

Der Tag des Handwerks

Ein Leitfaden für Handwerksbetriebe



Stand: Februar 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?	6
Wie können sich Betriebe am Tag des Handwerks beteiligen?	8
Ankündigungen des Tages des Handwerks	9
Mitarbeiter und Betrieb im Kampagnenlook	11
Angebote zum Tag des Handwerks	12
Tag der offenen Tür	13
Kunden- oder Mitarbeiterfest	14
Gemeinsame Aktionen mit anderen Betrieben.....	14
Tipps zur Erhöhung der Sichtbarkeit Ihrer Aktionen	17
Ansprechpartner und Adressen	19
Übersicht der Werbemittel zum Tag des Handwerks	23

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 des Handwerks und lässt seine 975.000 Handwerksbetriebe hochleben, ohne deren Einsatz das moderne Leben unvorstellbar wäre. Ihre Arbeit macht das Handwerk zur Wirtschaftsmacht von nebenan. Deshalb ist es Ihr Tag!

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 wechselnden 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 Ihren Betrieb viele Vorteile:

Qualitätssiegel Handwerk

Die bundesweite Imagekampagne des deutschen Handwerks funktioniert wie ein Gütesiegel, das für die Größe, Bedeutung, Modernität und Vielfalt des gesamten Wirtschaftsbereichs steht. Durch die Teilnahme am Tag des Handwerks können Sie der Öffentlichkeit und den Medien Ihre Zugehörigkeit zur Wirtschaftsmacht von nebenan verdeutlichen. Dadurch verlängern sich die Botschaften direkt auf Ihren Betrieb.

Kunden gewinnen und binden

Am Tag des Handwerks steht die Leistungsfähigkeit des Handwerks im Mittelpunkt. Dadurch bietet sich für Sie eine zusätzliche Gelegenheit, Ihr direktes Umfeld auf die Leistungen und Produkte Ihres Betriebes aufmerksam zu machen. So können Sie potenzielle Neukunden für Ihr Angebot begeistern und die Bindung zwischen Bestandskunden und Ihrem Betrieb stärken. Durch Sonderaktionen und -angebote haben Sie außerdem die Chance, am Tag des Handwerks Ihren Umsatz zu steigern.

Geschäftskontakte aufbauen und pflegen

Zur Feier des Tages des Handwerks bietet es sich an, mit Geschäftspartnern zusammenzukommen, um in ungezwungener Atmosphäre die Leistungsstärke sowohl des eigenen Betriebes als auch des gesamten Handwerks zu verdeutlichen. Indem Sie selbst oder gemeinsam mit anderen Betrieben aus der Region Aktionen umsetzen, legen Sie womöglich auch den Grundstein für eine geschäftliche Zusammenarbeit.

Nachwuchs für das Handwerk begeistern

Das Zusammenspiel von nationalen und regionalen Maßnahmen vermittelt den Handwerkern von morgen ein beeindruckendes Bild von der Größe und Modernität des gesamten Handwerks. Nutzen Sie die Chance, die Jugend für das Handwerk zu begeistern! Durch die Aufwertung des Wirtschaftsbereiches insgesamt und durch Ihre Aktion vor Ort können Sie qualifizierten Nachwuchs für das Handwerk und ganz konkret für Ihren Betrieb gewinnen.

Maximale Aufmerksamkeit durch gemeinsame Aktionen

Indem Sie bereits bewährte 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 Ideen unter maximaler öffentlicher und medialer Aufmerksamkeit umsetzen können.

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 Ihres Betriebes.

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

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. Zusätzlich werden viele Handwerksorganisationen mit eigenen Pressekonferenzen die Berichterstattung in den Regionen anregen.



Der offizielle Startschuss fällt mit einer nationalen Pressekonferenz.

Der Tag des Handwerks in Zeitungen und auf Plakaten

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

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 mit einem Hinweis auf den Tag des Handwerks versehen.



Am Tag des Handwerks zeigt ein TV-Spot die Leistungen des Handwerks.

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 Spot auf TV-Sendern geschaltet.

Eine überraschende Werbeaktion ist mit dem Nachrichtensender n-tv geplant. 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. +++



Überraschende Handwerksmeldungen im n-tv-Newsticker.

Der Tag des Handwerks im Internet

Vor dem Tag des Handwerks kündigt ein Countdown-Banner auf der Kampagnenwebsite www.handwerk.de sowie vielen Webseiten der Handwerksorganisationen die verbleibende Zeit bis zum Aktionstag an. Klickt man den Countdown-Banner an, so gelangt man auf die Sonderseite zum Tag des Handwerks.

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 zudem durch Bannerschaltungen auf reichweitenstarken Webportalen beworben.



