

Imagekampagne des deutschen Handwerks

# Online-Werkzeugkasten

Empfehlungen zur Einbindung der Imagekampagne in den Online-Auftritt von Handwerksorganisationen und Betrieben

Februar 2011

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Die Imagekampagne im Internet</b>	<b>3</b>
<b>2. Einbindung der Imagekampagne auf Ihrer Startseite</b>	<b>4</b>
a) Logo der Imagekampagne	4
b) Schaufenster-Banner	5
c) Zahl der Woche	7
<b>3. Unterseite zur Imagekampagne</b>	<b>8</b>
a) TV-Spot-Banner	9
b) Filme „Simon – die linke Hand des Handwerks“	9
c) Verlinkung zum Werbemittelshop	10
d) Teaser auf der Startseite	11
<b>4. Weitere Elemente der Imagekampagne</b>	<b>12</b>
a) News und Pressemitteilungen	12
b) Meisterwerk der Woche	12
c) Leitfäden der Imagekampagne	12
<b>Ansprechpartner</b>	<b>14</b>

## 1. Die Imagekampagne im Internet

Die Imagekampagne des deutschen Handwerks beweist seit Januar 2010 einem breiten Publikum auf unterschiedlichen Kanälen, dass das Handwerk eine unverzichtbare Größe für Deutschland ist.

Ein zentraler Kanal, um vertiefende Informationen zur Kampagne und dem Handwerk zu verbreiten und insbesondere auch junge Menschen zu erreichen, stellt das Internet dar – und hier insbesondere die Online-Auftritte der Handwerksorganisationen und Betriebe.

Der vorliegende Online-Werkzeugkasten stellt deshalb verschiedene Möglichkeiten vor, wie Sie die Imagekampagne in Ihren Internetauftritt einbinden können. Ziel ist es, mit möglichst geringem Aufwand eine maximale Wirkung zu erzielen – für Sie und das gesamte Handwerk.

Viele der hier aufgeführten Empfehlungen sowie die verwendeten Bilder orientieren sich an den von zahlreichen Organisationen angewandten Gestaltungsrichtlinien der Initiative „handwerkskammer.de“. Die Vorschläge lassen sich aber problemlos auch in allen anderen Seitenlayouts umsetzen.

### **Wenig Aufwand – große Wirkung**

#### **Gemeinsam Größe und Bedeutung beweisen**

Je mehr Organisationen und Betriebe die hier vorgestellten Empfehlungen umsetzen und je einheitlicher das gesamte Handwerk auftritt, desto eindrucksvoller werden Größe und Bedeutung des Handwerks vermittelt. Nutzen Sie deshalb die vielen zur Verfügung stehenden Instrumente und zeigen Sie so, dass Sie Teil von etwas Großem sind.

#### **Geringer Aufwand**

Nutzen Sie die von der Imagekampagne zur Verfügung gestellten und an Ihre Bedürfnisse angepassten Instrumente und reduzieren Sie so Ihren eigenen Aufwand.

#### **Mehr Benutzerfreundlichkeit für den User**

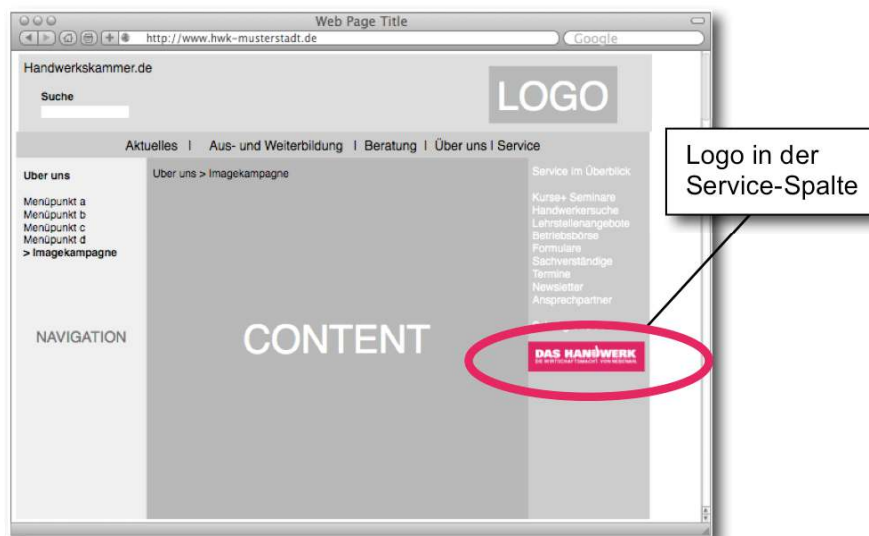
Je einheitlicher Organisationen und Betriebe die Imagekampagne auf ihren Seiten präsentieren, desto besser finden sich die Besucher auf den Seiten zurecht. Indem Sie die Vorschläge umsetzen, können Sie die Nutzerfreundlichkeit erhöhen.

