und Bildmaterial. Die Texte können Sie den Medien in einer Pressemappe im Kampagnenlook zur Verfügung stellen. Die Pressemappe können Sie mit einem Aufkleber zum Tag des Handwerks versehen.
- Wie wäre es, Ihre Pressekonferenz mal an einem ungewöhnlichen Ort abzuhalten, der die Bedeutung und Modernität des Handwerks aufzeigt oder symbolisiert? Denkbar ist ein von Handwerkern restauriertes Wahrzeichen Ihrer Region oder eine moderne Fertigungshalle eines ortsansässigen Handwerksbetriebs.



Eine Pressemappe mit allen wichtigen Hinweisen und Informationen zum Tag des Handwerks.

- Stellen Sie mit der richtigen Raumausstattung sicher, dass die Fotos, die auf der Pressekonferenz gemacht werden, die Botschaft von der Wirtschaftsmacht von nebenan weitertragen. Poster, Plakate, Pressewände und Roll-ups können dafür verwendet werden. Um vorhandene Presserückwände und Roll-ups nutzen zu können, können Sie einen ablösbaren Aufkleber (Störer) mit dem Aktionslogo zum Tag des Handwerks aufkleben. Alternativ haben Sie auch die Möglichkeit, Presserückwände, Pressemappen und Roll-ups nachzubestellen.




Die Presserückwand wird mit einem Störeraufkleber versehen.



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo
Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Presserückwände und Roll-ups, Pressemappe, Aufkleberbogen zum Tag des Handwerks

Medienbild

Organisationsaufwand: 

Ein attraktives Medienbild regt die Berichterstattung an und ermöglicht es, Botschaften auch visuell zu vermitteln. Eine Ausstellung zeigt die Vielfalt des Handwerks auf und ermöglicht die Inszenierung eines Medienbildes. Sie kann am Tag des Handwerks, aber auch darüber hinaus genutzt werden. Selbstverständlich können die Daumenaufsteller von Ihnen auch einzeln erworben werden. Wählen Sie beispielsweise nur die Aufsteller aus, die für das Gewerk stehen, das Ihre Organisation vertritt. Je nach Verwendungszweck können Sie die Aufsteller in unterschiedlichen Ausführungen produzieren lassen.

- Platzieren Sie die rund 100 Aufsteller auf einem prominenten Platz oder entlang einer Einkaufsstraße.
- Weisen Sie die Medien in einer Pressemitteilung im Vorfeld auf die Fotogelegenheit hin. Wenn sie im Rahmen einer Veranstaltung präsentiert wird, dann erwähnen Sie die Fotogelegenheit am besten schon in der Presseeinladung oder im Ablaufplan.



Sie können die rund 100 Aufsteller zum Beispiel entlang einer Einkaufsstraße platzieren.




Zu den Produktionsmöglichkeiten werden Sie in einem separaten Schreiben informiert.

Handwerkszeitungen

Handwerkszeitungen sind ein starker Partner, wenn es darum geht, möglichst viele Betriebe über den Tag des Handwerks zu informieren und sie zu einer Teilnahme zu motivieren.


Redaktionelle Ankündigung und Berichterstattung

Organisationsaufwand: 

Handwerkszeitungen können eine Vielzahl von redaktionellen Formaten umsetzen. Hier eine kleine Auswahl an möglichen Formaten, die die Leser der Handwerkszeitungen kontinuierlich auf den Tag des Handwerks einstimmen könnten.

- **Stimmen zum Tag des Handwerks**
In kurzen Statements gratulieren regionale Prominente dem Handwerk zu seinem ersten bundesweiten Aktionstag und erklären, warum das Handwerk aus ihrer Sicht einen eigenen Tag des Handwerks verdient hat.
- **Serie: „Ich beteilige mich am Tag des Handwerks, weil ...“**
Denkbar wäre eine feste Rubrik, die Sie im Zuge der Ankündigung des Aktionstages einführen. Darin erläutern Handwerker, warum und wie sie sich am Tag des Handwerks beteiligen. Noch unentschlossenen Lesern wird so auf authentische Art vermittelt, warum auch sie sich am Tag des Handwerks in ihrer Region beteiligen sollten.
- **Experteninterview**
Marketing- und Kommunikationsexperten aus der Region erläutern in einem Interview die Vorteile und Chancen eines bundesweiten Aktionstages für das gesamte Handwerk und für jeden einzelnen Handwerksbetrieb.
- **Namensbeiträge von Persönlichkeiten aus dem Handwerk**
In den Handwerkszeitungen könnten Namensbeiträge von hochrangigen Vertretern des Handwerks veröffentlicht werden. Diese verdeutlichen in ihrem Artikel die Bedeutung des Tages des Handwerks und rufen die Betriebe dazu auf, sich zu beteiligen.
- **Vorstellung regionaler Aktionen**
Wenige Wochen vor dem Tag des Handwerks bietet es sich an, ausgewählte Aktionen aus Ihrem Verbreitungsgebiet anzukündigen. Durch ein Piktogramm können Sie zusätzlich darauf hinweisen, wenn sich Veranstaltungen zum Beispiel besonders gut für Kinder und Familien eignen.

