
Beschlussfassung zu TOP 7 der Vollversammlung

Datum: Dienstag, 24. September 2019

Tagesordnungspunkt: Fortführung der Imagekampagne des Handwerks auf Bundesebene und in Hamburg von 2020 bis 2024

SachverhaltAnlass der Beschlussfassung

Die DHKT-Vollversammlung hat in ihrer Sitzung am 14.03.2019 beschlossen, die Imagekampagne für das deutsche Handwerk mit einem jährlichen Beitrag der Handwerkskammern zum DHKT in Höhe von 10 Millionen Euro für den Zeitraum 2020 bis 2024 (fünf Jahre) fortzuführen. Die Handwerkskammer Hamburg hat die ersten beiden Staffeln der bundesweiten Imagekampagne in den Jahren 2010 bis 2019 durch eine umfangreiche regionale Kampagne flankiert. Insgesamt hat die Handwerkskammer Hamburg für die Finanzierung der bundesweiten und der regionalen Aktivitäten jährlich eine Million Euro aufgewandt, davon für den Beitrag zu den Kampagnenaktivitäten auf Bundesebene 150.000 Euro. Angesichts der seinerzeit kurz bevorstehenden Vollversammlungswahl hat sich die Handwerkskammer Hamburg bei der o.g. Beschlussfassung in der DHKT-Vollversammlung enthalten. Nun ist in Hamburg ein Beschluss der Vollversammlung über die weitere Beteiligung an der Imagekampagne herbeizuführen.

Am 05.09.2019 fand im Rahmen einer gesonderten Arbeitgeber- und Arbeitnehmervorbesprechung ein intensiver Austausch über die Erfolge der bisherigen Imagekampagne und die Notwendigkeit einer Fortsetzung statt. Auf der Basis des Ergebnisses der Vorbesprechung hat der Vorstand am 12.09.2019 eine Beschlussempfehlung für die Vollversammlung gefasst.

Bewertung

Der Vorstand empfiehlt einstimmig eine Fortsetzung der Imagekampagne im bisherigen Umfang sowohl auf Bundes- als auch auf regionaler Ebene für weitere fünf Jahre aus den folgenden Gründen:

- Der demographische Wandel setzt sich fort, damit auch die zunehmende Konkurrenz um Nachwuchskräfte auf dem Arbeitsmarkt. Binnen der nächsten fünf Jahre beginnt zudem die Verrentung größerer Teile der Babyboomer-Generation, was die Personalknappheit zusätzlich verschärfen wird.
- In vielen Branchen steigen die Investitionen in die Anwerbung von Nachwuchskräften, es entsteht ein zunehmend harter Wettbewerb, in dem Maßnahmen der Imagewerbung für Arbeitgeber noch wichtiger werden. Große Arbeitgeber etwa im Konzernbereich können solche Investitionen allein stemmen. Das Handwerk kann eine effektive, wahrnehmbare Imagewerbung nur mit vereinten Kräften realisieren.
- Dass dies in Hamburg in den vergangenen Jahren mit der regionalen Imagekampagne überdurchschnittlich gut funktioniert hat, zeigt der Vergleich mit Berlin: Während die jährliche Zahl neuer Handwerks-Azubis dort in den vergangenen zehn Jahren um mehr als 20 Prozent abgenommen hat, verzeichnen wir in Hamburg ein leichtes Plus.

- Die Imagekampagne hat sich als geeignetes Instrument erwiesen, um Zusammengehörigkeitsgefühl, Identifikation und Berufsstolz unter der Dachmarke „Handwerk“ zu fördern. Sie transportiert auch Werte wie Sinn-erfüllung und Spaß im Beruf, die für heutige Jugendliche bei der Berufswahl entscheidend sind.

Zusätzliches Engagement für die Steigerung der Ausbildungsqualität

Mit der Imagekampagne werben wir für eine Ausbildung im Handwerk. Folgerichtig wollen wir auch im Rahmen der Imagekampagne ein Stück Verantwortung für die dahinterstehende Qualität tragen. Im Zuge der Weiterentwicklung der Kampagne und der Anpassung an aktuelle Bedürfnisse des Handwerks soll die Handwerkskammer Hamburg daher über die bisherigen Aktivitäten hinaus im Rahmen der Kampagne Schritte unternehmen, um die Ausbildungsqualität zu fördern. Zu diesem Zweck soll im Rahmen der Kampagne und aus den für sie vorgesehenen Mitteln eine Stelle geschaffen werden, die systematisch an diesem Entwicklungsziel arbeitet.

 Information **Beschlussempfehlung** **Beschlussfassung**

Die Vollversammlung beschließt:

1. Die Handwerkskammer Hamburg beteiligt sich für den Zeitraum 2020 bis 2024 weiterhin an der Bundes-Imagekampagne des ZDH.
2. Die regionale Hamburger Imagekampagne wird für den Zeitraum 2020 bis 2024 fortgesetzt.
3. Für die Maßnahmen der Imagekampagne wird weiterhin ein Budget von einer Million Euro pro Jahr aus Beitragsmitteln zur Verfügung gestellt. Aus dem Budget von einer Million Euro pro Jahr werden der DHKT-Beitrag, Personalaufwendungen für das Imagekampagnen-Team und Sachaufwendungen der regionalen Imagewerbung finanziert.
4. Zusätzlich erfolgt aus dem IK-Budget die Finanzierung einer Vollzeitstelle speziell für die Steigerung der Ausbildungsqualität.
5. Der Vorstand beschließt – wie bisher – jährlich über die konkreten Maßnahmen der regionalen Imagekampagne im betreffenden Jahr und informiert die Vollversammlung über die Jahresplanung.