

Das Handwerk Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.

Stimmen zur Imagekampagne des deutschen Handwerks

Januar 2010

Otto Kentzler, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH):

„Unsere Betriebe sind innovationsstark, liefern individuelle und hochwertige Produkte und Dienstleistungen. Sie stehen gleichzeitig für verantwortliches Unternehmertum, für exzellente Ausbildung und zukunftsfähige Beschäftigung. Es ist an der Zeit, die Bedeutung des Handwerks für Wirtschaft und Gesellschaft selbstbewusst nach außen, aber auch nach innen zu tragen.“

Holger Schwannecke, Generalsekretär des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH):

„Mit viel Elan und Enthusiasmus hat sich das gesamte Handwerk in diese Kampagne eingebracht. Gemeinsam werden wir jetzt ein deutliches Signal setzen. Ganz Deutschland soll wissen: Handwerk ist ein sehr moderner und attraktiver Wirtschaftsbereich mit einer Vielfalt wie kein anderer.“

Dominik Thesing, Geschäftsführer Scholz & Friends Berlin:

„Das Handwerk braucht in der Öffentlichkeit den Stellenwert, der seiner tatsächlichen Leistung entspricht: Die Wirtschaftsmacht von nebenan ist vielfältig, modern und anfassbar. Das wollen wir mit dieser Kampagne zeigen.“

Peter Thwaites, Regisseur des TV-Spots für das deutsche Handwerk:

„Die Kernidee des TV-Spots ist es, zu zeigen, wie das Leben ohne das Handwerk aussehen würde. Denn das Leben ohne das Handwerk wäre ein Leben ohne Zivilisation. So vermittelt der Film auf emotionale Art, welche Bedeutung das Handwerk für unser alltägliches Leben hat.“

Pressekontakt:

Kerstin Seehawer
Kampagnenbüro Handwerk/DHKT
Tel. 030 206 19-381
Fax 030 206 1959-381
E-Mail: seehawer@zdh.de

Frank Hakelberg
Kampagnenbüro Handwerk/S&F
Tel. 030 700 186-732
Fax 030 700 186-586
E-Mail: frank.hakelberg@s-f.com



DIE WIRTSCHAFTSMACHT. VON NEBENAN.

Zentrale Ergebnisse Forsa-Umfrage zum Handwerk 2008

Im Januar 2010 – Forsa hat im Auftrag des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) und der Aktion modernes Handwerk (AMH) 1.001 repräsentativ ausgewählte Bürgerinnen und Bürger ab 14 Jahre mit Hilfe computergestützter Telefoninterviews befragt. Kern der Untersuchung: Wie wird das deutsche Handwerk von den Bürgern wahrgenommen und eingeschätzt?