Sonderaktion: Ideen-Schmiede

Organisationsaufwand: 

In Zusammenarbeit von Handwerksmedien und Handwerksorganisationen können Betriebe zu einer Teilnahme am Tag des Handwerks motiviert und der Austausch von Aktionsideen angeregt werden. Denkbar wäre zum Beispiel der gemeinsame Aufruf zur Ideen-Schmiede.

Und so könnte die Ideen-Schmiede ausgestaltet werden:

- **Mai: der Aufruf**

Das Kampagnenbüro verschickt Anfang April einen Textvorschlag zur Ankündigung der Ideen-Schmiede. Darin werden zur Inspiration erste Vorschläge präsentiert, wie Betriebe den Tag des Handwerks vor Ort umsetzen können. Außerdem werden Handwerksbetriebe aufgerufen, ihre eigenen Umsetzungsideen bei den Handwerksmedien einzusenden. Dabei kommt es nicht auf die Größe der Aktion an. Auch kleine pfiffige und kreative Ideen sind sehr erwünscht.

Um den Prozess so einfach wie möglich zu halten, stellt das Kampagnenbüro auch einen Vorschlag für einen Steckbrief zur Verfügung, der die Einreichungsform strukturiert. Der Aufruf könnte in der Mai-Ausgabe veröffentlicht werden.

- **Juni: erste Präsentationsrunde / erneuter Hinweis**

Sollten im Mai schon erste Ideen bei den Zeitungen eingehen, wählen die Redaktionen die besten aus und präsentieren sie in der Juli-Ausgabe ihrer Zeitung, um andere Betriebe zu inspirieren und zu motivieren. Wenn bis dahin keine oder zu wenig gute Ideen eingegangen sind, dann werden weitere Tipps zur Umsetzung gegeben und es wird erneut dazu aufgerufen, bis zum Ende des Monats Vorschläge einzusenden.

- **Juli: erste/zweite Präsentationsrunde**

Bis zum Einsendeschluss wählt die Redaktion die besten Ideen aus und präsentiert diese in der Juli-Ausgabe der Zeitung. Die besten Umsetzungsideen werden auch den Handwerksorganisationen zur Verfügung gestellt, die diese möglichst auf ihren Internetseiten und im Kampagnenforum einstellen. Parallel werden die Favoriten Anfang Juli an das Kampagnenbüro geschickt, die von allen Einsendungen die besten auch überregional präsentieren.



Der Ideenaustausch kann in der Handwerkszeitung stattfinden.



Gesucht werden originelle Ideen zur regionalen Umsetzung am Tag des Handwerks.

Publikumsveranstaltungen am Tag des Handwerks

Ob im Norden, Süden, Osten oder Westen – der Tag des Handwerks soll deutschlandweit erlebbar sein. Dabei ist es nicht zwangsläufig notwendig, ein grundlegend neues Programm aufzustellen. Vielmehr bietet es sich an, Ihre bewährten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit auf den Tag des Handwerks zu legen insofern das noch möglich ist.

Im Folgenden werden Aktionen vorgestellt, die sich für eine Umsetzung am Tag des Handwerks eignen. Sie sollen als Anregung für den Tag des Handwerks in Ihrer Region dienen.

Handwerkermarkt

Organisationsaufwand: 

Machen Sie die Vielfalt des Handwerks in der Region mit einem Handwerkermarkt für die breite Öffentlichkeit erlebbar. Das Handwerk präsentiert sich so als lebensnaher Wirtschaftsbereich. Gleichzeitig können sich die Besucher eigens davon überzeugen, wie viel Handwerk in unserem Leben steckt.