## 2. Einbindung der Imagekampagne auf Ihrer Startseite

### a) Logo der Imagekampagne

Die einfachste Möglichkeit, Zugehörigkeit zur Imagekampagne des deutschen Handwerks zu beweisen, ist die Einbindung des Kampagnenlogos auf Ihrer Startseite. So zeigen Sie, dass Sie Teil der Kampagne sind und profitieren gleichzeitig von deren Bekanntheit.

Wir empfehlen Ihnen, das Logo in seiner zentrierten Variante in einer einheitlichen Größe (Breite: 184px / Höhe: 47px) rechts in der Service-Spalte Ihrer Website einzubinden und es mit einem Link zur Website der Imagekampagne [www.handwerk.de](http://www.handwerk.de) zu hinterlegen. Das Logo steht im Brand Management unter <http://brandmanagement.handwerk.de> zum Download bereit.

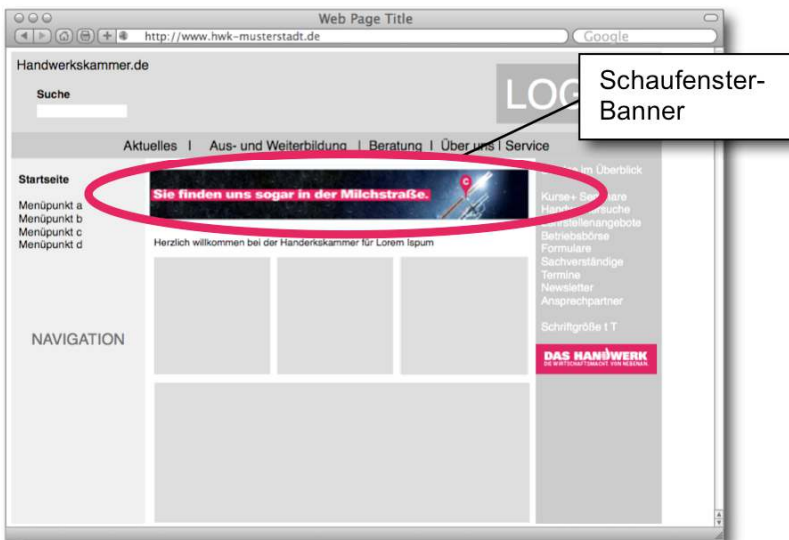


## b) Schaufenster-Banner

Über das statische Logo hinaus werden auch verschiedene Motiv-Banner im Brand Management angeboten. Diese haben einen zusätzlichen Aufmerksamkeitswert und transportieren die spannenden Botschaften und Geschichten, die es aus dem Handwerk zu berichten gibt. Viele Organisationen und Betriebe des Handwerks nutzen diese Online-Banner bereits.

Um Ihnen den Aufwand des regelmäßigen Motivwechsels zu ersparen, wurde ein so genannter Schaufenster-Banner entwickelt. Sie müssen lediglich einmal den Text-Code des Schaufenster-Banners an der gewünschten Stelle Ihrer Internetseite einfügen und erhalten automatisch aktuelle Kampagnenmotive eingespielt. Ein Aktualisieren, Herunter- oder Hochladen von neuen Dateien ist dann nicht mehr nötig.