Ein Countdown-Banner auf der Kampagnenwebseite zeigt die verbleibende Zeit bis zum Aktionstag.

Wie können sich Betriebe am Tag des Handwerks beteiligen?

Der Tag des Handwerks ist nicht nur eine zentrale „Werbeaktion“ der Imagekampagne, er lebt von Ihrem Engagement! Zeigen Sie Ihren Kunden, Geschäftspartnern und ganz Deutschland am Tag des Handwerks, was Sie zu bieten haben, und lassen Sie sich feiern!

Am Tag des Handwerks ist jede Aktion willkommen – egal ob groß oder klein. Im Folgenden werden Aktionen vorgeschlagen, die Sie – ob als einzelner Betrieb oder im Verbund mit anderen Betrieben – im Vorfeld oder am Tag des Handwerks umsetzen können. Einige der Vorschläge orientieren sich an Maßnahmen, die Ihnen wahrscheinlich geläufig sind, weil Sie sie ohnehin im Rahmen Ihrer werblichen Aktivitäten 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.

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

Legende:

 niedrig  mittel  höher

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

Alle Motivvorlagen zur Bewerbung Ihrer Aktion stehen Ihnen ab Mitte Mai 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 Betriebslogos.

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



Zeigen Sie Ihren Kunden und Geschäftspartnern am Tag des Handwerks, was Sie zu bieten haben.

 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

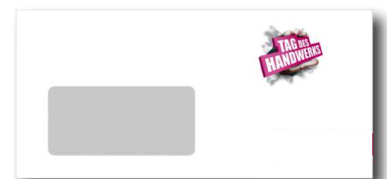
Grafisches
Logo mit
Datum

Geschäftsausstattung mit Aktionslogo zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand: 

Wenn Sie das Aktionslogo in Ihre Geschäftsausstattung einbinden, kündigen Sie den Tag des Handwerks ganz einfach während Ihres Alltagsgeschäfts bei Kunden und Lieferanten an.

- Binden Sie das Aktionslogo digital in Ihre Vorlagen für Briefe, Faxe und in Ihrer E-Mail-Signatur ein.
- Über den Werbemittelshop von Marketing Handwerk ist es außerdem möglich, preiswerte Aufkleberbögen mit dem Aktionslogo zu beziehen, die Sie auf alle Drucksachen, Prospekte und Briefumschläge kleben können.
- Sollten Sie eine Freistempelmaschine nutzen, können Sie das Aktionslogo auch als Freistemplerklischee anfertigen lassen und es so auf ihrer Ausgangspost aufbringen.
- Bespielen Sie Ihren Anrufbeantworter oder Ihre Warteschleife mit einer persönlichen Ankündigung zum Tag des Handwerks.



Kleiner Aufwand, große Wirkung:
Ihr Briefumschlag mit dem Logo-Aufkleber



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo zum Tag des Handwerks

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Aufkleberbogen



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

Betriebsposter

Organisationsaufwand: 

Mit speziellen Postermotiven zum Tag des Handwerks können Sie Kunden, Geschäftspartnern und Passanten ohne großen Aufwand zeigen, dass Sie ein Teil der Wirtschaftsmacht von nebenan sind, und den Tag des Handwerks frühzeitig ankündigen.

- Hängen Sie die Poster im Schaufenster, Kundenbereich oder Werkraum gut sichtbar auf. Auch Passantenstopper sorgen dafür, dass niemand am Tag des Handwerks vorbeikommt.
- Fragen Sie auch in Läden oder gastronomischen Einrichtungen in Ihrer unmittelbaren Umgebung, ob Sie das Poster dort aufhängen können.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Betriebsposter



Das Poster kann in Schaufenster, Werk- und Geschäftsräume gehängt werden.

Flyer zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand: 

Zum Tag des Handwerks wird ein Info-Flyer mit allen Informationen zum Aktionstag erstellt. Mit dem Flyer können Sie Ihre Kunden und Geschäftspartner frühzeitig auf den Tag des Handwerks einstimmen. Auf der letzten Seite können Sie Ihren Firmenstempel einsetzen. Ein zweiter Flyer gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihr Angebot oder Programm zum Tag des Handwerks einzufügen.

- Legen Sie den Flyer in Verkaufsräumen aus oder geben Sie ihn Geschäftspartnern und Kunden mit.



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



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage Angebots-Flyer zum Tag des Handwerks mit Platz für eigene Aktionen
Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Info-Flyer



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

Ankündigung auf Ihrer Homepage

Organisationsaufwand: 

Nutzen Sie auch Ihre Homepage, um den Tag des Handwerks anzukündigen. Laden Sie auf diesem Weg frühzeitig zu Ihren eigenen Aktionen und Angeboten zum Tag des Handwerks ein. Dafür stehen Ihnen unter anderem das Aktionslogo und der Countdown-Banner zum Tag des Handwerks zur Verfügung.

