



01.03.2023

Ein Spiel mit Klischees und Vorurteilen

Imagekampagne des Handwerks bricht 2023 mit Stereotypen und zeigt die Stärke handwerklicher Karrierechancen

„Die Bedeutung des Handwerks ist in den vergangenen Jahren in den Köpfen vieler Menschen angekommen“, sagt Klaus Hofmann, Präsident der Handwerkskammer Mannheim Rhein-Neckar-Odenwald. „Das ist wichtig und gut so. Handwerkliche Leistung hatte immer schon gesellschaftliche Relevanz. Die Anerkennung dafür ebnet den Boden, dass Handwerk auch in Zukunft seinen Aufgaben im Interesse aller nachgehen kann.“ Erst Anfang Februar zeigte sich während der Mannheimer Ausbildungsmesse „Jobs for Future“, dass junge Leute neu erwachendes Interesse am Handwerk haben. Die ausstellenden Berufe freuten sich über einen großen Zuspruch und intensive Gespräche. Ein Beleg dafür, dass die Ausbildung im Handwerk wieder zur Option wird. Lange wurde um einen solchen Bewusstseinswandel gerungen. Auch mit provokanten Aussagen in der Imagekampagne des deutschen Handwerks. Die neuen Motive 2023 knüpfen daran an. Sie spielen mit Vorurteilen und Klischees.

Dass es ein allgemeingültiges Bild vom Handwerk gar nicht gibt, zeigen die neuen Kampagnenmotive, die seit Februar zu sehen sind. Scheinbar gegensätzliche Charaktere treffen dabei aufeinander und verdeutlichen, dass im Handwerk jeder seinen Platz findet. So werden 16 starke Persönlichkeiten aus dem Handwerk porträtiert und zugleich Klischees hinterfragt. Aspekte wie Kopfarbeit, Unternehmertum, Klimaschutz, Zukunftsrelevanz, Kreativität und Internationalität rücken dabei in den Vordergrund. „Handwerk kann sich auf diese Weise präsentieren, wie es ist: vielfältig, erfüllend, voller Perspektiven und Chancen“, so Klaus Hofmann.

Seit 2010 schon läuft die Kampagne des Handwerks mit der Zielsetzung, sich in der öffentlichen Wahrnehmung Gehör zu verschaffen. Jahr für Jahr baut sie dabei auf das Fundament des Vorjahres auf und scheint mittlerweile ein stabiles Gefüge errichtet zu haben. Das belegen die Zahlen der regelmäßigen Forsa-Trendmessung. Nicht einmal sechs Handwerksberufe waren einem Drittel zum Kampagnenstart bekannt; zwei Drittel hatten das Handwerk gar nicht wahrgenommen. Heute liegt die Wahrnehmung des Handwerks bei 74 Prozent. Diesen Spitzenwert weist die aktuelle Forsa-Trendmessung vom Dezember 2022 aus. Auch zentrale Botschaften wie die „Bildungswende“ oder der Beitrag des Handwerks zu Transformationsprozessen sind offensichtlich in der breiten Bevölkerung angekommen.

2022 nahm es die Kampagne dafür auch in Kauf, mit ihren provokanten Fragen anzuecken. Das Ziel, Debatten auszulösen, wurde so erreicht. „Es geht aber nicht darum, laut zu sein oder verschiedene Bildungsmöglichkeiten

01.03.2023

Unser Zeichen:

Ansprechpartner:
Karin Geiger
Telefon 0621 18002-105

Sebastian Haberling
Telefon 0621 18002-171

Marina Litterscheidt
Telefon 0621 18002-104

Rolf Wagenblaß
Telefon 0621 18002-106

Telefax 0621 18002-152
presse@hwk-mannheim.de

Handwerkskammer
Mannheim Rhein-Neckar-Odenwald
B1, 1-2
68159 Mannheim

info@hwk-mannheim.de
www.hwk-mannheim.de

Presseinformation

gegeneinander auszuspielen, sondern Denkanstöße zu geben“, sagt Jens Brandt, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer. „Der akademische Weg hat genauso seine Berechtigung wie der Ausbildungsweg. Beides als gleichwertig einzuordnen, muss das Ziel sein.“ Die Kampagnenmotive des vergangenen Jahres thematisierten unter dem Motto „Hier stimmt was nicht“ bewusst Vorurteile und regten auf diese Weise zum Innehalten an. Daran knüpft die Kampagne in diesem Jahr an und zeigt mit 16 starken Charakteren – alles „echten“ Handwerkerinnen und Handwerkern – wie viel Potenzial im Handwerk steckt. Denn wer von den beiden jeweils gezeigten Stereotypen mehr mit dem Kopf arbeitet, ein Unternehmen führt, weltweit unterwegs oder kreativer ist, hat immer dieselbe Antwort: beide. Vorurteile und Klischees verleiten im ersten Moment aber zu anderen Annahmen.

„Handwerk ist äußerst vielfältig – genauso wie die Menschen, die im Handwerk arbeiten“, sagt Präsident Klaus Hofmann. „Und es ist ein zentraler Pfeiler unserer Gesellschaft. In unserem Kammergebiet zählen wir über 13.800 Handwerksbetriebe mit rund 85.800 Beschäftigten, die im vergangenen Jahr einen Umsatz von mehr als 7,27 Milliarden Euro erwirtschafteten. Diese Bedeutung bewusst zu machen, ist ein wesentliches Anliegen.“ Dazu müsse Handwerk neu gedacht werden, wie es auch das diesjährige Kampagnenmotto sagt. Das beinhalte den Wandel hin zu Innovationen, Digitalisierung und neuen Strategien bei der Arbeitskräftegewinnung und -sicherung ebenso wie den Wandel in der gesellschaftlichen Wahrnehmung und Anerkennung von Handwerk.

4.122 Zeichen (inkl. Leerzeichen) – 560 Wörter

Bildunterschrift: Unter dem Motto „Handwerk neu denken“ porträtiert die Handwerkskampagne in diesem Jahr 16 Charaktere aus dem Handwerk, die mit einem Augenzwinkern Klischees hinterfragen.

Foto: Handwerkskammer / Imagekampagne

Bei Rückfragen zum Thema:

Kontakt:

Marina Litterscheidt

Tel. 0621-18002-104

Fax 0621-18002-152

litterscheidt@hwk-mannheim.de