Den so genannten Embed-Code für den in vier Formaten vorliegenden Schaufenster-Banner finden Sie in der Rubrik „Web“ im Brand Management unter <http://brandmanagement.handwerk.de>.



Beispielhafter Seitenaufbau

Der Schaufenster-Banner liegt in folgenden vier Formaten vor:



Superbanner 728 X 90 px



Medium Rectangle 300 X 250 px



Superbanner 468 X 60 px



Skyscraper 160 X 600 px

Folgende Motive werden als Bannermotive im Schaufenster-Banner präsentiert:



ab 1. März



ab 9. März



Kein finales Layout

am 8. März  
Weltfrauentag



Kein finales Layout

ab 23. März  
Banner zu Simon



Kein finales Layout

am 20. Juni  
Frauen-Fußball-WM



Kein finales Layout

ab 17. Juli  
Countdown-Banner zum  
Tag des Handwerks



Kein finales Layout

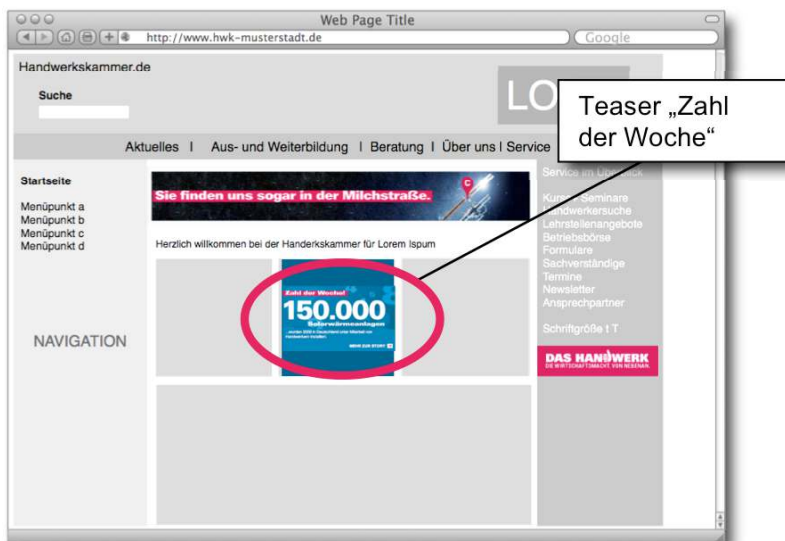
ab 3. September  
Banner zu Simon

### c) Zahl der Woche

Seit Anfang des Jahres 2011 wird im Rahmen der Imagekampagne wöchentlich eine „Handwerkszahl der Woche“ veröffentlicht. Diese Zahl können Sie auch auf Ihrer Seite einbinden und so eindrücklich die Bedeutung und die Größe des Handwerks betonen.

Alle Handwerksorganisationen erhalten regelmäßig den Redaktionsplan der „Handwerkszahl der Woche“ sowie die entsprechenden Grafiken, die sich für den Online-Einsatz eignen, aber auch druckfähige Qualität aufweisen. Sie können diese als Teaser auf der Startseite oder in anderer Form in Ihren Online-Auftritt einbinden und direkt auf das Archiv der „Zahl der Woche“ der Kampagnenwebsite verlinken:

[www.handwerk.de/nc/wussten-sie/zahl-der-woche.html](http://www.handwerk.de/nc/wussten-sie/zahl-der-woche.html)



Beispielhafter Seitenaufbau

### 3. Unterseite zur Imagekampagne

Sie sind ein Teil der Imagekampagne des deutschen Handwerks. Dies können Sie über eine Unterseite in Ihrem Internetauftritt zur Imagekampagne mit einfachen Mitteln untermauern. Auf dieser Unterseite können Besucher über die Kampagne, ihre Ziele und die wichtigsten Botschaften informiert werden.

Wir empfehlen Ihnen, die Unterseite über die Navigation auf der linken Seite erreichbar zu machen.