- Motivieren Sie verschiedene Gewerke und Betriebe, sich auf einem zentralen Platz mit Mitmach-Aktionen und kulinarischen Kostproben für die Besucher zu präsentieren. Ihre Möglichkeiten sind dabei so breit gefächert wie das Handwerk selbst. Bierbrauer, Fleischer und Bäcker sorgen für das leibliche Wohl. Dachdecker, Elektrotechniker und andere erklären, wie ein Solarmodul funktioniert, Fahrradmonteure bieten Probefahrten mit E-Bikes an und Straßenbauer ermöglichen den Besuchern, sich mit einem Handabdruck in Beton in einem eigenen „Walk of fame“ zu verewigen. Denken Sie dabei auch an öffentliche Institutionen, wie zum Beispiel das städtische Theater, ein Konzert- oder Opernhaus, wo ebenfalls Handwerker arbeiten. So könnten Sie beispielsweise Maskenbildner oder Maßschneider einbinden.
- Alle anwesenden Handwerker können durch das Tragen eines Buttons oder T-Shirts der Imagekampagne ihre Zugehörigkeit verdeutlichen.
- Über dem Handwerkermarkt macht ein Banner im Kampagnenlook die Botschaft der Veranstaltung deutlich. „5 Millionen Gründe zu feiern: Die 5 Millionen Handwerker in Deutschland“ oder „Deutschland ist handgemacht“. Zusätzlich können Sie Fahnen mit dem Kampagnenlogo am Rande der Veranstaltung hissen.



Die Besucher ihres Handwerkermarkts erleben die Vielfalt des Handwerks.



Ein Banner macht die Botschaft des Aktionstages deutlich.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlagen für Banner und Plakate

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Fahnen, Banner, Buttons zum Tag des Handwerks, Streuartikel wie Fruchtgummiherzen und Lutscher

Stadtvetten

Organisationsaufwand: 🖐️🖐️🖐️

Eine weitere Idee, wie Sie möglichst viele Betriebe in den Tag des Handwerks involvieren können, ist die Durchführung einer Stadt- bzw. Ortswette. Diese könnte zum Beispiel im Zuge der Eröffnung des Aktionstages auf dem Handwerkermarkt zwischen einem hochrangigen Vertreter Ihrer Handwerksorganisation und einem hochrangigen politischen Vertreter geschlossen werden.

Die Wette sollte so aufgestellt werden, dass sie für das Handwerk zu gewinnen ist. Beide Wettteilnehmer müssen einen Wetteinsatz stellen, den sie persönlich erfüllen, wenn sie verlieren. Die Solidarisierung der Handwerker sollte dazu führen, dass sie sich untereinander zur Unterstützung anstiften und sich zur Erfüllung der Wette einbringen.

Eine Wette könnte beispielsweise sein, dass es dem Handwerk gelingt, 100 Handwerker in ihrer jeweiligen Arbeitsbekleidung zu einem bestimmten Zeitpunkt auf einer Bühne bzw. einem zentralen Platz zu versammeln. Eine weitere Wettidee könnte sein, ein Plakat mit einem Motiv zum Tag des Handwerks bis zum Abend mit über 200 Visitenkarten von Handwerkern zu bekleben. So entsteht ganz nebenbei auch noch ein beeindruckendes Abbild von der Vielfalt der regionalen Handwerksbetriebe, das auch nach dem Tag des Handwerks im Foyer Ihrer Organisation aufgestellt werden kann.

Der Verlierer der Wette muss seinen unterhaltsamen Wetteinsatz noch am Tag des Handwerks einlösen.

- Kündigen Sie die Wette auf der Website Ihrer Organisation und in dem regionalen Programm bereits im Vorfeld des Aktionstages an.
- Ideal wäre die Unterstützung durch einen lokalen Radiosender, der die Wette im Vorfeld ankündigt und über den Tag begleitet.
- Als Fläche zum Anbringen der Visitenkarten kann ein Plakat oder aber der Aufsteller in Form eines Handwerkerdaumens dienen.
- Schmücken Sie die Bühne oder den Marktplatz mit Bannern, Fahnen oder Plakaten der Imagekampagne, um die Zugehörigkeit zur Wirtschaftsmacht von nebenan zu verdeutlichen.



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo und Vorlagen für Plakate und Banner zum Tag des Handwerks

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner und Fahnen, Presserückwände, Störeraufkleber zum Tag des Handwerks




Eine Stadtwette zwischen Handwerk und Politik involviert viele Betriebe.