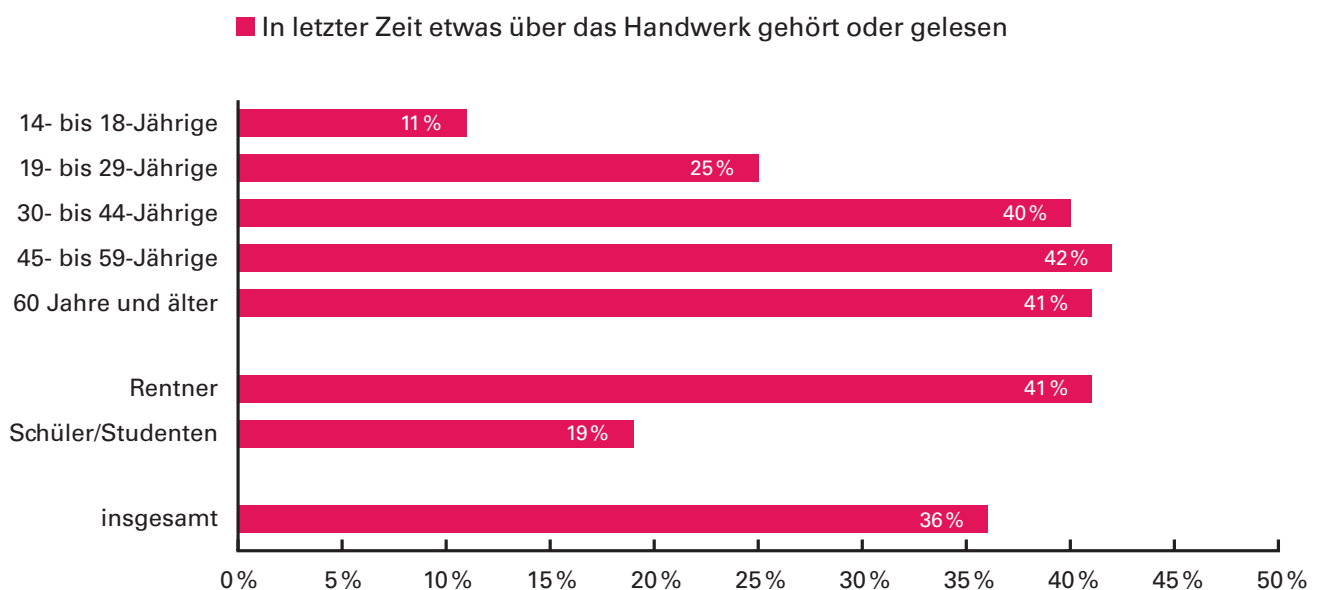
Die Erhebung fand vom 31. März bis 7. April 2008 statt. Um über die Gruppe der Jugendlichen aussagefähige Ergebnisse zu erhalten, wurden zusätzlich 100 14- bis 18-Jährige befragt.

1. Wahrnehmung des Handwerks

a. Sichtbarkeit

Etwas mehr als ein Drittel aller Bundesbürger haben nach eigenen Angaben in letzter Zeit etwas über das Handwerk gehört oder gelesen. Deutliche Unterschiede in der Wahrnehmung des Handwerks zeigen sich zwischen den einzelnen Altersgruppen. So liegen die Werte bei jungen Menschen deutlich tiefer (11 %) als der allgemeine Durchschnitt.

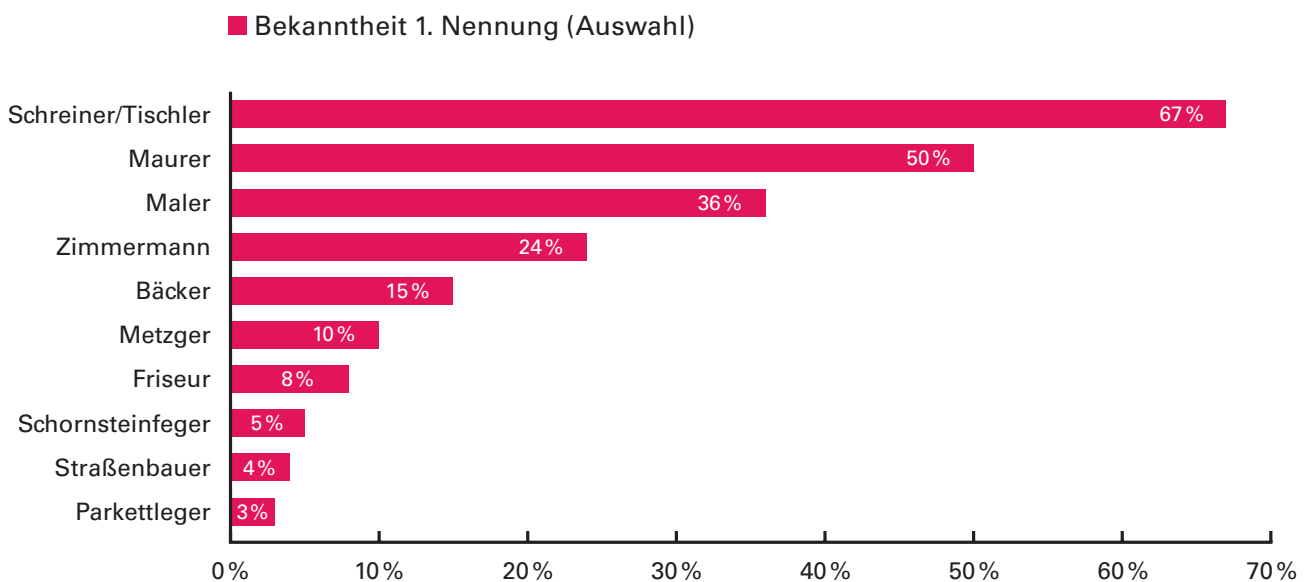
In letzter Zeit etwas über das Handwerk gehört oder gelesen



