

PRESSEMITTEILUNG

Neue Maßnahme, tiefe Einblicke: CarlNann macht das erfüllende Gefühl in Handwerker-Berufen sichtbar



- **Talkformat setzt Imagekampagne fort: CarlNann und Deutscher Handwerkskammertag starten Content-Highlight zum „Tag des Handwerks“**
- **Ungefilterte Insights: Meister, Gesellen und Auszubildender gewähren persönliche Einblicke in ihren Arbeitsalltag**
- **„Handwerk tut gut“: Handwerkerinnen und Handwerker bewerten ihr Wohlbefinden positiver als der Durchschnitt der Bevölkerung**

Hamburg, 17.09.2025 – Während Außenstehende die Arbeit im Handwerk oft anders wahrnehmen, empfinden diejenigen, die sie ausüben als große Bereicherung. Genau diese positive Innensicht rückt die Hamburger Werbeagentur CarlNann im Rahmen der aktuell laufenden Imagekampagne des Deutschen Handwerkskammertags in den Fokus. Dazu startet zum „Tag des Handwerks“ am 20. September ein

Talkformat, das die Vorzüge und die positiven Aspekte der Berufe hervorhebt und sich bewusst von kurzlebigen Werbebotschaften abhebt. Zu sehen ist der Clip [hier](#) und ab dem 17. September, 16 Uhr, auf YouTube.

Viele Menschen verbinden Handwerksberufe noch immer mit harter körperlicher Arbeit, doch aktuelle Zahlen sprechen eine andere Sprache. Laut einer repräsentativen Studie der IKK classic und der Deutschen Sporthochschule Köln bewerten 84,9 Prozent der Handwerkerinnen und Handwerker ihre Gesundheit als gut bis sehr gut – im Vergleich zu nur 69,9 Prozent in der Gesamtbevölkerung. Genau hier setzt die Kampagne an – sie räumt mit Klischees auf und zeigt, wie sehr handwerkliche Arbeit Körper und Seele stärkt.

Talkformat mit Tiefe

Im Mittelpunkt steht ein rund 25-minütiges Talkformat, das von Journalistin Tessniem Kadiri moderiert wird. Sie spricht mit vier Handwerkerinnen und Handwerkern über die Frage, wie ihre Arbeit zum Wohlbefinden beiträgt. Das Gespräch ist bewusst offen gehalten – keine Skripte, keine Vorgaben. So entsteht eine authentische Diskussion, die Persönlichkeiten sichtbar macht und Raum für echte Tiefe lässt. Mit dabei sind Bäckermeister und Content Creator Ricardo Fischer („Brotprofi“), Profibasketballer und Tischler-Azubi Adam Touray, Steinbildhauerin Theresa Armbruster sowie Katharina Klemm, die bereits zu Beginn des Jahres in der „Das Handwerk“-Kampagnen präsent war.

Crossmedial inszeniert: Talk, Filme, Out-of-Home

Das Talkformat wird ergänzt durch „Feierabendfilme“, kurze Porträts, die zeigen, mit welchem Gefühl Handwerkerinnen und Handwerker in den Feierabend gehen. Dazu kommen Kurzformate für YouTube, Instagram und TikTok sowie eine bundesweite Out-of-Home-Kampagne auf Plakaten, Digitalflächen, in Print und Online. Produziert wurde die Kampagne von der Hamburger Agentur für Markenführung CarlNann in Zusammenarbeit mit We Are Era und Capt’n Capture. Die Mediaplanung übernimmt das Agenturnetzwerk Dentsu.

Thema „Gesundheit“ als strategischer Hebel

„Handwerk tut gut“ ist Teil der seit Anfang 2025 laufenden Imagekampagne „Wir können alles, was kommt“. Mit dem Fokus auf Wohlbefinden reagiert die aktuelle Phase auf ein weit verbreitetes Klischee und zeigt anhand aktueller Daten,

dass Handwerksberufe attraktive und gesunde Arbeitsbedingungen bieten. Damit positioniert sich das Handwerk nicht nur als wirtschaftlich und technologisch zukunftsfähig, sondern auch als Branche, die Sinn, Selbstwirksamkeit und Wohlbefinden schafft.

Stimmen aus der Kreation

Bernhard Labitzke, Head of Creatives bei CarlNann:

„Gesundheit, Sinn und Selbstwirksamkeit sind nicht nur zentrale Werte für eine junge Generation, sondern auch Teil der Haltung, mit der viele Handwerkerinnen und Handwerker jeden Tag arbeiten. Unsere Kampagne positioniert das Handwerk dort, wo es hingehört: mitten im gesellschaftlichen Fortschritt.“

Benjamin Ledig, Senior Art Director bei CarlNann:

„Dieses Projekt ist für uns eine Herzenssache. Weil wir zeigen können, was für großartige Menschen im Handwerk arbeiten – und dass sie ihre Arbeit wirklich glücklich macht. Dass daraus so ehrliche und zugleich unterhaltsame Gespräche entstanden sind, macht uns stolz.“

Hintergrund

Der „Tag des Handwerks“ wurde 2011 ins Leben gerufen, um einmal im Jahr die Bedeutung der Branche mit rund einer Million Betrieben und mehr als 130 Ausbildungsberufen sichtbar zu machen. An diesem bundesweiten Aktionstag wird die Leistung von 5,6 Millionen Menschen im Handwerk gewürdigt.

Material:

<https://cloud.carlnann.com/s/BWJAHGqGFnCiyCt>

Youtubelink:

<https://www.youtube.com/embed/x5tZN0phBow?si=1m2kLceuUO1SaKfn%22>

Bitte beachten Sie die geltende Sperrfrist: 17. September, 16 Uhr

Über CarlNann

Die Hamburger Agentur für Markenführung geht aus der Network-Agentur FCB Deutschland hervor – im Juni 2018 übernahmen die beiden Geschäftsführer Christoph Nann und

Michael Carl 100% der Anteile. Heute entstehen in der Hamburger Hafencity interdisziplinäre, internationale und nationale Kampagnen für Marken wie DAS HANDWERK, Südtirol, Rügenwalder Mühle, Hochland u.a.. Weitere Informationen unter: www.carlnann.com, [LinkedIn](#) und [Instagram](#).

Kontakt:

CarlNann GmbH – Julia Cornils

T: 040 – 2881 – 1277

Mail: julia.cornils@carlnann.com

CarlNann GmbH, Am Sandtorkai 50, 20457 Hamburg, Germany.

Amtsgericht Hamburg HRB 8379. Geschäftsführer: Michael Carl, Christoph Nann.