Schmücken Sie den Marktplatz mit Bannern, Fahnen oder Plakaten der Imagekampagne und verdeutlichen Sie die Zugehörigkeit zum Handwerk.

Ihr Tag der offenen Tür

Organisationsaufwand: 

Handwerksorganisationen und vor allem Bildungszentren können am Samstag, den 3. September Ihren Tag der offenen Tür veranstalten. Jugendliche können sich so über die verschiedenen Gewerke und Ausbildungsgänge informieren und beraten lassen.

- Schmücken Sie Ihre Organisation mit Postern, Fahnen und Bannern. Vorhandenes Kampagnenmaterial kann mit einem aufklebbaren Störer (Aktionslogo) auf den Tag des Handwerks hinweisen. Verwenden Sie auch das Angebots-Poster. Dieses kann in einem Passantenstopper oder an der Eingangstür angebracht werden.
- Für die spielerische Erkundung der Handwerksberufe bietet sich die Fotobox an. Besucher können sich damit an Computern in einem Handwerksberuf ablichten lassen und das Foto als Ausdruck mit nach Hause nehmen. Die Fotobox kann als Online- oder Offline-Version an Computern oder als Messetool genutzt werden.
- Auch die Berufsbroschüre sowie weitere Informationsmaterialien können Sie auslegen.




Mit einem Angebots-Poster können Sie zu Ihrem Tag der offenen Tür einladen.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlagen für Angebots-Poster und Banner

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Fahnen, Banner zum Tag des Handwerks, Berufsbroschüre, Notizheft, Streuartikel wie Fruchtgummiherzen und Lutscher

Meisterschau

Organisationsaufwand: 

Die vielfältigen Leistungen des Handwerks können in einer Präsentation ausgewählter Meisterstücke oder Modelle herausragender Innovationen von Handwerkern aus der Region aufgezeigt werden.

- Als Ausstellungsort bieten sich in erster Linie Räumlichkeiten in Ihrer Organisation an, aber auch öffentliche Einrichtungen wie ein Einkaufszentrum oder das Rathaus sind denkbar.
- Um die Öffentlichkeit auch außerhalb des Ausstellungsortes auf das Event aufmerksam zu machen, stehen Ihnen zahlreiche Werbemittel, darunter Banner, Fahnen oder Plakate im Kampagnenlook, zur Verfügung. Es bietet sich ebenfalls an, auch die Info-Flyer auszulegen.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlagen für Angebots-Poster, Angebots-Flyer und Banner

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Info-Flyer, Fahnen, Banner zum Tag des Handwerks, Berufsbroschüre

Aktion Modernes Handwerk: Fotobox

Ausstellung „Wie viel Handwerk steckt im Leben?“

Organisationsaufwand: 🖐️🖐️

Veranschaulichen Sie in einer Ausstellung, wie viel Handwerk in unserem Alltag steckt. Denken Sie dabei an verschiedene Lebensbereiche, beispielsweise Wohnen, Essen und Trinken, Lifestyle, Mobilität oder Gesundheit und zeigen Sie anhand von aussagekräftigen Zahlen den bedeutenden Beitrag einzelner Gewerke auf. Dazu eignen sich Symbole oder Modelle, die die Zahlen visualisieren. Ihre Organisation vertritt ein spezifisches Gewerk? Dann versuchen Sie doch die Beiträge Ihres Gewerks in zwei oder mehr Lebensbereichen zu verdeutlichen. So untermauern Sie die Botschaft, dass das Handwerk aus dem modernen Leben nicht wegzudenken ist.

- Nutzen Sie auch den Angebots-Flyer, um alle Zahlen für Ihre Besucher zum Mitnehmen zusammenzustellen.
- Verstärken Sie die Botschaft durch Postermotive der Imagekampagne.
- Locken Sie Besucher mit einem Banner oder mit Fahnen vor dem Ausstellungsgebäude an.



Sie können mit einer Ausstellung die Bedeutung des Handwerks in verschiedenen Lebensbereichen aufzeigen.

🖐️ Brand Management: ab Mitte Mai Vorlagen für Plakate, Angebots-Flyer mit Platz für individuelle Ergänzungen und Banner

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner, Info-Flyer zum Tag des Handwerks und Fahnen

Autokorso ins Stadtzentrum

Organisationsaufwand: 🖐️🖐️

Zeigen Sie die Größe des Handwerks und veranstalten Sie einen Autokorso durch Ihre Stadt. Kontaktieren Sie die Handwerksbetriebe in Ihrem Bezirk und organisieren Sie einen Treffpunkt, von dem aus Sie starten. Wählen Sie eine viel befahrene Route durch die Stadt und einen zentralen Platz, an dem der Autokorso am Tag des Handwerks endet.