b. *Bekanntheit von Handwerksberufen*

Auf die Frage: „Welche Handwerksberufe kennen Sie?“ nannten 67 Prozent der Befragten Schreiner/Tischler. Maurer und Maler liegen auf den Plätzen zwei und drei. Andere Berufe sind nahezu unbekannt (z. B. Parkettleger) – oder zwar bekannt, werden aber nicht dem Handwerk zugeordnet (z. B. Friseur, Metzger).

Bekanntheit von Handwerksberufen

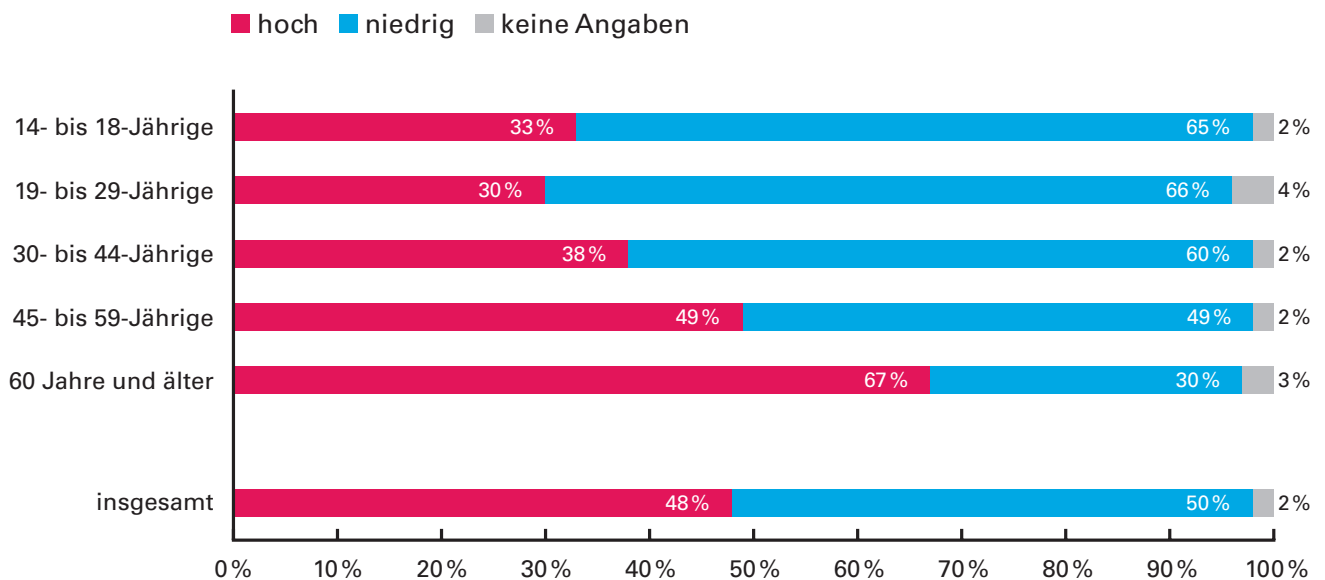


2. Image des Handwerks

Einschätzung des sozialen Ansehens des Handwerks

48 Prozent aller Bürger schätzen das soziale Ansehen des Handwerks als hoch ein. Es zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Während 67 Prozent der Menschen über 60 das soziale Ansehen als hoch einschätzen, sind es nur 33 Prozent der 14- bis 18-Jährigen.

