

neu im club

Die Kommunikationsstrategie
des BDA für neue Mitglieder

Bund Deutscher Architekten

BDA

neu im club

Die Kommunikationsstrategie des BDA für neue Mitglieder

Jedes Jahr werden etwa 120 Architekten in den BDA berufen, der inzwischen etwa 5.000 ordentliche und außerordentliche Mitglieder zählt. Wer aber sind „die Neuen“, und welche Bauten und Entwürfe haben sie vorzuweisen?

Um das innen- wie außenwirksam zu klären, hat der BDA eine breite, einjährige Kommunikationsstrategie angelegt. Sie ist als Unterstützung für die Neuberufenen gedacht und bedient sich des – durch die Zeitschrift *der architekt* und das DAZ – eingeführten Namens *neu im club*. Ziel des Formats ist es, durch verschiedene Instrumente, die der Rubrik im Heft und den Talk-Abenden im DAZ zur Seite gestellt werden, ein Mehr an Aufmerksamkeit für die neuen „Clubmitglieder“ zu erzeugen.

Den Auftakt bildet ein Pecha-Kucha-Abend vor dem jährlichen BDA-Tag. Alle Neuberufenen eines Jahrgangs haben die Möglichkeit, sich und ihre Arbeit im Pecha-Kucha-Format zu präsentieren. Jeder Teilnehmer darf sich dabei in genau zwanzig Folien darstellen, die jeweils zwanzig Sekunden projiziert werden. Eine Überziehung des Vortrags ist somit nicht möglich. Mit der Terminierung am Vorabend ist die Veranstaltung integraler Bestandteil der BDA-Tage. Zum Pecha-Kucha-Abend werden zudem gezielt auch Medien-Vertreter angesprochen, um den Kontakt zu den jungen interessanten Mitgliedern des BDA herzustellen. Zeitgleich wird im Rahmen der neugestalteten BDA-Website eine virtuelle Ausstellung gezeigt, die direkt auf die Internetseiten der

Büros verlinkt. Hier sind alle „Neuen“ aufgefordert, ihr Büro und bis zu drei Projekte in Bildern und kurzen Texten zu präsentieren. Aus den Teilnehmern werden kontinuierlich Büros auf den Social-Media-Seiten des BDA unter dem *Hashtag #nic* vorgestellt, eine dauerhafte Frequentierung der Seite ist das Ziel.

Aus den Teilnehmern der Pecha-Kucha-Abende wählt die Redaktion jene Büros aus, die in der Rubrik *neu im club* in *der architekt* vorgestellt werden. In der Folge haben diese Büros die Möglichkeit, das Entree der Bundesgeschäftsstelle zu bespielen: Eine Wand steht für Bilder, Collagen oder interaktive Gestaltungen zur Verfügung, auf einem Monitor sowie von außen sichtbar an die Fassade des Gebäudes projiziert, wird eine Werkschau des Büros gezeigt. Den Auftakt zu diesen Werkschauprojektionen bildet der Talkabend „*neu im club* im DAZ-Glashaus“, bei dem sich die neu in den BDA berufenen Mitglieder den Fragen eines interessierten Publikums stellen, sowie die Vorstellung der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift.

Als zusätzliches Instrument wird eine Liste aller neuen BDA-Mitglieder angelegt, die proaktiv vom BDA an ausgemachte Multiplikatoren versandt wird. Kontinuierlich werden dabei Galerien und Museen, aber auch Hochschulen, Magazine, Blogs und Websites mit Input versorgt, der sie beim Zusammenstellen ihrer Programme für Beiträge, Vortragsreihen und Ausstellungen unterstützen soll.

neu im club. Pecha-Kucha-Abend

Die Pecha-Kucha-Abende finden jährlich am Vorabend des BDA-Tags statt.

