

# Handwerker wollen ihr Image aufpolieren

## Kammern starten 50-Millionen-Kampagne

**Münster** ■ Um 20.14 Uhr wollen die Handwerkskammern den ersten Schuss zünden. Und wenn alles so läuft, wie sie es sich vorstellen, wird daraus ein Feuer, das kein Strohfeuer bleiben wird.

Vor dem Abendprogramm wird am Samstag auf allen Kanälen eine Minute lang ein kurzer Film zu sehen sein, in dessen Verlauf erst die Buchstaben aus der Zeitung rutschen, dann Tapeten von den Wänden fallen und Autos auseinanderbrechen. Schließlich verschwindet eine ganze Stadt. Übrig bleibt eine karge Einöde, in der ein nackter Mensch in der Gestalt eines Steinzeitbewohners versucht, ein Feuer anzuzünden. Der Versuch scheitert. Der Mensch flucht. Dann erscheint die Botschaft des Spots auf dem Schirm: „Was wäre das Leben ohne das Handwerk?“ Die vom Spot suggerierte Antwort ist sehr eindeutig: gar nichts.

### Vorbild aus Frankreich

In fünf Jahren soll die Botschaft flächendeckend in Deutschland verbreitet sein. Die Städte sollen mit Plakaten beklebt werden. Große Anzeigen in den Zeitungen folgen. Die Handwerkskammer investieren 50 Millionen Euro. Als Vorbild gilt eine erfolgreiche Kampagne in Frankreich. Dass auch die deutschen Handwerker den Rückenwind einer Werbeoffensive gebrauchen können,

hat eine Studie des Forsa-Instituts gezeigt, die der Zentralverband des Deutschen Handwerks in Auftrag gegeben hatte.

### Geringes Ansehen

Nur die Hälfte der tausend Befragten schätzt das Ansehen von Handwerkern als hoch ein. Nur jeder dritte Befragte gibt an, in der letzten Zeit etwas über das Handwerk gehört zu haben. Besonders Jugendliche nehmen das Handwerk kaum wahr und schätzen sein Ansehen als gering ein.

Die Handwerkskammern halten diese Einschätzung für falsch. Mit Humor und Provokation wollen sie das Bild drehen. Auf einem der Plakate ist zu lesen: „Am Anfang waren Himmel und Erde. Den ganzen Rest haben wir gemacht.“ Die 53 deutschen Kammern haben sich einstimmig für die Kampagne entschieden. Mit der Umsetzung ist die Hamburger Werbeagentur Scholz & Friends beauftragt. Die Kosten tragen alle Kammern gemeinsam. Der Anteil wird an ihrer jeweiligen Größe bemessen. Die Handwerkskammer in Münster zahlt zunächst 1,3 Millionen Euro. Die gesamte Investitionssumme wird allerdings noch deutlich steigen. Der münstersche Kammerpräsident Hermann Eiling rechnet damit, dass sich die 50 Millionen in fünf Jahren mindestens verdoppeln. ■ rhe



Das Handwerk startet eine Image-Kampagne.

Foto Witte