- Platzieren Sie Ihre Ankündigung wenn möglich gleich auf der Startseite Ihrer Homepage und binden Sie das Aktionslogo und den Countdown-Banner als attraktive Visualisierungen ein.



Brand Management: ab Mitte Mai Aktionslogo zum Tag des Handwerks und Countdown-Banner



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

Anzeigenschaltung

Organisationsaufwand: 

Auch durch eine Anzeigenschaltung in einer Regionalzeitung können Sie Ihre Teilnahme am Tag des Handwerks bewerben. Dafür wird Ihnen eine Anzeigenvorlage im Kampagnenlook zur Verfügung gestellt, die Sie individuell ergänzen können.

- Ziehen Sie auch die Möglichkeit in Betracht, mit anderen Betrieben gemeinsam eine Sammelanzeige zu schalten. Dadurch sparen Sie Kosten und zeigen gleichzeitig die Einheit des Handwerks.
- Versehen Sie eine bestehende Anzeige mit einem Hinweis (Störer) auf den Tag des Handwerks. So können Sie ohne Zusatzkosten darauf aufmerksam machen, dass Sie ein Teil der Wirtschaftsmacht von nebenan sind.



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



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



Schon ein Störer auf Ihrer Anzeige bewirbt den Tag des Handwerks.

Funkspots

Organisationsaufwand: 

Speziell für den Tag des Handwerks wird ein Funkspot erstellt. Der Funkspot weist im Abbinder auf den Tag des Handwerks am 3. September hin. Sie können den Funkspot vielfältig einsetzen.

- Spielen Sie den Funkspot einfach auf Ihren Anrufbeantworter oder lassen Sie ihn in der Warteschleife laufen.
- Schalten Sie den Spot auf regionalen Radiosendern. Dazu können Sie den Spot um die Erwähnung Ihres Betriebes oder einen Hinweis auf Ihre Aktion am Tag des Handwerks ergänzen.



Brand Management: ab Mitte Mai Funkspot zum Tag des Handwerks



Spielen Sie den Funkspot doch einfach auf Ihren Anrufbeantworter.

Mitarbeiter und Betrieb im Kampagnenlook

Organisationsaufwand: 

Das Auge feiert mit. Präsentieren Sie sich am Tag des Handwerks im Gewand der Imagekampagne des deutschen Handwerks. So können Sie während des laufenden Betriebes Ihre Zugehörigkeit zur Wirtschaftsmacht von nebenan zeigen.

- Die Mitarbeiter tragen Kampagnenshirts, -buttons und/oder andere Accessoires in den Farben der Kampagne, zum Beispiel Handschuhe, Perücken oder ein Halstuch.
- Die Verkaufsfläche ist mit Werbemitteln der Imagekampagne geschmückt. Wenn Sie über keine Verkaufsfläche verfügen oder am Samstag geschlossen haben, so können Sie Ihr Gebäude oder den Arbeitsplatz (z. B. Baustelle oder Betriebsgelände) von außen in den Kampagnenfarben beleuchten und so abends zum Hingucker der Straße werden.
- Banner sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit. Wählen Sie ungewöhnliche Orte, die Ihr Betrieb zu bieten hat. Beispielsweise hoch oben an einem Kran, an einem Baustellenzaun oder dem Geschäftsgebäude.
- Sollten Sie als Betrieb keine eigene Aktion umsetzen können, dann stattdessen Sie Ihre Mitarbeiter doch mit Kampagnenshirts und -buttons aus. So können sie Ihre Zugehörigkeit zum Handwerk auch privat am Tag des Handwerks demonstrieren.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Banner und Poster zum Tag des Handwerks

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner, Buttons, Papierfähnchen zum Tag des Handwerks, Thekenaufsteller, Luftballons und Kampagnenshirts



Ihre Mitarbeiter präsentieren sich im Kampagnenlook und zeigen ihre Zugehörigkeit zum Handwerk.

Angebote zum Tag des Handwerks

Organisationsaufwand: 

Überraschen Sie Ihre Kunden zur Feier des Tages mit speziellen Angeboten zum Tag des Handwerks. So können Sie Ihre Teilnahme am Tag des Handwerks in Ihren Arbeitsalltag integrieren und zeigen, dass auch Sie das Qualitätssiegel des Handwerks tragen. Zur Präsentation Ihres Angebots zum Tag des Handwerks stehen Ihnen spezielle Angebotsposter zur Verfügung, die Sie leicht um Ihr Angebot ergänzen können.