Folgenden Text zur Imagekampagne könnten Sie auf der Unterseite einbinden:

#### ***Imagekampagne des deutschen Handwerks***

*Mit mehr als 4,8 Millionen Beschäftigten in rund 975.000 Betrieben und einem Jahresumsatz von knapp 490 Milliarden Euro ist das Handwerk ein Schwergewicht der deutschen Wirtschaft. Es gibt heute kaum einen Lebensbereich, in dem wir auf die Fertigkeiten und das Know-how von Handwerkerinnen und Handwerkern verzichten können. Und genau davon handelt unsere Kampagne: In Anzeigen, Plakaten, einem TV-Spot, im Internet sowie mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehen wir der Frage nach: Was wäre das Leben ohne das Handwerk?*

#### ***Das Handwerk. Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.***

*Ziel der Kampagne ist es, die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Handwerks hervorzuheben und Jugendliche für eine handwerkliche Ausbildung zu begeistern – denn das Handwerk ist „Die Wirtschaftsmacht. Von nebenan.“*

Die Imagekampagne bietet in ihrem weiteren Verlauf stetig neue Inhalte und Elemente. Diese können Sie auch auf der Unterseite Ihres Online-Auftritts einbinden so zum Erfolg der Imagekampagne beitragen.

Folgende weitere Elemente bieten sich zur Einbindung auf Ihrer Unterseite an:

### **a) TV-Spot-Banner**

Der neue TV-Spot-Banner ist ein attraktives Element für jede Website. Der große Vorteil für Sie ist, dass Sie Ausschnitte aus dem TV-Spot auf Ihrer Seite zeigen können, aber keine GEMA-Gebühren abführen müssen.

Der Banner zeigt in Dauerschleife einen kurzen Zusammenschnitt des TV-Spots des Handwerks (ohne Ton). Klicken Besucher den Banner an, werden sie auf die Website der Kampagne verlinkt, wo sie sich den kompletten TV-Spot ansehen können.

Den Embed-Code, um den TV-Spot-Banner in Ihre Seite einzubinden, finden Sie im Brand Management unter:

<http://brandmanagement.handwerk.de>.



Bilder aus dem TV-Spot-Banner

### **b) Berufsfilme „Simon – die linke Hand des Handwerks“**

Ab Ende März werden die ersten Folgen der im Rahmen der Jugendlinie der Imagekampagne produzierten Filme zu „Simon – die linke Hand des Handwerks“ zur Verfügung stehen. Diese Filme sollen Jugendlichen zeigen, dass das Handwerk modern und kreativ ist und mit über 130 Ausbildungsberufen vielfältige Perspektiven sowie attraktive Karrieremöglichkeiten bietet.

Sie können diese Filme, das Logo und weitere Materialien ebenfalls auf der Unterseite zur Imagekampagne einbinden und Ihre Seite so mit weiteren attraktiven Inhalten bespielen. Außerdem können Sie auf den eigenen Bereich zu „Simon – die linke Hand des Handwerks“ auf der Website der Imagekampagne verlinken.

Den Embed-Code zu den Filmen sowie die weiteren Materialien zur Jugendwerbung finden Sie im Brand Management:

<http://brandmanagement.handwerk.de>.

Folgenden Text könnten Sie zusammen mit den Filmen zu „Simon – die linke Hand des Handwerks“ in Ihre Seite einbinden:

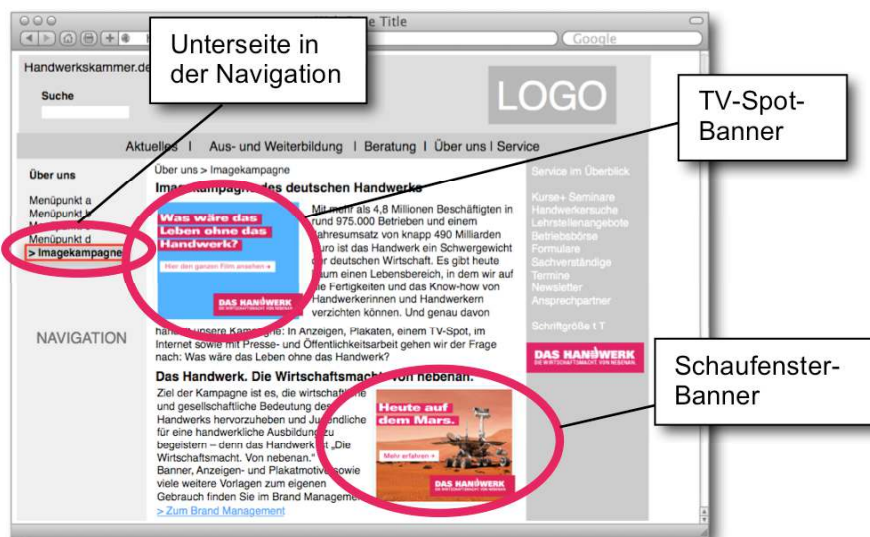
**Simon – die linke Hand des Handwerks**