Einschätzung des sozialen Ansehens des Handwerks

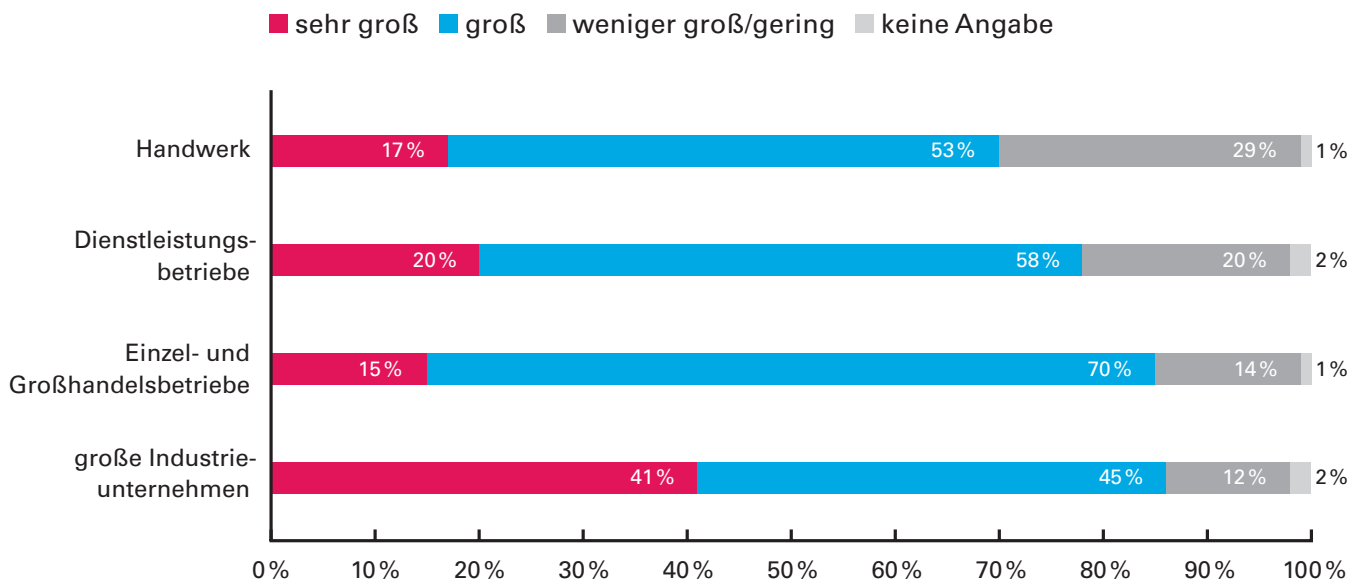


3. Bedeutung des Handwerks

Bedeutung des Handwerks für die Wirtschaft

Die Bedeutung des Handwerks für die Wirtschaft in Deutschland insgesamt wird deutlich geringer eingeschätzt als die anderer Wirtschaftszweige. 17 % der Befragten rechnen dem Handwerk große Bedeutung zu, während 41 % diese Rolle den großen Industrieunternehmen zumessen.

Bedeutung einzelner Wirtschaftszweige für die Wirtschaft



4. Das Handwerk als Arbeitgeber

Attraktivität des Handwerks als Arbeitgeber

61 Prozent aller Bürger halten das Handwerk für einen attraktiven Arbeitgeber. In der Gruppe der Schüler und Studenten liegt der Wert mit 48 % deutlich niedriger.

Attraktivität des Handwerks als Arbeitgeber