- Versuchen Sie doch den Handwerksdaumen in einem Ihrer Produkte zu integrieren. Gerade im Lebensmittelgewerbe lässt sich dies gut umsetzen. Zum Beispiel: Berliner oder Fleischwurst mit eingearbeitetem Logo des Handwerksdaumens.
- Geben Sie Ihre Produkte am Tag des Handwerks in einer Papiertragetasche mit dem Aktionslogo zum Tag des Handwerks raus.
- Auch vergünstigte Produktangebote oder eine kostenlose Typberatung beim Friseur sind sowohl im Vorfeld, am Tag des Handwerks selbst als auch ein bis zwei Wochen nach dem Aktionstag denkbar.



Integrieren Sie den Daumen in Ihre Produkte, z. B. mit Brötchen in Daumenform zum Tag des Handwerks.



Auch Berliner mit Daumenverzierung sind denkbar.

- Mit einem Angebots-Flyer für die Theke, einem Angebotsposter im Fenster oder einem Passantenstopper vor der Tür können Sie auf Ihre Angebote aufmerksam machen.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Angebotsposter und -flyer zum Tag des Handwerks
Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Papiertragetasche zum Tag des Handwerks und Thekenaufsteller



Nutzen Sie doch den Angebots-Flyer oder einen Passantenstopper für eigene Angebote.

Tag der offenen Tür

Organisationsaufwand: 

Mit einem Tag der offenen Tür bringen Sie allen Interessierten Ihren Betrieb in einem lockeren Rahmen näher und machen nebenbei auch noch Werbung für Ihre Produktpalette bzw. Ihr Leistungsangebot. Über Angebotsposter und Ankündigungen auf der Homepage können Sie frühzeitig auf den Tag der offenen Tür hinweisen. Hier ein paar Anregungen zur Ausgestaltung:

- **Produktschau**: Zeigen Sie Ihren Besuchern ausgewählte Produkte (z. B. Meister- oder Gesellenstücke) oder Projekte, die besonders beeindruckend oder innovativ sind. Ein Vertreter des Betriebes steht für Erläuterungen zu den Produkten bzw. Projekten zur Verfügung (Welche Materialien und Werkzeuge wurden bei der Fertigung der Ausstellungsstücke verwendet? Was war an der Erstellung innovativ? Welche umweltschonenden Prozesse wurden umgesetzt?).
- **Beratungsgespräch**: Auch am Tag des Handwerks ist Ihr Expertenwissen gefragt. Bieten Sie kostenlose Beratungsgespräche an und nehmen Sie so Kontakt zu Neukunden auf.
- **Schnupperkurse**: Sie möchten vor allem Jugendliche für Ihr Handwerk begeistern? Dann bieten Sie Schnupperkurse in Ihrem Betrieb an. Die potenziellen Handwerker von morgen können so selbst Hand anlegen und sich einen Eindruck von Ihrem Beruf verschaffen. Wenn möglich sind auch Auszubildende Ihres Unternehmens zugegen, die von ihren Erfahrungen berichten können.
- **Gewinnspiele**: Wecken Sie die Ratelust bei Ihren Besuchern und veranstalten Sie ein Gewinnspiel mit kniffligen Fragen rund um das Handwerk. Als Gewinne können Sie die Werbemittel der Kampagne einsetzen, beispielsweise die Umhängetaschen (Werkzeugkoffer 2.0), Windschutzscheibenabdeckungen oder Papiertüten mit dem Aktionslogo zum Tag des Handwerks.



Mit dem Angebotsposter können Sie zu Ihrem Tag der offenen Tür einladen.



Expertenwissen ist gefragt: Bieten Sie doch kostenlose Beratungsgespräche an.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Angebotsposter und Banner

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner, Info-Flyer zum Tag des Handwerks, Umhängetasche (Werkzeugkoffer 2.0) und Streuartikel wie Fruchtgummiherzen und Lutscher

Kunden- oder Mitarbeiterfest

Organisationsaufwand: 

Sie pflegen hauptsächlich Geschäftsbeziehungen zu anderen Unternehmen und haben wenig Kontakt zu Endverbrauchern? Dann veranstalten Sie doch am Tag des Handwerks ein Fest des Handwerks für Firmenkunden. So feiern Sie gemeinsam die Leistungen Ihres Betriebes und präsentieren sich Ihren Geschäftspartnern als Teil der Wirtschaftsmacht von nebenan.

Sie können den Tag des Handwerks natürlich auch zur Mitarbeitermotivation nutzen. Laden Sie Ihre Mitarbeiter ein und bedanken Sie sich mit einem Betriebsfest für Ihre tägliche Arbeit.

