

Kampagnenbüro Handwerk • Postfach 110472 • 10843 Berlin

An die
Damen und Herren
Präsidenten, Hauptgeschäftsführer
und Kampagnenbeauftragten
der Handwerkskammern,
der Zentralfachverbände,
der Regionalen Handwerkskammertage,
der Regionalen Vereinigungen der Fachverbände,
der Landeshandwerksvertretungen,
der wirtschaftlichen und sonstigen Einrichtungen des Handwerks

nachrichtlich:

Mitglieder des ZDH-Präsidiums,
Mitglieder des DHKT-Vorstandes,
Mitglieder des UDH-Vorstandes,
Mitglieder der AG Image

Kampagnenbüro Handwerk
Mohrenstraße 20/21
10117 Berlin

Ansprechpartner: Stefan Koenen
Tel.: +49 (0)30/20619-360
Fax: +49 (0)30/20619-457
E-Mail: koenen@zdh.de

Berlin, 21. Mai 2010
per E-Mail

**Imagekampagne Handwerk:
Neue Schaltungen in TV; Plakatierungen im Mai/Juni – Standortübersicht; Zeitungsanzeigen Mai/Juni**

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

nach einem für die Sichtbarkeit und Reichweite unserer Imagekampagne äußerst erfolgreichen DFB-Fußballpokalfinale am 15. Mai (Marktanteil über 33 %, über 10 Millionen Zuschauer, vergleichbar mit den Quoten der besten „Wetten dass“ Sendungen, reine Sichtbarkeit des Kampagnenlogos 4:30 Minuten) startet Anfang nächster Woche mit der Ausstrahlung des TV Spots, der Fortsetzung der nationalen Plakatkampagne und Zeitungsanzeigen die Frühsommerphase der Imagekampagne.

Hierüber wollen wir Sie informieren:

Übersicht TV Schaltungen: In wenigen Tagen startet die 2. Schaltperiode des TV Spots. Sie umfasst den Zeitraum von Pfingstmontag, den 24. Mai bis zum 13. Juni 2010. Anbei erhalten Sie eine Übersicht über die Termine für die ersten beiden Kampagnenwochen. (Anfang Juni senden wir Ihnen die Pläne für die dritte Woche zu.) Gesendet werden zwei 30-Sekunden und eine 20-Sekunden Variante.

Bankkonto:
Conrad Hinrich Donner Bank
67 639 006 (BLZ 200 303 00)

Da Optimierungen im Sinne einer bestmöglichen Platzierung innerhalb des Werbeblocks bis kurz vor Sendetermin möglich sind, empfehlen wir einige (4-5) Minuten vor der im Plan genannten Uhrzeit den Fernseher einzuschalten. So können Sie sicher sein, unseren Spot nicht zu verpassen und Sie erhalten einen nachhaltigen Eindruck über seine Wirkung im Werbeumfeld.

Plakatierung Mai / Juni: Im Rundschreiben vom 18. März hatten wir Ihnen bereits die drei neuen Motive vorgestellt. Diese erhalten Sie noch einmal anbei. Wo diese Motive plakatiert werden, entnehmen Sie bitte dem beiliegenden Standortverzeichnis. Der genaue Zeitraum datiert vom 28. Mai bis zum 10. Juni. Wie bereits sehr erfolgreich im 1. Plakatflight praktiziert, freuen wir uns auch im nun anstehenden Durchgang über ein großes Interesse und eine breite Bereitschaft von Kammern und Kreishandwerkerschaften, auf eigene Initiative und Rechnung zusätzliche Plakatbuchungen durchzuführen. Die zusätzlich produzierten und aus dem Kampagnenbudget finanzierten Plakate werden oder sind Ihnen entsprechend Ihrer Bestellungen bereits zugegangen.

Mittels einer exakten Planung und Abstimmung mit unserer Mediaagentur werden Doppelbuchungen vermieden und durch eine größere Anzahl Plakatstellen und eine Verlängerung des Aushanges mit Ihrer Hilfe eine spürbare Verstärkung der Kampagnenwirkung erzielt.

Print Mai / Juni: Flankierend und verstärkend zur TV- und Plakatkampagne haben wir wieder Zeitungsanzeigen in den reichweiten- und auflagenstärksten Blättern gebucht. Am 30. Mai und 06. Juni werden wir mit einer ganzseitigen Farbanzeige in der „Bild am Sonntag“ vertreten sein, zudem am 25. Mai mit einer ganzen Seite in der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“ und am 30. Mai mit einer ganzen Seite in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“.

Weiterhin belegen wir drei „Bild“ Ausgaben mit einer 1/1 Seite Farbanzeige in der Kalenderwoche 21 (24.05. – 30.05.), 22 (31.05. – 06.06.) und 23 (07.06. – 13.06.). Den genauen Erscheinungstag behält sich in diesem Fall der Verlag vor.

Bereits Ende dieser Woche beginnen die regionalen Workshops der Kampagnenbeauftragten. Auch dort wird über den Media-Einsatz informiert und vor allem auf der Umsetzungsebene über die Kampagnenfortsetzung beraten. Wir freuen uns auf Impulse aus den Regionen für die Weiterentwicklung der Dachkampagne. Und Scholz & Friends steht zusammen mit unserem Kampagnenbüro zur Verfügung für Fragen, wie die Imagekampagne zielgerichtet und effizient in den Regionen genutzt werden kann. Über die Ergebnisse werden wir berichten.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Otto Kentzler
Präsident

gez. Holger Schwannecke
Generalsekretär