



KOMMUNIKATION IM WANDEL

Oder: Was wir
heute über die
Kommunikation von
morgen wissen müssen.

0,2 BIS 0,6
SEKUNDEN

Zeitspanne,
in der wir entscheiden,
ob etwas interessant
für uns ist.

DREI - EINHALB WÖRTE ÜBER MICH

- Ausbildung in Marketing-Kommunikation.
- Journalistik-Studium.
- Fortbildung Social-Media-Management.
- Tätigkeit in Kommunikationsagenturen.
- Seit über 10 Jahren Verbandskommunikation.
- Seit November 2024 beim DAV.

MEINE POSITION IM VERBAND

- Stimme für den Verband.
- Ansprechpartner für Mitglieder.
- Kontakt für Presse und Medien.
- Vertretung in Arbeitsgruppen .
- externe & interne Kommunikation.

“DER DAV SOLL
SICHTBARER UND
NAHBARER WERDEN.”

VERBANDS- KOMMUNIKATION NEXT LEVEL

WIE MÖCHTEN
MODERNE ZIELGRUPPEN
INFORMATIONEN
ERHALTEN?

ON DEMAND UND SELEKTIV

- on demand.
- online.
- unterwegs.
- selektiv.
- personalisiert

- schnell.
- visuell.
- audiovisuell.
- interaktiv.
- proaktiv.

W I E

BLEIBE ICH RELEVANT?

SICHTBARKEIT

Kontinuierliche
Medienpräsenz,
Multi-Channel-
Strategien,
einheitlicher Auftritt,
Corporate
Communication.

KOMPETENZ

starke Position als
Meinungsgeber
und als
Zusammenschluss
von kompetenten
Experten und
Interessenvertreter.

ENGAGEMENT

für die Mitglieder
UND der
Mitglieder
untereinander,
Dialog &
Diskussion fördern,
Kooperationen.

CONTENT IS KING

NEUE FOKUSTHEMEN
MIT HOHER AKTUALITÄT
UND RELEVANZ.

NEUE FOKUSTHEMEN



NACHHALTIGKEIT

- EPDs / PCRs
- Wiederverwendung
- RAL-Gütegemeinschaft
- CSR-Kommunikation



NACHWUCHS

- Nachwuchs
- Fachkräfte
- GirlsDay
- Azubi-Broschüre



INNOVATION

- DAI
- TA-Asphalt
- Forschungsprojekte

DIE MEDIENARBEIT

- FACHPRESSEVERTEILER.
- BRANCHEN-EXTERN PLATZIEREN.
- INTERVIEWS.
- GASTBEITRÄGE.
- EXPERTENMEINUNGEN.
- INTERNATIONALE BEITRÄGE.
- PRESSEBEREICH HOMEPAGE.



DIGITALE TRANSFORMATION

NEUE KOMMUNIKATIONSWEGE
ÖFFNEN. DA SEIN,
WO UNSERE
ZIELGRUPPEN SIND.

DAV HOMEPAGE & APP

- BENUTZERFREUNDLICH.
- SEO.
- BACKLINKS.
- VIDEO-BASED CONTENT.
- NEWS-BLOG.
- PRESSEBEREICH.
- BARRIEREFREI.
- MITGLIEDERBEREICH.

DAV PODCAST

- FAST DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN HÖRT REGELMÄSSIG PODCASTS.
- AUTO, SPAZIEREN, SPORT.
- JÜNGERE ZIELGRUPPE.
- INFORMATIONSGEWINN IM FOKUS.
- WISSENSCHAFT & TECHNIK BELIEBTES GENRE.

SOCIAL — MEDIA, LINKEDIN

- > 304 MILLIONEN EUROPA.
- > 26 MILLIONEN DACH-REGION.
- > 40 PROZENT TÄGLICH.
- FOKUS AUF BUSINESS, NETZWERK.
- CEOS UND ENTSCHEIDUNGSTRÄGER.
- HOHE PROFESSIONALITÄT DER INHALTE.

STARKE CORPORATE IDENTITY

WIEDER-
ERKENNUNG
UND ZUGEHÖRIGKEIT
STÄRKEN.

NEUES VERBANDS-LOGO



asphalt. 
verbindet. nachhaltig.

NEUES

SEMINAR-LOGO



asphalt

SEMINAR





EIN BLICK IN DIE ZUKUNFT

WO WIRD
DIE VERBANDS-
KOMMUNIKATION DER
NÄCHSTEN JAHRE STEHEN?

MEINE VISION FÜR DEN VERBAND

DIGITAL

Steht mit modernen digitalen Formaten im Dialog mit seinen Mitgliedern und externen Zielgruppen.

VERANKERT

Hohe Reichweite, regelmäßig als kompetenter Meinungsbildner in der Medienlandschaft vertreten, hohe Wiedererkennung durch starke Corporate Identity.

POSITIONIERT

Bei Entscheidungsträgern, Einfluss auf branchenpolitische Entscheidungen, Expertise durch (internationale) Zusammenarbeit, Innovationstreiber.

TRANSPARENT

Transparente Kommunikation, Bestärken von Vertrauen und Image, im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit & bei gesellschaftspolit. Themen (CSR).

DANKE, DASS SIE
MEHR ALS 2,5
MINUTEN ZUGEHÖRT
HABEN!

Jennifer Breedveld
Tel.: +49 228 97965-0
Mobil: +49 1704115518
jb@asphalt.de