*Der deutsche Comedian und Moderator Simon Gosejohann besucht als „Simon – die linke Hand des Handwerks“ Betriebe und erlebt das Handwerk hautnah.*

*Immer mit dabei: ein Kamerateam und natürlich eine gute Portion Humor.*

*Wollen Sie wissen, wie es Simon im Handwerk ergangen ist? Sehen Sie selbst...*

Das folgende beispielhafte Schaubild zeigt, wie Sie Ihre Unterseite zur Imagekampagne gestalten und aufbauen könnten:



Beispielhafter Seitenaufbau

**c) Verlinkung zum Werbemittelshop**

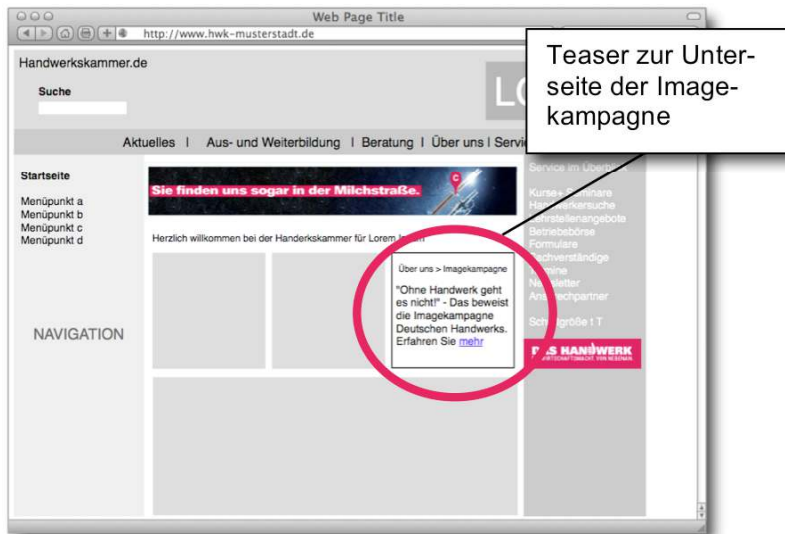
Die Imagekampagne bietet viele Werbemittel im Kampagnenlook – von T-Shirts über Mausmatten bis zu Briefumschlägen mit dem Kampagnenlogo. Je stärker diese Werbemittel verbreitet werden und je mehr Menschen diese nutzen, desto mehr Aufmerksamkeit erlangt die Imagekampagne für das gesamte Handwerk.

Sie können einen Link zum Werbemittelshop der Kampagne auf Ihrer Seite einbinden und so zur Verbreitung der Werbemittel beitragen:

[www.shop-handwerk.de](http://www.shop-handwerk.de)

#### **d) Teaser auf der Startseite**

Wenn Sie wie oben beschrieben eine eigene Unterseite zur Imagekampagne angelegt haben, können Sie diese wie empfohlen über die Navigation erreichbar machen. Noch mehr Aufmerksamkeit erreichen Sie, wenn Sie die Unterseite in einem Teaser auf der Startseite Ihres Online-Auftritts ankündigen. Bei Klick auf den Teaser wird direkt Ihre Unterseite zur Imagekampagne geöffnet.