- Hängen Sie Poster und Banner auf Ihrem Firmengelände oder in Firmenräumen auf und statten Sie Ihre Mitarbeiter beispielsweise mit Kampagnenshirts oder -buttons aus.
- Als Dankeschön für Geschäftspartner oder Mitarbeiter bieten sich Werbemittel wie die Umhängetasche (Werkzeugkoffer 2.0) oder Windschutzscheibenabdeckungen an. Aber auch andere Werbemittel wie Papiertüten und Fähnchen können als kleine Aufmerksamkeit verschenkt werden.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Poster und Banner

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner, Buttons, Papiertüten zum Tag des Handwerks sowie Umhängetasche (Werkzeugkoffer 2.0), Windschutzscheibenabdeckungen und Streuartikel wie Fruchtgummiherzen und Lutscher



Feiern Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern und Kunden.



Bedanken Sie sich doch bei Ihren Gästen mit einer kleinen Aufmerksamkeit aus dem Werbemittelshop.

Gemeinsame Aktionen mit anderen Betrieben

Zeigen Sie zusammen mit anderen Betrieben, dass Sie zur Wirtschaftsmacht von nebenan gehören. Indem Sie sich zusammenschließen, kann jeder Betrieb bereits mit wenig Aufwand viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Sie machen das Handwerk und seine Vielfalt sichtbar und betreiben gleichzeitig Eigenwerbung für Ihren Betrieb.

Heliumballons und Banner

Organisationsaufwand: 

Sprechen Sie sich mit den Handwerksbetrieben in der Nachbarschaft ab und machen Sie das Handwerk in Ihrem Viertel sichtbar. Bringen Sie z. B. jeweils einen großen magentafarbenen Heliumballon vor Ihrem Geschäft an. Damit signalisieren Sie Ihre Zugehörigkeit zum Handwerk. Der Ballon funktioniert bei jedem Betrieb wie ein Wiedererkennungsmerkmal, das sich schnell einprägt und gleichzeitig die Größe und Vielfalt des Wirtschaftsbereiches verdeutlicht. Denkbar ist auch, gemeinsam einen großen Banner über der Straße aufzuhängen.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Banner
Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner zum Tag des Handwerks



Schließen Sie sich mit anderen Betrieben in Ihrem Viertel zusammen und machen Sie das Handwerk sichtbar.

Rallye durch Handwerksbetriebe

Organisationsaufwand:  

Vor allem das junge Publikum können Sie am Tag des Handwerks mit einer Rallye durch die Handwerksbetriebe in einer Nachbarschaft begeistern. So geben Sie nicht nur tiefe Einblicke in Ihre Arbeitsräume, sondern ermöglichen den Teilnehmern, sich selbst an einzelnen Stationen auszuprobieren. Damit leisten Sie einen wichtigen Beitrag zur Nachwuchsgewinnung in Ihrem Handwerk.

- Über die Angebotsposter können Sie im Vorfeld auf die Rallye aufmerksam machen. Mit Ballons oder Bannern kennzeichnen Sie am Aktionstag selbst Ihre Rallye-Station.
- Schon kleine Geschenke, zum Beispiel aus dem Sortiment der Werbemittel, können Ihre jungen Besucher erfreuen.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Angebotsposter und Banner
Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner, Buttons, Papierfähnchen, Papiertragetaschen zum Tag des Handwerks, Umhängetasche (Werkzeugkoffer 2.0), Windschutzscheibenabdeckungen, Streuartikel wie Fruchtgummiherzen, Lutscher, Ballons



Junge Besucher können Sie mit einer Rallye begeistern.



Überraschen Sie Ihre Besucher mit Werbemitteln der Imagekampagne.

Autokorso ins Stadtzentrum

Organisationsaufwand:  

Zeigen Sie die Größe des Handwerks und veranstalten Sie einen Autokorso durch Ihre Stadt. Sprechen Sie sich mit den Handwerksbetrieben in Ihrer Gegend ab und organisieren Sie einen Treffpunkt, von dem Sie

starten. Wählen Sie eine viel befahrene Route durch die Stadt und einen zentralen Platz, an dem der Autokorso am Tag des Handwerks endet.

- Versehen Sie Ihre Firmenwagen mit Autofahnen und Autoaufklebern im Kampagnenlook. Auch Sie selbst können mit T-Shirts Ihre Zugehörigkeit zum Handwerk verdeutlichen.



Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Autofahnen, Autoaufkleber, Kampagnenshirts



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

Handwerker-Straßenfest

Organisationsaufwand: 

Organisieren Sie mit den Handwerksbetrieben in Ihrer Nachbarschaft ein gemeinsames Straßenfest. So können Sie an Aktionsständen Ihre betrieblichen Leistungen zeigen und in einem geselligen Rahmen potenzielle Neukunden gewinnen. Das Straßenfest macht den Menschen in Ihrer Umgebung außerdem Ihre lokale Verankerung deutlich und steigert die Sympathiewerte für Sie. So können Sie den Tag des Handwerks für eine Imagesteigerung nutzen.

