



So wirbt das Handwerk für sich - im Rahmen einer 50 Millionen Euro teuren Imagekampagne. Kaum ein Betrieb bestellt derlei Plakate. Foto: ZDH

Fehlstart einer Funktionärsrakete

Der Handwerksverband ZDH wollte mit einem Aktionstag für die „Wirtschaftsmacht von nebenan“ werben. Nur wenige bekamen es mit.

Von Michael Rothe
ROTHE.MICHAEL@DD-V.DE

Klappern gehört zum Geschäft“, heißt es. Und das deutsche Handwerk wollte es richtig schepern lassen am vorigen Wochenende – zumindest die Funktionäre vom Zentralverband ZDH in Berlin. Dazu hatte jene Dachorganisation der Kammern und Fachverbände den ersten „Tag des Handwerks“ ausgerufen, vor allem um die Jugend für die Branche zu begeistern.

Begeisterung gab's zuerst bei ZDH-Präsident Otto Kentzler selbst. „Die Ideen zum Tag waren so vielfältig wie das Handwerk selbst“, sagt er. Von „über 500 Aktionen und Events“ ist die Rede. Sachsen scheint da unterrepräsentiert. Die Dresdner Kammer, wie die Chemnitzer eine der größten bundesweit, hatte ihre Aktivitäten „auf Kamenz konzentriert“. Dort fand zeitgleich der „Tag der Sachsen“ statt. „Zum Glück“, sagt ein Kammermitarbeiter zur SZ. „Ohne das Zugpferd hätte es trübe ausgesehen“ – wie vielerorts in der Republik. Trotz eines 23-seitigen Leitfadens des ZDH, wie sich mit wenig Aufwand werben ließe. Via Internet-shop angebotene Aufkleber, Plakate und „Winkelemente“ blieben weitgehend unbeachtet. Und der Aufruf „Der Tag des Handwerks ... lebt von Ihrem Engagement“ verhalte an der Basis ungehört.

Für die Kritiker des staatlich verordneten Kammerzwangs ist das Wasser auf die Mühlen. Laut Kai Boeddinghaus, Chef des Bundesver-

bands für freie Kammern, waren beispielsweise in Hamburg nur gut zwei Prozent der Handwerksbetriebe dabei. „Groß ist eher das Tamtam der Kammerorganisation und der Politik“, sagt er.

Dabei gibt es genug Themen, mit denen die selbst ernannte „Wirtschaftsmacht von nebenan“ die Öffentlichkeit suchen könnte. Sei es der Streit um die energetische Gebäudesanierung, wofür der Gesetzentwurf unlängst im Bundesrat gescheitert war. Oder der Meisterbrief

„Am Ende bleibt diese Aktion das, was schon die ganze Kampagne kennzeichnet: eine höchst teure Selbstbeschäftigung der Kammerfunktionäre.“

Kai Boeddinghaus, Geschäftsführer des Bundesverbands für freie Kammern

als Qualitäts- und Ausbildungssiegel – wie gerade vom Bundesverwaltungsgericht bestätigt. Oder die Konjunktur, die besser ist denn je – auch in Sachsen. Oder der Fachkräftemangel – längst nicht mehr nur drohend, sondern real. Allein im sächsischen Handwerk gibt es zu Beginn des neuen Ausbildungsjahres noch 900 freie Lehrstellen – laut Sächsischem Handwerkstag in allen 80 Ausbildungsberufen. Unbestritten: Das Handwerk ist eine Macht. Mit 550 Milliarden Euro Jahresumsatz tragen die Betriebe maßgeblich zur deutschen Wirtschaftsleistung bei. Der Bereich mit fünf Millionen Beschäftigten in 990 000 Betrieben „hält Deutschland am Laufen“, sagt Bundeswirtschaftsminister Philipp Rösler (FDP).

In Sachsen gibt es mehr als 59 100 Handwerksbetriebe, so viele wie nirgends sonst in Ostdeutschland: Ideenschmiedern, Ausbilder, Jobbeschaffer – und mit gut 14 Betrieben auf 1 000 Einwohner deut-

lich mehr als im deutschen Mittel.

Mit Zahlen zum Aktionstag hält sich die Dresdner Kammer zurück. Die Beteiligung sei schwer einzuschätzen. Der Möglichkeiten habe es viele gegeben: vom Tag der offenen Tür bis zur Beteiligung an Dorf-, Stadt- oder Vereinsfesten. Präsident Claus Dittrich resümiert: „Im Ganzen gesehen, waren der Aufwand und die 7 000 Euro Kosten für Bühne, Sicherheitsdienst und Zeltvermietung sehr gering im Vergleich zum Nutzen.“

Auch für die Zentrale in Berlin steht fest: Die Aktion war ein Erfolg. Allerdings räumt eine Sprecherin gegenüber der SZ ein, dass es aus den Regionen noch gar keine Zahlen und Analysen gibt. Die angegebenen 500 Aktionen bundesweit seien nur „eine gewisse geschätzte Zahl“. Auch die 100 000 Passanten, die an drei Tagen eine Ausstellung am Berliner Alex gesehen hätten, seien „hochgerechnet“. Der Tag des Handwerks ist Teil der

2010 gestarteten Imagekampagne des Handwerks. So will das Handwerk seinen Ruf verbessern. Die 53 Kammern zahlen dafür zusammen fünf Jahre lang jeweils zehn Millionen Euro.

Der Fehlstart zeigt das Dilemma des Handwerks: Überalterte und selbstherrliche Kammerfunktionäre leben oft hinterm Mond und sind als Interessenvertreter Lichtjahre von der Basis entfernt. Die hat kaum Vertrauen, ist aber selbst immer weniger bereit, Verantwortung in Ehrenämtern zu übernehmen oder sich freiwillig in Innungen zu organisieren. Pleiten der Internet-Beschaffungsportale „handwerk.de“ und des Nachfolgers „DVBN.de“ mit einem Millionen-Schuldenberg tun ein Übriges. Dafür pflegen Kritiker Vorurteile wie das von unnützer aber teurer öffentlich-rechtlicher Selbstverwaltung durch Kammern. Gut gemeinte Aktionen wie der „Tag des Handwerks“ haben da wenig Chancen.



Am Festumzug zum „Tag der Sachsen“ in Kamenz beteiligten sich sieben Handwerksinnungen aus dem Kammerbezirk Dresden. Zur Handwerkerstraße kamen laut Kammer 90 000 Besucher, „viele eher zufällig“. Foto: René Plaul