Beispielhafter Seitenaufbau

Folgenden Text könnten Sie in den Teaser einbinden:

#### ***Imagekampagne des deutschen Handwerks***

*„Ohne Handwerk geht es nicht!“ Das beweist die Imagekampagne deutschen Handwerks.*

*Erfahren Sie [mehr](#)*

## 4. Weitere Elemente der Imagekampagne

### **a) News und Pressemitteilungen**

Viele Handwerkskammern und Organisationen des Handwerks nutzen bereits die News und Pressemitteilungen der Imagekampagne und veröffentlichen diese auch auf ihren Seiten.

Wir empfehlen, diese Meldungen im Bereich „Aktuelles“ Ihrer Seite zu veröffentlichen, denn diese Meldungen stellen das Handwerk in seinen vielen Facetten dar und beziehen sich nicht explizit auf die Imagekampagne. Außerdem erhalten Sie dadurch zusätzlich wechselnden aktuellen Content auf Ihrem Internet-Auftritt.

Alternativ oder ergänzend können Sie auf den Pressebereich der Website der Imagekampagne verlinken:

[www.handwerk.de/presse/pressemitteilungen.html](http://www.handwerk.de/presse/pressemitteilungen.html)

### **b) Meisterwerk der Woche**

Die Imagekampagne des deutschen Handwerks präsentiert auf der Kampagnenwebsite wöchentlich einen herausragenden und innovativen Handwerksbetrieb als „Meisterwerk der Woche“. Dazu stellt das Kampagnenbüro der zuständigen Handwerkskammer sowie dem ausgezeichneten Betrieb jeweils eine Pressemitteilung für die eigene regionale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung.

Sie können diese Pressemitteilung auf Ihrer Internetseite einbinden und so die Modernität und Innovationskraft des Handwerks nach außen kommunizieren. Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, direkt auf die Deutschlandkarte „Bundesrepublik des Handwerks“ auf der Website der Imagekampagne zu verlinken:

[www.handwerk.de/wussten-sie/bundesrepublik-handwerk.html](http://www.handwerk.de/wussten-sie/bundesrepublik-handwerk.html)

### **c) Leitfäden der Imagekampagne**

Die Imagekampagne steht für das Handwerk in seiner gesamten Breite. Je mehr der rund 975.000 Betriebe sich an der Kampagne beteiligen, desto eindrücklicher werden die Botschaften von Größe, Modernität, Vielfalt und Lebensnähe des Handwerks nach außen getragen.

Um möglichst viele Betriebe für eine Teilnahme an der Imagekampagne zu motivieren und zu eigenen Aktionen im Rahmen der Kampagne zu inspirieren, hat das Kampagnenbüro mehrere Leitfäden verfasst.

Diese Leitfäden können Sie auf Ihrer Website veröffentlichen und so den Betrieben zur Verfügung stellen.

- Der so genannte *Kampagnenmeister* zeigt in wenigen Schritten, wie Betriebe die unterschiedlichen Kampagnenmaterialien nutzen und in ihren Geschäftsauftritt einbinden können.
- Der *Leitfaden zum Sportmarketing* zeigt anhand vieler Beispiele, wie Betriebe und Handwerksorganisationen im Rahmen der Imagekampagne Sportmarketing betreiben und gleichzeitig von der Aufmerksamkeit für die Kampagne profitieren können.
- Der *Betriebe-Leitfaden zum Tag des Handwerks* stellt viele Möglichkeiten vor, wie Betriebe die Aufmerksamkeit für den nationalen Tag des Handwerks am 3. September für sich nutzen und eigene Aktionen umsetzen können – von der Einbindung des Logos in die Geschäftsausstattung bis zum Mitarbeiter- oder Kundenfest.

Alle Leitfäden werden Ihnen ab März 2011 im Kampagnenforum zur Verfügung stehen.

## **Ansprechpartner**

Bei allen Fragen zum Online-Werkzeugkasten und den Möglichkeiten, die Kampagne in Ihren Online-Auftritt einzubinden, können Sie sich an das Kampagnenbüro bei der Agentur Scholz & Friends wenden.

Kampagnenbüro  
Scholz & Friends Berlin  
Wöhlerstraße 12/13  
10115 Berlin  
Tel. 030 700186-892  
E-Mail: [kampagnenbuero@handwerk.de](mailto:kampagnenbuero@handwerk.de)