- Kündigen Sie das Straßenfest mit Plakaten in der Umgebung an.
- Schmücken Sie Ihr Straßenfest zum Beispiel mit einem Banner, dem Heliumballon, Luftballons und Tischfähnchen, mit dem Logo zur Kampagne sowie dem Aktionslogo zum Tag des Handwerks und machen Sie das Handwerk so unverkennbar.
- Alle Handwerker auf dem Straßenfest sollten anhand des Kampagnenshirts oder der -buttons erkennbar sein.
- Laden Sie lokale Persönlichkeiten oder Politiker ein, die das Fest mit Ihnen eröffnen.



Präsentieren Sie die Vielfalt des Handwerks auf einem Straßenfest.



Brand Management: ab Mitte Mai Vorlage für Poster und Banner

Werbemittelshop/Marketing Handwerk: Banner, Heliumballons, Buttons, Papierfähnchen zum Tag des Handwerks, Luftballons

Tipps zur Erhöhung der Sichtbarkeit Ihrer Aktionen

Ihre Aktion im Rampenlicht: Sorgen Sie dafür, dass Ihre Aktion breite Sichtbarkeit erfährt. Kündigen Sie Ihr Programm schon früh an und motivieren Sie damit andere Betriebe, sich ebenfalls zu beteiligen. Je mehr Handwerker am Tag des Handwerks aktiv werden, desto stärker profitieren alle davon! Mit einfachen Maßnahmen können Sie dafür sorgen, dass auch Ihre Aktion und Ihr Betrieb zum Stadtgespräch werden. Hier ein paar Tipps zur Steigerung der Sichtbarkeit:

Kündigen Sie Ihre Aktion über Ihre Handwerksorganisationen an

Informieren Sie Ihre regionale oder fachbezogene Handwerksorganisation schon im Vorfeld über Ihre geplante Aktion. Welche Handwerkskammer für Sie zuständig ist, erfahren Sie über die Postleitzahlensuche der Sonderseite zum Tag des Handwerks. Die Sonderseite der Kampagnenwebsite www.handwerk.de stellt Informationen über den Aktionstag bereit. Im letzten Kapitel dieser Broschüre sind außerdem die zuständigen Ansprechpartner der Handwerkskammern aufgeführt, die Sie bezüglich Fragen oder Abstimmungen kontaktieren können. Sprechen Sie auch die Betriebsberater oder andere Vertreter der Handwerksorganisationen an und tauschen Sie sich über geplante Aktionen zum Tag des Handwerks aus.

Indem Sie die Handwerksorganisationen frühzeitig über Ihre Aktion informieren, kann Ihr Engagement als anregendes Beispiel veröffentlicht oder für die Pressearbeit verwendet werden. Gegebenenfalls können Aktionen auch zusammengeschlossen werden, so wird die Sichtbarkeit erhöht.

Gerne können Sie auch das Kampagnenbüro Handwerk über Ihr Vorhaben informieren und damit die Möglichkeit geben, Ihre Aktion zu verbreiten (E-Mail: kampagnenbuero@handwerk.de).

Ideen-Schmiede in Handwerkszeitsungen

Der Tag des Handwerks wird auch für Handwerkszeitsungen ein Thema sein. Achten Sie deshalb bereits im Vorfeld darauf, ob Ihre Handwerkszeitung einen Ideen-Austausch für Betriebe plant, und beteiligen Sie sich daran. So können Sie andere Handwerksbetriebe zur Beteiligung am Tag des Handwerks motivieren und erhalten darüber hinaus in der Zeitung kostenlose Werbung für Ihren Betrieb.

Ihr Betrieb als Medienstar

Sollten Sie eine größere Aktion am Tag des Handwerks planen, so scheuen Sie sich nicht, regionale Medien (TV, Radio und Zeitungen) darauf hinzuweisen. Diese werden gerne Anlässe aufgreifen, über die sie am Tag des Handwerks berichten können.



Der Ideenaustausch kann in der Handwerkszeitung stattfinden.

