



Nr. 13/2019

Ist das noch Handwerk?

Handwerk überrascht mit Modernität in vielen Facetten

Das Handwerk zeigt im Jahr 2019 am Beispiel von fünf Kampagnenbotschaftern, wie zukunftsweisend einer der ältesten deutschen Wirtschaftsbereiche tatsächlich ist. Heute in Japan, morgen in Kanada und nächste Woche vielleicht schon in Mexiko arbeiten. Männer, Frauen und Roboter als Kollegen haben. Menschen nicht unter die Erde bringen, sondern den Angehörigen Trost spenden. „Ist das noch Handwerk?“ Diese Frage stellt das Handwerk auf Plakatmotiven, die aktuell deutschlandweit zu sehen sind. Die Antwort liefern die gezeigten Protagonisten gleich mit: Handwerk heute ist modern und zukunftsgerichtet. Das zeigen die Plakate in Mannheim und Heidelberg, im Rhein-Neckar- und Neckar-Odenwald-Kreis.

Kfz-Mechaniker Jimmy Pelka, einer von fünf Kampagnenprotagonisten, etwa hat seine eigene Tuning-Software entwickelt, mit der er weltweit Kunden begeistert – von den Vereinigten Arabischen Emiraten bis nach Hollywood.

Tischlermeisterin Johanna Röh war vier Jahre lang auf der Walz durch die Welt, lernte und arbeitete in vielen Ländern und kombiniert heute deutsches Handwerk mit ihren internationalen Kenntnissen. „Modernität bedeutet, niemals stehen zu bleiben und beständig neue Lösungen zu suchen“, sagt die Osnabrückerin. Sie bringt damit auf den Punkt, was viele Handwerkerinnen und Handwerker antreibt – und eine ganze Branche zukunftsfest macht.

„Unsere Kampagnenbotschafter verdeutlichen beispielhaft, dass viele Handwerkerinnen und Handwerker mutig und unkonventionell sind, Neues ausprobieren und tradierte Werte neu interpretieren. Kurzum: Sie widersprechen gängigen Klischees“, sagt Präsident Alois Jöst, Präsident der Handwerkskammer Mannheim Rhein-Neckar-Odenwald.

Internationalität, Digitalisierung, Diversität, Humanität gehören heute genauso zum Handwerk wie Tradition, Werkbank und Blaumann.

Während Tischler und Architekt Gunnar Bloss mit seinem Modellbaubetrieb zu Robotik forscht, stößt Bestatter Eric Wrede eine Diskussion über den Tod und eine bessere Sterbekultur an. Und Kosmetikauszubildende Antonia Ramb vermittelt jungen Menschen als Social Influencerin, wie wichtig es ist, zu sich selbst zu stehen.

12. Februar 2019

Kommunikation,
Medien, Marketing

Pressestelle:
Detlev Michalke
Karin Geiger
Rolf Wagenblaß
presse@hwk-mannheim.de

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

Postanschrift:
Postfach 12 07 54
68058 Mannheim

Telefon: 0621/18002-104
Telefax: 0621/18002-3104
info@hwk-mannheim.de
www.hwk-mannheim.de

Als Gesichter des modernen Handwerks zeigen Eric Wrede, Johanna Röh, Jimmy Pelka, Antonia Ramb und Gunnar Bloss beispielhaft, wie sich einer der ältesten Wirtschaftsbereiche von innen heraus verändert und stetig neu erfindet. Die verschiedenen Aspekte handwerklicher Modernität und die besonderen Charaktere dieser Kampagne werden auf bundesweiten Plakaten sichtbar gemacht und in Bewegtbildformaten (TV und Online/Social Media) weitererzählt.

2.563 (mit Leerzeichen) – 333 Wörter

Anmerkung:

Die Plakate hängen vom 12. bis 25. Februar deutschlandweit. Die Bewegtbildformate sind als 20-Sekünder vom 11. Februar bis 2. März in den Werbesequenzen von ARD, RTL, ProSieben, Sat.1 und VOX zu sehen. Unter @johanna_roeh, @jimmypelka, @ericwrede, @missgoodvibes_official und @werk5_berlin sind die Kampagnenbotschafter auf Instagram zu finden. Weitere Informationen unter handwerk.de.

Bei Rückfragen zum Thema:

Pressesprecher:

Detlev Michalke

Tel.: 0621 18002-104

Fax: 0621 18002-152

E-Mail: michalke@hwk-mannheim.de