- Regen Sie die Betriebe dazu an, ihre Firmenwagen mit Autofahnen und Aufklebern zu versehen. Die Handwerker können mit T-Shirts ihre Zugehörigkeit zum Handwerk verdeutlichen.



Mit einem Autokorso in Ihrer Stadt zeigen Sie die Größe des Handwerks.

🖐️ Werbemittelshop/Marketing Handwerk: ab Mitte Mai Autofahnen und T-Shirt zum Tag des Handwerks sowie Autoaufkleber der Imagekampagne




Sie können Ihre Firmenwagen mit Kampagnenmotiven gestalten.

Unterstützung der Betriebe

Um die Betriebe über den Tag des Handwerks zu informieren und sie vor allem zu einer Teilnahme zu motivieren, ist eine gezielte Ansprache von entscheidender Bedeutung. Dabei ist Ihre Unterstützung ganz besonders gefragt. Nachfolgend werden Ihnen Anregungen gegeben, wann und wie Sie die Betriebe auf den Tag des Handwerks einstimmen können.

Verbreitung des Leitfadens für Betriebe


Organisationsaufwand: 

Neben diesem Leitfaden wird Ihnen noch ein separater Leitfaden für Betriebe zur Verfügung gestellt. Dieser nennt Argumente für Betriebe, sich zu beteiligen, und macht Vorschläge, in welcher Form das möglich wäre. Sorgen Sie für eine umfassende Verbreitung des bereitgestellten Betriebe-Leitfadens!




- Bitten Sie Ihre Betriebs- und Ausbildungsberater den Leitfaden bei ihren Beratungsgesprächen auszuteilen.
- Legen Sie den Leitfaden auch in Berufsbildungszentren, Meister-schulen und anderen Einrichtungen des Handwerks aus.
- Nehmen Sie einen gezielten Postversand vor oder nutzen Sie den kostengünstigen Versand per Mail. Sie können den Leitfaden direkt als PDF anhängen. Selbst wenn Sie nur von einem kleinen Teil der Betriebe eine E-Mail-Adresse haben: Versorgen Sie diese Betriebe mit den Informationen zum Tag des Handwerks.
- Erwägen Sie auch, den Leitfaden auf der Website Ihrer Organisation zum Download anzubieten.



Ein Leitfaden für die Betriebe nennt Argumente zur Beteiligung und gibt nützliche Tipps.

 Kampagnenforum: Leitfaden für Betriebe

Kurzpräsentation zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand:  –  

Um auch bei Gremiensitzungen, Bildungs- und Informationsveranstaltungen oder anderen Gelegenheiten auf den Tag des Handwerks und die Möglichkeiten für Betriebe, sich zu beteiligen, hinzuweisen, wird Ihnen zusätzlich eine PowerPoint-Präsentation zur Verfügung gestellt. Diese kann im Kampagnenforum heruntergeladen werden. Nutzen Sie jede Sitzung, um nachgelagerte Organisationen und Betriebe auf den Aktionstag hinzuweisen, über Aktionen Ihrer Organisation zu informieren und Betriebe von einer Beteiligung zu überzeugen. Teilen Sie im An-



Zur Ankündigung des Aktionstages steht Ihnen eine kurze Präsentation zum Tag des Handwerks zur Verfügung.


schluss der Sitzung den Leitfaden für Betriebe aus oder verweisen Sie auf die Möglichkeit, diesen im Kampagnenforum herunterzuladen.

- Halten Sie ab Frühjahr 2011 diese Präsentation im Vorfeld oder Anschluss an jede interne Veranstaltung, bei der Inhaber und Mitarbeiter Ihrer Betriebe anwesend sind.



Kampagnenforum: Präsentation und Leitfaden für Betriebe

Betriebsposter

Organisationsaufwand: 

Die Motive für den Tag des Handwerks sollten von Betrieben gut sichtbar in die Schaufenster, Kundenbereiche oder Werkräume gehängt werden. Je stärker die Poster verbreitet werden, desto größer ist der Effekt.

