

Jürgen Klopp: „Das Handwerk bietet Jugendlichen die Chance zu zeigen, was in ihnen steckt“

Dortmund, 27. Juni 2010



Otto Kentzler überreichte Jürgen Klopp ein T-Shirt im Look der Imagekampagne des Deutschen Handwerks. Foto: Stephan Schütze

PR/Medien

Jana C. Mielke
Anke Degeler
Thomas Sommer

Handwerkskammer
Dortmund
Reinoldstraße 7-9
44135 Dortmund

Telefon 0231 5493-105
Telefax 0231 5493-115

presse@hwk-do.de
www.hwk-do.de

Dortmund. „Wenn die Arbeit ruft, kaum zu bremsen“ - dieser Slogan ist im Zuge der Imagekampagne des Deutschen Handwerks derzeit nicht nur auf immer mehr Handwerker-Fahrzeugen zu lesen, er gilt auch für Jürgen Klopp. Nach einer erfolgreichen Saison tourt der BVB-Trainer und nach wie vor unterhaltsamste WM-Analyst gerade mit Günter Jauch und dem RTL-WM-Truck durch Deutschland. Am Wochenende machte der Truck gleich zweimal für Live-Übertragungen Station auf dem Dortmunder Friedensplatz. Handwerkspräsident Otto Kentzler, selbst überzeugter BVB-Fan, freute sich, dem sympathischen Trainer bei dieser Gelegenheit ein T-Shirt im Kampagnen-Look überreichen zu können.

Jürgen Klopp: „Fußball und Handwerk haben viel gemeinsam. Wie im Fußball ist auch im Handwerk eine gute Ausbildung die wichtigste Voraussetzung, um erfolgreich zu sein. Genau das leistet das Handwerk in Deutschland mit seinem großen Ausbildungsengagement. Außerdem bietet das Handwerk, genau wie der Fußball, allen Jugendlichen die Chance zu zeigen, was in ihnen steckt. Und ohne die Arbeit der Handwerker wäre Fußball heute gar nicht vorstellbar. Ob Fußballtor, Stadionwurst, Bier oder die tollen Stadien in Deutschland – dank der „Wirtschaftsmacht von nebenan“ steht der Fußball nie im Abseits.“

Deshalb finde ich es wichtig, dass das Handwerk mit seiner Imagekampagne zeigt, welche Bedeutung es für die Gesellschaft hat. Ich hoffe, dass viele junge Menschen so für das Handwerk und eine handwerkliche Ausbildung begeistert werden können.“

Zum Hintergrund: Mit mehr als 4,8 Millionen Beschäftigten in 151 Ausbildungsberufen und einem Jahresumsatz in dreistelliger Milliardenhöhe ist das Handwerk ein Schwergewicht der deutschen Wirtschaft. Es gibt heute kaum einen Lebensbereich, in dem auf die Fertigkeiten und das Know-how von Handwerkerinnen und Handwerkern verzichtet werden kann. Genau davon handelt die Kampagne: In Anzeigen, Plakaten und einem TV-Spot wird der Frage nachgegangen: Was wäre das Leben ohne das Handwerk? Damit sollen die „Marke“ Handwerk gestärkt, der Handwerker-Stolz geweckt und vor allem Jugendliche neugierig gemacht werden auf die „Wirtschaftsmacht von nebenan“. Alle Infos zur Imagekampagne des Handwerks, deren Kreativität und Überzeugungskraft bereits mehrfach ausgezeichnet wurde, gibt es unter www.handwerk.de.