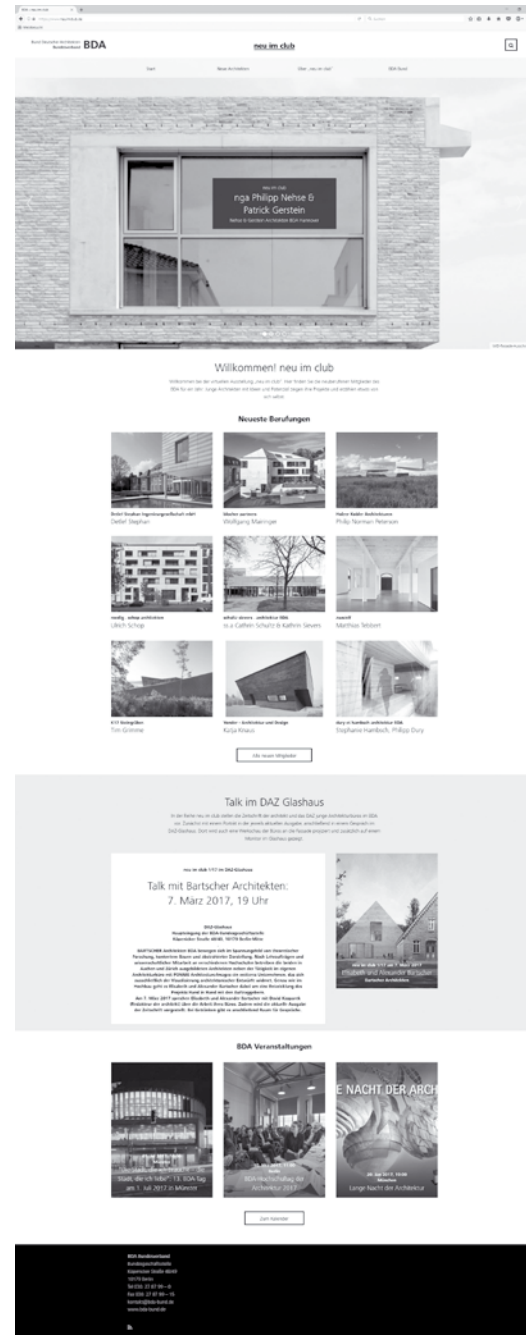
- > Alle Neuberufenen eines Jahrgangs sind aufgefordert, sich und ihre Arbeit im Pecha-Kucha-Format zu präsentieren
- > zwanzig Folien à zwanzig Sekunden
- > integraler Bestandteil des BDA-Tags
- > Medien-Vertreter werden gezielt zum Pecha-Kucha-Abend eingeladen, um den Kontakt zu den jungen interessanten Mitgliedern des BDA herzustellen
- > Get-together mit BDA-Kollegen aus anderen Teilen des Landes
- > Aus den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Pecha-Kucha-Abends wählt die Redaktion der BDA-Zeitschrift die sechs Büros aus, die sie in der gleichnamigen Rubrik in den sechs Heften des jeweiligen Jahres vorstellt



neu im club.de

Mit dem BDA-Tag wird auf der BDA-Website eine virtuelle Ausstellung aufgeschaltet.

- > Büroporträt mit bis zu drei Projekten
- > Direktverlinkung zu den Internetseiten der Büros
- > Kommunikation im Wochenrhythmus über die Social-Media-Kanäle des BDA und den BDA-Newsletter
- > quartalsweise Kommunikation an Multiplikatoren wie Galerien, Museen, Hochschulen, Magazine, Blogs und Websites und andere Medienvertreter



neu im club. Die Rubrik in der architekt

der architekt ist die Zeitschrift des BDA und erscheint sechs Mal im Jahr. In jeder Ausgabe porträtiert die Redaktion ein neu in den BDA berufenes Büro auf jeweils vier Seiten.

- > Büroporträt als Interview oder Reportage
- > Publikation in der print-Ausgabe und auf der website der Zeitschrift derarchitektbda.de
- > Kommunikation über die Social-Media-Kanäle der Zeitschrift
- > *der architekt* erscheint sechs mal pro Jahr mit einer Auflage von etwa 9.000 Exemplaren
- > Alle BDA-Mitglieder erhalten die Zeitschrift, darüber hinaus Abonnenten im In- und Ausland, alle Architekturlehrstühle im deutschsprachigen Raum sowie diverse Entscheidungsträger auf kommunaler Ebene, Journalisten und Professoren



neu im club. Im DAZ-Glashaus

Talkabend „*neu im club* im DAZ-Glashaus“ in Berlin.

- > Eine Wand im Entree der BDA-Bundesgeschäftsstelle steht für Bilder, Collagen oder interaktive Gestaltungen zur Verfügung
- > Werkschauprojektion auf einem Monitor sowie von außen sichtbar an die Fassade des Gebäudes für die Dauer von rund zwei Monaten
- > Moderierter Talk mit Redakteuren der Zeitschrift oder dem künstlerischen Leiter des DAZ
- > Get-together mit der Berliner Szene, Medienvertretern und interessiertem Publikum



neu im club
Die Kommunikationsstrategie des BDA
für neue Mitglieder

Herausgeber

Bund Deutscher Architekten BDA

Bundesgeschäftsstelle
Köpenicker Straße 48/49
10179 Berlin
Tel. 030.27 87 99 0
Fax 030.27 87 99 15
kontakt@bda-bund.de
www.bda-architekten.de

Berlin 2017