

Ganzheitliches Konzept Kommunikation

Architektenkammer Sachsen

Inhaltsverzeichnis

1 Kommunikationsziele	2
2 Zielgruppen	2
3 Kommunikationsthemen	3
3.1 Darstellung der AKS	3
3.1.1 Ziele	3
3.1.2 Zielgruppen	3
3.1.3 Handlungen	3
3.2 Berufsstand und Baukultur	4
3.2.1 Ziele	4
3.2.2 Zielgruppen	4
3.2.3 Handlungen	4
4 Phasen	4
4.1 Erste Phase (kurzfristig)	5
4.2 Zweite Phase (mittelfristig)	5
4.3 Dritte Phase (langfristig)	6
5 Sonstige Notizen	6

1 Kommunikationsziele

1. Positives Image der Architektenkammer Sachsen (AKS) schaffen und verbessern

- Bei Mitgliedern und Nichtmitgliedern
- Gegenüber der Öffentlichkeit

2. Mitgliedergewinnung

- Von Studenten und Absolventen
- Von Arbeitnehmern

3. Bewusstsein für Berufsstand Architekt ausbauen und verbessern

- Beim Nachwuchs (z. B. Architektur macht Schule)
- Bei Bürgern und Bauherren

4. Bewusstsein für Baukultur ausbauen und verbessern

- Bei allen Zielgruppen

2 Zielgruppen

Mitglieder

Nichtmitglieder

- Arbeitnehmer
- Studenten und Absolventen

Öffentlichkeit

- Private, institutionelle und öffentliche Bauherren
- Bürger
- Schüler

Studenten haben einen anderen Informationsbedarf und müssen daher als Nichtmitglieder in Marketingmaßnahmen separat angesprochen werden. Zielgruppen können ggf. auch anders gruppiert werden, z. B. in fachkundig und fachfremd. Mitglieder könnten im späteren Verlauf, wenn relevant, in passive und aktive Mitglieder unterteilt werden. Passive Mitglieder sind Mitglieder, die die nötigsten Berührungspunkte mit der AKS haben (in Form von Weiterbildungen) und darüber hinaus nicht weiter mit der Kammer interagieren (z. B. bei Kammerabenden oder Ehrenämtern). Bürger und Bauherren können eine Zielgruppe „fachfremd“ bilden und haben hier ebenfalls einen anderen Informationsbedarf als andere Zielgruppen.

3 Kommunikationsthemen

Die Fortschreibung des Medienkonzeptes wird in zwei Themen gegliedert: Die Außendarstellung der AKS und ein Bewusstsein für den Berufsstand des Architekten bzw. für die sächsische Baukultur schaffen. Die Außendarstellung der AKS richtet sich vermehrt an die fachkundige Zielgruppe (Architekten, Studenten, Absolventen). Ziel ist es hier ein positives Image der AKS zu schaffen bzw. dieses zu verbessern und so neue Mitglieder zu gewinnen. Das Schaffen eines öffentlichen Bewusstseins für den Beruf Architekt und Architektur / Baukultur wird an alle Zielgruppen adressiert, soll aber besonders an Bauherren adressiert werden, aber auch für Bürger interessant aufbereitet werden.

Zunächst ist es das Ziel eine Grundlage zu schaffen. Das wird in der 1. und 2. Phase beschrieben. Wenn die Grundlage steht, können je nach weiterem Bedarf themenspezifische Kampagnen konzipiert und durchgeführt werden.

3.1 Darstellung der AKS

3.1.1 Ziele

- Positives Image der AKS schaffen und erhöhen
- Mitgliedergewinnung

3.1.2 Zielgruppen

- Mitglieder
- Nichtmitglieder – Studenten und Absolventen
- Nichtmitglieder – Arbeitnehmer

3.1.3 Handlungen

- Imagebroschüre (alle Zielgruppen)
- Kleine Infobroschüre „Wozu AKS“ als schnelle Handreichung, Vorteile einer Mitgliedschaft (Nichtmitglieder)
- Vorstellungsbroschüre mit Tipps (Studenten und Absolventen)
- Jahresbericht (Mitglieder und Interessierte)
- Imagefilm
- Entwicklung von themenspezifischen Kampagnen mit Videos
- Website Relaunch

Die Informationsprodukte für Studenten und Absolventen sollte ggf. dann erfolgen, wenn genaue Details zur Jungmitgliedschaft feststehen. Alternativ kann bereits ein Teaser für die Jungmitgliedschaft bei Studienorten verbreitet werden.

3.2 Berufsstand und Baukultur

3.2.1 Ziele

- Bewusstsein für Berufsstand Architekt und sächsische Baukultur schaffen

3.2.2 Zielgruppen

- Bürger und Bauherren
- Schüler („Architektur macht Schule“)

3.2.3 Handlungen

- Spannender Flyer für Schüler (z. B. als Unterstützung zu „Architektur macht Schule“)
- Themenbezogene Ratgeber für Bauherren
- Erstellte Inhalte in sozialen Medien verteilen
- Architekturguide Sachsen
- Imagefilm
- Entwicklung von themenspezifischen Kampagnen mit Videos

4 Phasen

Die Fortschreibung des Medienkonzeptes wird in 3 Phasen aufgeteilt. In der ersten Phase werden einige Printmaterialien erstellt, die als Grundlage für weitere Maßnahmen dienen. Der Fokus liegt zunächst auf dem Thema Außendarstellung der AKS. In der zweiten Phase werden weitere Medien erstellt (u. a. ein Imagefilm). Hier geht es auch um die vermehrte Einbindung der sozialen Medien als Vertriebsmittel. In der dritten Phase werden alle vorhandenen Medien, die nun als Grundlage dienen thematisch vertieft. Hier können nun themenspezifische Kampagnen entstehen.

