



**Wir  
gestalten  
Zukunft**

**VDI**

## **Vom Positionieren zum Steuern nach Themen**

Wie der VDI seine Kommunikation  
und Zusammenarbeit neu  
ausrichtet

## Der VDI in Zahlen

# Flache Hierarchien, vor Ort vernetzt, starke Gruppe



1856

Gründungsjahr



130.000

Mitglieder



46

Bezirksvereine



600

VDI-Gremien



10.000

Ehrenamtlich Tätige



762

VDI-Mitarbeitende



12

Fachgesellschaften



15

Landesverbände



5

Tochterfirmen

Der VDI e.V. lebt von der Mitarbeit und der Expertise seiner Mitglieder. Sie bringen sich aktiv in zahlreichen Gremien und thematischen Fachgesellschaften ein, um starke Impulse für den technischen Fortschritt zu setzen. Unterstützung und thematischen Input für Fokusthemen erhalten sie von der Hauptgeschäftsstelle. Die Vorstandsversammlung ist die Vertretung der Mitglieder des VDI. Als höchstes willensbildendes Organ des VDI ist sie zuständig für alle Fragen des VDI, die im Sinne seiner gemeinnützigen Zwecke geregelt werden müssen. Das Präsidium ist vertretungsberechtigtes und für die Ausführung verantwortliches Organ des VDI.

In 46 VDI-Bezirksvereinen und 15 Landesverbänden kommen Menschen mit Leidenschaft für Technik zusammen, tauschen sich aus, multiplizieren Wissen und gestalten individuelle Angebote, um den VDI in ihrer Region erlebbar zu machen und Partizipation zu bieten.

Zur VDI-Gruppe gehören außerdem fünf Tochterfirmen, die sich um Projektträgerschaft in der Forschung, Weiterbildung oder um Nachwuchsförderung kümmern. Zudem ist der VDI Verlag mit den VDI nachrichten und ingenieur.de in der Wissensvermittlung aktiv.

**All diese Stakeholder wurden im Rahmen des Markenentwicklungsprozesses umfassend in zahlreichen Workshops und Sounding Boards involviert und haben die Strategie aktiv mitgestaltet.**

# Change Branding: Wandel mit starker Marke



## Unsere Ziele und Handlungsfelder

- Positionierung des VDI als aktiver Wegbegleiter, Aufklärer und Gestalter der technologischen Zukunft.
- Entwicklung einer Strategie für eine zielgruppengerechte, systematische und nachhaltige Kommunikation.
- Klare Ausrichtung der Touchpoints an der Customer Journey.
- Roll-out der Marken und Kommunikationsstrategie unter Beteiligung der Mitglieder, ehrenamtlich Tätigen und Mitarbeitenden.

Unser Vorgehen

# Der Relaunch in der Übersicht

Markenpositionierung



Markenarchitektur



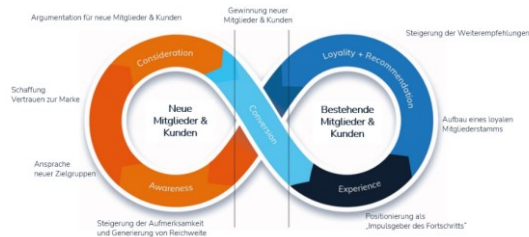
Corporate Design & Brand Hub



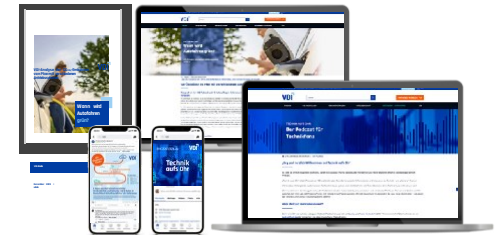
Change Branding, partizipativer Roll-out



Customer Journey & Touchpoints



Kommunikationsstrategie



# Marketing | Kommunikation | Kanäle

Wir wollen die Expertise des VDI und die Aktivitäten im VDI wirkungsvoll nach innen und außen kommunizieren.

# Die drei Eckpfeiler der Kommunikation

01

## Zielgruppenorientiert

Mit einem klaren Auftritt, passenden Inhalten zur richtigen Zeit, im richtigen Format und am richtigen Ort – so sprechen wir unsere Zielgruppen an und begeistern noch mehr Menschen für den VDI.

