Azubi-Videowettbewerb startet: Newcomer meets Meister ? Ein Dreamteam im Handwerk

Ein Dreamteam im Handwerk

Daher startet das Internetportal handwerk.com gemeinsam mit der SIGNAL IDUNA GRUPPE und der IKK am 1. November 2010 einen Videowettbewerb mit dem Titel: ?Newcomer meets Meister: Ein Dreamteam im Handwerk?. Mitmachen können bundesweit alle Betriebe, die in der Handwerksrolle eingetragen sind. Ausbilder und Azubis sollen in einem kurzen, originellen Video (max. zwei Minuten, Handyqualität reicht) zeigen, warum ihre Branche und ihr Betrieb spitze sind.

?Wir haben dieses Format gewählt, weil bewegte Bilder besonders bei Jugendlichen im Trend liegen?, sagt Chefredakteurin Irmke Frömling. Diese Aktion soll die Attraktivität der handwerklichen Ausbildung medienaffin in den Fokus rücken.

Auf der Seite www.ausbildung.handwerk.com können die Teilnehmer des Wettbewerbs die Videos hochladen. Dafür geben sie Daten zu den Personen und zum Betrieb an.

Sind die Kurzfilme einmal auf der Internetseite, können alle User sie bewerten. Wer die meisten Klicks erzielt hat, landet Ende Februar 2011 auf einer Short List der besten 15 Kurzfilme. Eine hochkarätige Jury wird aus dieser Liste die Sieger bestimmen. Bekannt gegeben werden sie im März auf der Internationalen Handwerksmesse (IHM) in München.

Und das können Ausbilder und Azubis gewinnen:
Platz 1-5: Der Ausbildungsbetrieb bekommt einen professionellen Imagefilm für seine Website. Den Azubis winkt ein Flip UltraHD Pocket-Camcorder samt Stativ für die nächsten Filmaufnahmen.
Platz 6-15: Ausbilder und Azubis sind zu Gast im Signal-Iduna-Park in Dortmund. Dort schauen sie sich im kommenden Sommer gemeinsam in der VIP-Loge ein Bundesligaspiel an.

Zum Videowettbewerb

Pressekontakt

Firmenkontakt

Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Frau Martina Jahn
Hans-Böckler-Alle 7
30173 Hannover

handwerk.com
redaktion@handwerk.com

Auf handwerk.com erleben Handwerker, was ihre Kollegen bewegt. Die Berichte der handwerk.com-Redaktion basieren auf den Erfahrungen und Themenvorschlägen der Betriebsinhaber.

Engagierte Redakteure greifen Leserbriefe und Kommentare in ihren Recherchen auf. Unter dem Leitbild ?Wir nehmen Handwerk persönlich? stehen die Journalisten täglich im engen Austausch mit den Usern und berichten nutzwertig, verständlich und seriös. ?Wir kümmern uns um die Sorgen und Probleme der Unternehmer ? und wir zeigen praxistaugliche Lösungen auf?, sagt Chefredakteurin Irmke Frömling.

Die Dialogplattform handwerk.com wendet sich an Unternehmer und Entscheider im Handwerk. Vom Elektriker über den Metallbauer bis zum Tischler, vom Bootsbauer über den Bäcker bis zum Bauunternehmer ? die Zielgruppe von handwerk.com ist vielschichtig. Dennoch haben die Unternehmer der knapp 100 Handwerke und über 50 handwerksähnlichen Gewerbe viele Gemeinsamkeiten: Sie ärgern sich über schlechte Zahlungsmoral und Preisdumping, sie kämpfen mit Finanzierungsproblemen und bürokratischen Hürden, sie suchen Personal und Marktnischen, sie feilen an ihrer Akquisestrategie und ihrer Betriebsstruktur. Das sind die Themen von handwerk.com.

Anlage: Bild

HANDWERK.COM