

Interview ZDH-Präsident Otto Kentzler zur Imagekampagne des Deutschen Handwerks, 4.02.2010

"Imagekampagne ist überwältigend gestartet"

Am 16. Januar ist die Imagekampagne des Deutschen Handwerks offiziell gestartet. Wie ist ihr erster Eindruck?

Kentzler: Überwältigend. Bereits am 14. und 15. Januar haben alle Handwerkskammern in Deutschland Pressekonferenzen zum Start der Imagekampagne durchgeführt, dazu kamen Aktionen der Handwerksorganisationen in den Tagen danach. Dabei wurden eine enorme Kreativität und viel Engagement an den Tag gelegt. Es fanden Autokorsos statt, Plakate wurden enthüllt und ganze Ausstellungen wurden auf die Beine gestellt. Das zeigt, mit welchem Elan die gesamte Handwerksorganisation und auch die Betriebe hinter der Kampagne stehen. Das Medienecho auf die Aktionen war enorm. Im Internet finden sich heute weit mehr als 100.000 Suchmaschineneinträge zur Kampagne. Die Kampagnenseite www.handwerk.de wurde bereits über 70.000 Mal abgerufen. An diesen starken Auftakt wollen wir jetzt anzuknüpfen. Wenn knapp 1 Million Handwerksbetriebe Flagge zeigen und Teil der Kampagne werden, haben wir eine Durchschlagskraft, die kaum zu bremsen ist.

Der TV-Spot zur Imagekampagne wurde wenige Tage nach dem Start schon wieder ausgesetzt. Warum?

Kentzler: Am Wochenende nach dem Erdbeben in Haiti haben uns die ersten dramatischen Bilder aus dem Katastrophengebiet erreicht. Leider können wir nicht ausschließen, dass Fernsehzuschauer durch einzelne Szenen des Spots an diese Bilder und die tragischen Ereignisse erinnert werden. Daher haben wir schnell gehandelt und bereits am darauf folgenden Montag die Aussetzung des Films in die Wege geleitet. Schließlich wollen wir die Gefühle einzelner Zuschauer nicht verletzen. Und genauso wenig sollen ungewollte Assoziationen entstehen. In unserem Spot geht es nicht um Zerstörung. Vielmehr löst sich nach und nach all das auf, was vom Handwerk geschaffen wurde. So soll deutlich werden: Ohne die Leistungen des Handwerks ist unsere moderne Zivilisation nicht denkbar.

Hat sich die Aussetzung des Films negativ auf die Kampagne ausgewirkt?

Kentzler: Nein. In den Medien wurde intensiv über die Aussetzung des Spots berichtet und diskutiert. Gerade in Internetforen und Blogs ist der Film ein großes Thema. Allein beim Videoportal youtube wurde der Spot bis heute über 45.000 Mal abgerufen, was für einen Werbefilm ein Spitzenwert ist. Und im überwiegenden Teil fallen die Diskussionen über den Film positiv aus und bewerten ihn als sehr gut gelungen.

Wie geht es jetzt mit der Kampagne weiter und wie können sich die einzelnen Handwerker daran beteiligen?

Kentzler: Den Imagefilm werden wir sobald es möglich ist wieder in TV und Kino zeigen. Daneben hängen derzeit über 12.000 Plakate bundesweit und in Printmedien erscheinen Anzeigen. Ein zweiter Schwerpunkt mit neuen Plakaten und Anzeigen wird im Mai, vor der Fußball-WM liegen. Begleitet wird die Kampagne durch umfangreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und natürlich die Internetseite der

Kampagne. Vor Ort sind durch die Handwerksorganisationen zahlreiche Aktionen geplant. Zudem wurden alle Handwerksbetriebe inzwischen mit einem Starterpaket an Werbemitteln versorgt und können so die Anliegen der Kampagne aktiv unterstützen. Weitere Materialien Logos, Webbanner für die Internetseite oder den Titelsong des Films als Klingelton können sich Handwerker kostenlos auf www.handwerk.de herunterladen. Zusätzliche Werbemittel, von Aufklebern über Taschen, Luftballons, Gummibärchen bis T-Shirts für Kunden und Mitarbeiter, können im Werbemittelshop der Internetseite erworben werden. Wir hoffen, dass diese Angebote zahlreich genutzt werden.