- Erwägen Sie, die Poster Ihren Mitgliedern kostenfrei oder zum Selbstkostenpreis zur Verfügung zu stellen.
- In Zusammenarbeit mit den Handwerkszeitungen könnten Sie die Betriebsposter kostengünstig produzieren lassen und an die Betriebe verteilen. Zum Beispiel mit einem Betriebsposter zum Herausnehmen. In der Mitte der Handwerkszeitungen befindet sich ein A2-Poster, das auf der einen Seite ein Motiv zum Tag des Handwerks zeigt und auf der Rückseite ein Layout für ein Angebots-Poster anbietet, in das die Betriebe eigene Angebote oder Aktionen zum Tag des Handwerks eintragen können.



Sorgen Sie für eine umfangreiche Verbreitung der Poster.




Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Betriebs- und Angebots-Poster



Betriebe können die Poster mit Angeboten kombinieren.

Austausch unter den Handwerksorganisationen

Organisationsaufwand: 

Das Kampagnenforum ist die zentrale Plattform zum Austausch der Kampagnenmacher. Rund um den Tag des Handwerks bekommt es eine besondere Bedeutung, da es das entscheidende Forum zum Ideen-Austausch ist. Zudem können Handwerksorganisationen hier untereinander Fragen klären. Dafür wird eine eigene Rubrik „Tag des Handwerks“ eingerichtet.

- Nutzen Sie diese Rubrik verstärkt und tragen Sie alle Ideen sowie Kooperationen und Maßnahmen ein, die Sie entwickelt haben. Veröffentlichen Sie aber auch alle großen oder kleinen Umsetzungsideen der Betriebe Ihrer Region bzw. Ihres Gewerks, von denen Sie erfahren. So treiben Sie einen regen und

fruchtbaren Austausch zwischen den Handwerksorganisationen an – und machen den Tag des Handwerks zum Erfolg.

- Dokumentieren Sie die regionale Umsetzung im Kampagnenforum. Stellen Sie dazu Fotos und Berichte von den großen und kleinen Aktionen in Ihrer Region ein. Durch die Präsentation der gesammelten Aktionen wird der Erfolg des ersten bundesweiten Tages des Handwerks im Nachhinein offensichtlich.

Ansprechpartner und Adressen

Kampagnenbüro

Kampagnenbüro Handwerk

Deutscher Handwerkskammertag (DHKT) /
Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)
Mohrenstraße 20/21
10117 Berlin
Tel. 030 20619-381
E-Mail: seehawer@zdh.de

PR-Büro Handwerk

Scholz & Friends Berlin
Wöhlertstraße 12/13
10115 Berlin
Tel. 030 700186-892
E-Mail: kampagnenbuero@handwerk.de

Brand Management

Logos und Motivvorlagen (Plakate, Anzeigen etc. in zahlreichen Formaten und Web-Banner) können Sie im so genannten „Brand Management“ herunterladen: <http://brandmanagement.handwerk.de>

Werbemittelshop

Das aktuelle Werbemittelangebot finden Sie im Internet unter www.shop-handwerk.de. Dort erhalten Sie einen Überblick über Produkte und Preise und können online Ihre Bestellung aufgeben. Alternativ können Sie per E-Mail bestellen: bestellung@shop-handwerk.de oder per Fax unter: 0800 4540284.

Marketing Handwerk/Aktion Modernes Handwerk

Formatanpassungen und Individualisierungen bestehender Motive können Sie über die Marketing Handwerk GmbH unter Tel. 0241 89493-10 oder per E-Mail unter arno.neukirchen@marketinghandwerk.de in Auftrag geben.

Informationen zu den Ausleihmöglichkeiten von Veranstaltungsmodulen sowie zu weiteren Messematerialien bietet Ihnen das Handbuch „Messe- und Veranstaltungsmodulare“ der Aktion Modernes Handwerk, das unter dem Link www.amh-online.de/messe-systeme als PDF zum Download bereitsteht. Entsprechende Buchungen nimmt die Marketing Handwerk GmbH unter Tel. 0241 8949321 und per E-Mail unter muck.lorenzen@marketinghandwerk.de entgegen.

Kampagnenforum

Über die Seite www.kampagne.zdh.de gelangen Sie direkt zum Kampagnenforum. Hier finden Sie Einträge von weiteren Handwerksbetrieben und können sich für Ihre Marketingaktivitäten inspirieren lassen.

Sofern Sie sich noch nicht registriert haben, können Sie dies tun unter www.kampagne.zdh.de/registrierung. Nach einigen wenigen Angaben geben Sie einfach einen Benutzernamen und ein Passwort ein und klicken anschließend den Button „Konto erstellen“.