

# Norddeutsches Handwerk.

Handwerkskammer Hannover

Einstieg in die private Krankenvollversicherung. Jetzt besonders günstig!

www.signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA  
Versicherungen und Finanzen

114. Jahrgang, Nr. 19 • 1. Oktober 2009 • www.hwk-hannover.de • Einzelpreis 1,50 €



## Woher weißt Du das?

Aus dem handwerk.com-Newsletter. Der kommt kostenlos.

Bestellen Sie ihn unter [www.handwerk.com](http://www.handwerk.com).



## UMFRAGE Absicherung

# Sorgen Sie privat fürs Alter vor?

Jeder vierte Unternehmer legt Geld für später zurück.

Auf die handwerk.com-Umfrage „Sorgen Sie privat vor?“ antworten drei von vier Befragten mit einem eindeutigen Ja: „Ganz klar, sonst sieht es später mal mau aus.“ In 18 Prozent der Betriebe ist die Lage bitter: Für die Altersvorsorge des Chefs ist nichts übrig. Und sieben Prozent der Befragten vertrauen immer noch dem Rentensystem: „Gar nicht, ich baue auf die gesetzliche Rentenkasse.“

„Nie und nimmer reichen die Ansprüche aus der gesetzlichen Versi-

cherung aus“, warnt Alexander Ficht. Auch eine auf nachbarschaftlichen Rat abgeschlossene Rentenversicherung sei keine systematische Altersvorsorge, sagt der gerichtlich geprüfte Rentenberater. „Viele Handwerker machen sich erst ab Mitte 50 Gedanken über ihre Alterssicherung. Einige Unternehmer arbeiten notgedrungen im Rentenalter weiter, obwohl gesundheitliche Gründe dagegen sprechen.“

Doch wie sorgen Handwerksunternehmer ideal für ihr Alter vor? „Das

ist individuell verschieden“, sagt der Experte. Er rät zu einer Altersvorsorgeberatung durch einen unabhängigen Experten. Infrage kämen der Deutsche Verband vermögensberatender Steuerberater, in dem er selbst aktiv ist, gerichtlich anerkannte Rentenberater oder ohne Provision arbeitende Honorarberater. (bw)

Weitere Umfragen und aktuelle Nachrichten finden Sie im Internet unter der Adresse [www.handwerk.com](http://www.handwerk.com).

## Auftakt in 2010

# Image aufpolieren

Handwerkskammern starten eine große Kampagne.

Handwerk ist Hightech – und keiner merkt es: Eine umfassende Imagekampagne soll das ab 2010 ändern. Einen guten Ruf hat das Handwerk – aber zu wenige Deutsche wissen, dass die Handwerksberufe längst in der Zukunft angekommen sind.

Eine repräsentative Forsa-Umfrage hat im Jahr 2008 ergeben, dass viele Deutsche die Bedeutung und Attraktivität des Handwerks unterschätzen. Insbesondere die jungen Befragten beurteilten dabei den Wirtschaftszweig kritischer als ältere Bürger.

Der Deutsche Handwerkskammertag (DHKT) reagierte auf das Forsa-Ergebnis und initiierte eine groß angelegte Imagekampagne. Sie soll das Handwerk als bedeutenden Wirtschaftsfaktor zeigen – modern, innovativ, facettenreich.

Ab Januar ist es nach Aussage der Macher so weit: Im Internet, auf Plakaten und Veranstaltungen sowie in

Tageszeitungen und einem Kino- und Fernsehspot werden Vielfalt und Bedeutung der handwerklichen Berufe für das Alltagsleben dargestellt.

Entwickelt wurde die Imagekampagne, die über mehrere Jahre laufen soll, von der renommierten Berliner Kommunikationsagentur Scholz & Friends. Ziel der Kampagne ist es, das nicht mehr zeitgemäße Bild vom Handwerk an die Realität des modernen Wirtschaftszweigs anzupassen. Vor allem aber soll sie Jugendlichen für die Individualität der Produkte und Dienstleistungen begeistern.

Um das zu erreichen, leistet die Kampagne auch Aufklärungsarbeit – und informiert darüber, wie viel Hightech im Handwerk und wie viel Handwerk in Hightechprodukten steckt.

Wie die Kampagne startet, lesen Sie auf Seite 6. (frö)

75%

Ganz klar, sonst sieht es später mal mau aus

18%

Ganz bitter, für die Vorsorge ist nichts übrig

7%

Gar nicht, ich baue auf die gesetzliche Rentenkasse

Hier könnte Ihr Name stehen.

Abonnieren Sie das „Norddeutsche Handwerk“.

Sie erreichen uns unter  
Telefon: (05 11) 85 50-24 22  
Telefax: (05 11) 85 50-24 05

E-Mail:  
[vertrieb@schluetersche.de](mailto:vertrieb@schluetersche.de)

Internet:  
[www.norddeutsches-handwerk.de](http://www.norddeutsches-handwerk.de)