

### Aktion DACH-Beiratssitzung: VR-Brillen und Tattoos

Köln, 5. November 2021

Zweimal im Jahr trifft sich der Beirat der Aktion DACH, um sich über aktuelle Projekte und Aktionen auszutauschen. So auch gestern, wo nach einem Jahr Pause wieder in Präsenz im Kölner Verbandshaus getagt wurde. Entstanden ist dieser einmalige Zusammenschluss von Marktführern aus der Bedachungsbranche bereits vor 30 Jahren: Letztes Jahr war Jubiläum der 1990 gegründeten Gemeinschaftswerbeaktion. In dieser Zeit hat sich die Aktion DACH vor allem für Nachwuchssicherung, Imagepflege und Auftragswerbung eingesetzt – mit einem beeindruckenden Portfolio: Neben zahlreichen Werbefoldern, die im Kundengespräch eingesetzt werden können und einer umfangreichen Bilder- und Videodatenbank sind auch die Materialien der Nachwuchswerbung eine wertvolle Hilfe für Innungsbetriebe: Ob eine Online-Nachwuchsbörse [www.dachdeckerdeinberuf.de](http://www.dachdeckerdeinberuf.de), das Pixibuch über den Dachdeckerfreund, ein Ausmal- und Vorlesebuch oder Printmaterialien für Messe- und Schulbesuche: Hier finden Innungsbetriebe für jeden Anlass Unterstützung. Alle Infos dazu: [www.aktiondach.de](http://www.aktiondach.de)

#### Print- und Online-Kampagnen

Guido Vandervelt, D+W-Geschäftsführer, berichtete aus der laufenden Arbeit und stellte neben einer neuen Plattform [www.weltderdachdecker.de](http://www.weltderdachdecker.de) den Claim der Imagekampagne des Handwerks vor: Dachdecker als Klimaschützer. Dieses Motto wurde auch in zahlreichen Presseveröffentlichungen aufgegriffen. Denn neben zahlreichen Kampagnen auf Instagram, Youtube und Facebook wird auch der Printbereich mit großem Erfolg bespielt. Insgesamt wurden fünf Beiträge rund ums Dachdeckerhandwerk in der Regionalpresse bundesweit 938 Mal abgedruckt und erzielten damit im Zeitraum von Dezember 2019 bis Oktober 2021 eine Gesamtauflage von rund 30 Millionen.

#### VR-Brillen und Tattoos

Besondere Highlights der Sitzung waren zweifelsfrei die VR-Brillen und eine Airbrush-Tattoo-Station. Die Brillen sind mit verschiedenen Filmen aus dem Dachdeckeralltag bestückt und sind für den Einsatz zum Beispiel bei Ausbildungsmessen, in Schulen oder bei Nachwuchskampagnen der Berufsorganisationen gedacht. So kann jungen Menschen mit einem virtuellen Erlebnis in luftiger Dachhöhe ein realistisches Bild des Dachdeckerberufs vermittelt werden. Die Tattoo-Station war bereits auf Messen ein echter Hingucker, daher wurde gestern in der Beiratssitzung der Aktion DACH auch beschlossen, beide Projekte mit ins Portfolio aufzunehmen. Vor allem, nachdem die Teilnehmer die Brillen ausgiebig getestet hatten und sogar einem Tattoo nicht abgeneigt waren.



André Büschkes, ZVDH-Vizepräsident und Beirats-Vorsitzender der Aktion DACH mit Tattoo.

#### Steigende Azubizahlen

Erfreulicherweise konnte auch über steigende Azubizahlen im Dachdeckerhandwerk berichtet werden und das seit vier Jahren in Folge. Gegen den Trend haben sich selbst im Coronajahr mehr junge Menschen entschlossen, das Dachdeckerhandwerk zu erlernen als im Jahr zuvor und auch die für 2021 bisher gemeldeten Zahlen geben Anlass zur Hoffnung, dass sich dieser Trend fortsetzen wird. Und dies nicht auch zuletzt dank der Aktionen in der gesamten Berufsorganisation.