Dafür sollten Sie die Lokalredaktion zunächst telefonisch kontaktieren, von Ihrem Vorhaben am Tag des Handwerks berichten und nach dem richtigen Ansprechpartner fragen. Diesem schicken Sie dann per E-Mail eine kurze Beschreibung Ihrer Aktion, nennen Ihren Zeitplan am Tag des Handwerks und hängen am besten ein Foto von Ihnen und Ihren Mitarbeitern oder dem Ort der Aktion an. Laden Sie die Redakteure auf diese Weise herzlich zu Ihrer Veranstaltung ein. Nutzen Sie die Chance, zum Symbol für den Tag des Handwerks in Ihrer Region zu werden – und somit kostenlose Eigenwerbung zu betreiben.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Am Tag des Handwerks selbst sollten Sie Ihre Aktionen und Eindrücke auf Fotos festhalten. Diese können Sie dann zum Beispiel auf Ihrer Homepage veröffentlichen oder auch Lokalmedien und Handwerksorganisationen für die Nachberichterstattung zur Verfügung stellen.

Auch das Kampagnenbüro Handwerk freut sich sehr über die Zusage von Foto- und Dokumentationsmaterial Ihrer Aktionen am Tag des Handwerks (kampagnenbuero@handwerk.de)! Denn durch die Präsentation der verschiedenen Aktionen aus allen Regionen wird der Erfolg des Tages des Handwerks eindrucksvoll sichtbar.



Halten Sie doch Ihre Eindrücke und Aktionen auf einem Foto fest.

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: kampagnenbuero@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 sowie 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 Veranstaltungsmodul“ 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 auf den Button „Konto erstellen“.

Ihre Ansprechpartner vor Ort

Handwerkskammer	Ansprechpartner / Kontaktdaten
HWK Aachen	Nicole Tomys Tel. 0241 471115 E-Mail: nicole.tomys@hwk-aachen.de
HWK Südwestfalen	Christoph Dolle Tel. 02931 877305 E-Mail: christoph.dolle@hwk-suedwestfalen.de
HWK für Schwaben	Susanne Sylvester Tel. 0821 32591202 E-Mail: ssylvester@hwk-schwaben.de
HWK für Ostfriesland	Wiebke Feldmann Tel. 04941 179720 E-Mail: w.feldmann@hwk-aurich.de
HWK für Oberfranken	Dr. Bernd Sauer Tel. 0921 910139 E-Mail: bernd.sauer@hwk-oberfranken.de
HWK Berlin	Susan Shaker Tel. 030 25903234 E-Mail: shaker@hwk-berlin.de
HWK Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld	Siegfried Mühlenweg Tel. 0521 5608113 E-Mail: siegfried.muehlenweg@handwerk-owl.de
HWK Braunschweig-Lüneburg-Stade	Ansprechpartner in Braunschweig: Sandra Jutsch Tel. 0531 1201120 E-Mail: jutsch@hwk-bls.de Ansprechpartner in Lüneburg-Stade: Torsten Bolhuis Tel. 04131 712140 E-Mail: bolhuis@hwk-bls.de
HWK Bremen	Tel. 0421 305000 E-Mail: service@hwk-bremen.de
HWK Chemnitz	Romy Weisbach Tel. 0371 5364238 E-Mail: r.weisbach@hwk-chemnitz.de
HWK Cottbus	Veronika Martin Tel. 0355 7835105 E-Mail: martin@hwk-cottbus.de
HWK Dortmund	Anke Degeler Tel. 0231 5493114 E-Mail: imagekampagne@hwk-do.de
HWK Dresden	Kornelia Schneider Tel. 0351 4640403 E-Mail: kornelia.schneider@hwk-dresden.de
HWK Düsseldorf	Dr. Georg Cramer Tel. 0211 8795350 E-Mail: cramer@hwk-duesseldorf.de