Nach dem Abschluss jeder Phase sollte quartalsweise der Erfolg der Maßnahmen kontrolliert werden. In der ersten Phase wird das nur vereinzelt und qualitativ möglich sein. Die anderen Phasen bieten dann die Möglichkeit einer quantitativen Kontrolle.

4.1 Erste Phase (kurzfristig)

Erstellung von informativen Printmaterialien als Grundlage.

Als Kernstück des Themas „Außendarstellung AKS“ soll eine umfangreichere Imagebroschüre entstehen (ca. 15 bis 20 Seiten)

- Themen, wie „Wer wir sind“, „Was wir machen“, „Vorteile der Mitgliedschaft“, „Aktiv werden und mitgestalten“
- U. a. in Büros und auf Messen, Veranstaltungen auslegen
- An alle Mitglieder versenden

Neben dieser Imagebroschüre soll eine kürzere, kleinformatige Broschüre entstehen, die als schnelle Handreichung dienen kann

Grafisch aufgearbeiteter Jahresbericht für Mitglieder

- Was wurde gemacht? Was hat die AKS bewirkt?
- Wohin geht mein Beitrag?
- Benutzen, um auf neue Services/Projekte hinzuweisen

Broschüre für Nichtmitglieder

- Flugblattartiges Printmaterial zur schnellen Handreichung
- Thematisch im Stil von „10 Gründe für eine Mitgliedschaft“

4.2 Zweite Phase (mittelfristig)

Erstellung weiterer Medien und aktive Verbreitung der bereits erstellten Medien und Inhalte in digitalen Kanälen.

Imagefilm

- Ein besonderes Video zur generellen Verwendung; umreißt grob alle Themen, denen sich die AKS widmet, z. B. in Form von Interviews (Gesichter zeigen)
- Mögliche Filmtypen: Teaser, Trailer, Erklärfilme, Portraitfilme, Objektfilme, Werbefilme und Präsentationsfilme

Printmaterial für Studenten und Absolventen (Vorstellungsbroschüre)

- Themen wie: „Berufseinstieg mit Plan“, Mitgliedschaft AKS, Titelvergabe, Fortbildungen, Nachweise, Mitgestaltung bei der Kammer, Vorteile der Jungmitgliedschaft
- ggf. bereits kurzfristig

Erste themenbezogene Ratgeber für Bauherren

- Mehr als „Bauherrenbanner“ und „Vom Traum zum Haus“ (ersetzen von AKNS) auf Website
- Themen wie: „Richtig bauen mit Architekt“, „Energieeffizient bauen“, „Bauen ohne Risiko“, „Was Bauherren wissen müssen“

Spannender Flyer für Schüler

- Für Schüler als Unterstützung des Programms „Architektur macht Schule“
- Themen wie: der Beruf, das Studium, Praktika und Vorpraxis, Hochschulen (TUD/HTWK Leipzig)

4.3 Dritte Phase (langfristig)

Vertiefender Ausbau der vorhandenen Medien und Entwicklung von themenspezifischen Kampagnen.

Zielgruppenspezifische Videos, passend zum Imagevideo

Weitere Entwicklung von themenbezogener Ratgeber für Bauherren (siehe 2. Phase)

Entwicklung von themenspezifischen Kampagnen (z. B. „Hinschauen“)

- Plakate, Poster, Flyer für themenspezifische Kampagnen
- Beispielsweise Video mit dem Titel „Die Rolle des Architekten in unserer Gesellschaft“ für eine Kampagne, die das Bewusstsein für den Berufsstand des Architekten erhöhen soll

Architekturguide Sachsen

- Ausgewählte Projekte relevant für Baukultur vorstellen
- Veranstaltungen präsentieren

5 Sonstige Notizen

- Vermehrtes Posting in sozialen Medien und Verlinkung von Personen
- Regelmäßige Umfragen bei Mitgliedern durchführen
- Analytics der Website und Newsletter kontrollieren
- Weitere soziale Netzwerke neben Facebook (besonders Instagram)
- Alle Veranstaltungen auf Facebook und Co. veröffentlichen
- Mehr Personen und Studios verlinken (auf Facebook, auf Website)
- „#“ finden und benutzen (#aksachsen #baukultur #frauarchitektin)
- Kooperationen mit Hochschulen (Vorträge, Exkursionen, etc.)
- Schnell auf schlechte Bewertungen reagieren (Google Bewertung)
- Mitglieder anregen auf Google Bewertungen zu hinterlassen, um Negativen entgegenzuwirken
- Weiterentwicklung der Website