Handwerkskammer	Ansprechpartner / Kontaktdaten
HWK Erfurt	Antje Türk Tel. 0361 6707256 E-Mail: atuerk@hwk-erfurt.de
HWK Flensburg	Andreas Haumann Tel. 0461 866181 E-Mail: a.haumann@hwk-flensburg.de
HWK Rhein-Main	Lars Bökenkröger Tel. 069 97172139 E-Mail: boekenkroeger@hwk-rhein-main.de
HWK Frankfurt (Oder) – Region Ostbrandenburg	Fred Winter Tel. 0335 5619108 E-Mail: fred.winter@hwk-ff.de
HWK Freiburg/Breisgau	Kathrin von Weber Tel. 0761 21800440 E-Mail: kathrin.von.weber@hwk-freiburg.de
HWK für Ostthüringen	André Kühne Tel. 0365 8225148 E-Mail: kuehne@hwk-gera.de
HWK Halle	Manuela Isajewa Tel. 0345 2999114 E-Mail: misajewa@hwkhalle.de
HWK Hamburg	Anemone Schlich Tel. 040 35905324 E-Mail: aschlich@hwk-hamburg.de
HWK Hannover	Dr. Sabine Wilp Tel. 0511 3485936 E-Mail: wilp@hwk-hannover.de
HWK Heilbronn-Franken	Michaela Maier Tel. 07131 791105 E-Mail: Michaela.Maier@hwk-heilbronn.de
HWK Hildesheim-Süd-niedersachsen	Birgit Sudhoff Tel. 05121 162148 E-Mail: birgit.sudhoff@hwk-hildesheim.de
HWK der Pfalz	Dipl.-Kfm. Werner Stephany Tel. 0631 3677111 E-Mail: wstephany@hwk-pfalz.de
HWK Karlsruhe	Alexander Fenzl Tel. 0721 1600116 E-Mail: fenzl@hwk-karlsruhe.de
HWK Kassel	Annika Hartmann Tel. 0561 7888123 E-Mail: annika.hartmann@hwk-kassel.de
HWK Koblenz	Prisca Mummenhoff Tel. 0261 398171 E-Mail: prisca.mummenhoff@hwk-koblenz.de
HWK zu Köln	Peter Panzer Tel. 0221 2022217 E-Mail: panzer@hwk-koeln.de
HWK Konstanz	Ralf Scheel Tel. 07531 205413 E-Mail: ralf.scheel@hwk-konstanz.de
HWK zu Leipzig	Dr. Andrea Wolter Tel. 0341 2188155 E-Mail: wolter.presse@hwk-leipzig.de
HWK Lübeck	Ulf Grünke Tel. 0451 1506202 E-Mail: ugruenke@hwk-luebeck.de
HWK Magdeburg	Kevin Kaiser Tel. 0391 6268302 E-Mail: kkaiser@hwk-magdeburg.de
HWK Rheinhessen	Jörg Diehl Tel. 06131 999239 E-Mail: j.diehl@hwk.de

Handwerkskammer	Ansprechpartner / Kontaktdaten
HWK Mannheim – Rhein – Neckar – Odenwald	Detlev Michalke Tel. 0621 18002104 E-Mail: michalke@hwk-mannheim
HWK für München und Oberbayern	Manuela Koneczny Tel. 089 5119124 E-Mail: manuela.koneczny@hwk-muenchen.de
HWK Münster	Hubertus Kost Tel. 0251 5203111 E-Mail: hubertus.kost@hwk-muenster.de
HWK Ostmecklenburg-Vorpommern	Anne-Kathrin Klötzer Tel. 0381 4549121 E-Mail: info@hwk-omv.de
HWK für Mittelfranken	Tanja Winter Tel. 0911 5309269 E-Mail: tanja_winter@hwk-mittelfranken.de
HWK Oldenburg	Ulrich Maaß Tel. 0441 232222 E-Mail: mass@hwk-oldenburg.de
HWK Osnabrück-Emsland	Andreas Lehr Tel. 0541 6929106 E-Mail: alehr@hwk-os-el.de
HWK Niederbayern Oberpfalz	Alexander Brandl Tel. 0941 7965115 E-Mail: alexander.brandl@hwkno.de
HWK Potsdam	Ute Maciejok Tel. 0331 3703120 E-Mail: ute.maciejok@hwkpotsdam.de
HWK Reutlingen	Alfred Bouß Tel. 07121 2412123 E-Mail: alfred.bouss@hwk-reutlingen.de
HWK des Saarlandes	Dietmar Henle Tel. 0681 5809114 E-Mail: d.henle@hwk-saarland.de
HWK Schwerin	Dr. Petra Gansen Tel. 0385 7417152 E-Mail: p.gansen@hwk-schwerin.de
HWK Region Stuttgart	Gerd Kistenfeger Tel. 0711 1657253 E-Mail: gerd.kistenfeger@hwk-stuttgart.de
HWK Südthüringen	Ellen Mangold Tel. 03681 370103 E-Mail: ellen.mangold@hwk-suedthueringen.de
HWK Trier	Günther Behr Tel. 0651 207121 E-Mail: gbehr@hwk-trier.de
HWK Ulm	Arnold Kleine Tel. 0731 1425103 E-Mail: a.kleine@hk-ulm.de
HWK Wiesbaden	Dr. Martin Pott Tel. 0611 136114 E-Mail: martin.pott@hwk-wiesbaden.de
HWK für Unterfranken	Daniel Röper Tel. 0931 309081126 E-Mail: d.roeper@hwk-ufr.de
Stand: 19.06.2010	

Übersicht über Werbemittel zum Tag des Handwerks

	Aufkleberbogen
	Autofahne
	Banner mit verschiedenen Sprüchen zum Tag des Handwerks
	Button
	Info-Flyer
	Papierfähnchen
	Papiertragetasche
	T-Shirt

Weitere Werbemittel der Imagekampagne des deutschen Handwerks finden Sie online unter www.shop-handwerk.de.