02

## Themenbasiert

Gestalter eines nachhaltigen Morgens

Sprachrohr der Technik in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft



Multiplikator modernsten Technikwissens

Netzwerk der Technikexpert\*innen

03

## Personalisiert

INFLUENCER\*  
INNEN

MARKENBOTSCHAFTER\*  
INNEN

CONTENT EXPERTS

# Das kommunikative Orchester des VDI



## Website

Digitaler Hub



## Mein VDI

Mitglieder-Services



## VDI.net

Mitglieder-Plattform



## Media Relations

Online | TV | Radio | Print



## Podcast

Technik aufs Ohr



## Webinar

VDI-Mitglieder



## Newsletter

Update | Richtlinien | News



## Campaigning

Google Ads | Display



## Social Media

LinkedIn | Facebook | Instagram | X



Die Kernfrage:

**Wie schaffen wir das  
gemeinsam?**

Die Antwort:

**Wir benötigen eine  
rollenbasierte  
Zusammenarbeit.**



# VDI-Kommunikationscockpit

Strategisch ausgerichtet

## Governance Board

Entwickelt die MarKom Strategie, setzt die Ziele, gibt Ressourcen frei, involviert interne Stakeholder, bewertet Zielerreichung

→ **Strategische Jahresplanung**



### Tag + Dauer

- vermutlich quartalsweise, 2-3 Std.
- Ein Strategie-Meeting pro Jahr



### Rollen/Funktionen

- Content Governor
- Trusted Advisor
- BL MarKom
- BL Technik und Gesellschaft
- BL Regionen und Netzwerke



### Anmerkungen

- 4 feste Personen
- 2 Personen bei Bedarf

## Kommunikationscockpit

Setzt die Strategie um, setzt die Themenschwerpunkte

→ **Marketing & Kommunikationsplan**



### Tag + Dauer

- wöchentlich, 1 Std.
- montags 13:00-14:00 Uhr



### Rollen/Funktionen

- BL MarKom
- Content Governor Kommunikation
- Marketing
- RN
- TG
- Politik
- Trusted Advisor



### Anmerkungen

- 6 feste Personen
- 2 Personen bei Bedarf

Operativ ausgerichtet

## MarKom\_Management-Meeting

Setzen Marketing- und Kommunikationsplan um und erstellen

→ **Redaktionsplan/Kommunikationsplan/Marketingplan**



### Tag + Dauer

- wöchentlich, 1Std.
- mittwochs 11:15-12:15 Uhr
- Organisation und Moderation bei Kommunikation und Marketing, Content Governor



### Rollen/Funktionen

- Channel Manager für verschiedene Bereiche
- Content Governor
- CampaignMarketing Manager
- Marketing
- Kommunikation
- Alle 4 Wochen mit:
  - Politik
  - RN
- Bei Bedarf:
  - Trusted Advisor
  - Projektleitung



### Anmerkungen

- ca. 12 feste Personen
- 2 Personen bei Bedarf

## Es startet ein Contentmanagementprozess in den jeweiligen Channels

- Abstimmungsmeetings in den jeweiligen Channels (Content Managern u. Content Creator)
- mehrmals wöchentlich
- Organisation und Leitung durch jeweiligen Channel Manager



### Rollen

#### vdi.de, Mein VDI, Blog

- Channel/Content Manager\*in
- RN und Politik

#### E-Mail Marketing

- Channel/Content Manager\*in
- Presse

- Channel Managerin

#### SoMe

- Channel/Content Manager\*in
- Politik

#### Podcast

- Channel Managerin
- Content Creator

## Es startet ein Campaign- oder Marketingprozess

- Je nach Zielsetzung der Kampagne und Marketing- und Kommunikationsplan werden unterschiedliche Rollen benötigt.
- Organisation und Leitung Campaign Marketing Manager



### Rollen

- Content Creator
- Campaign Marketing Manager
- Performance Marketing Manager
- Brand Marketing Manager
- Channel Manager
- Data Analyst
- Projekt Assistenz

## Es startet ein Projektprozess

- Je nach Zielsetzung des Projektes werden unterschiedliche Rollen benötigt.
- Organisation und Leitung Projekt Manager

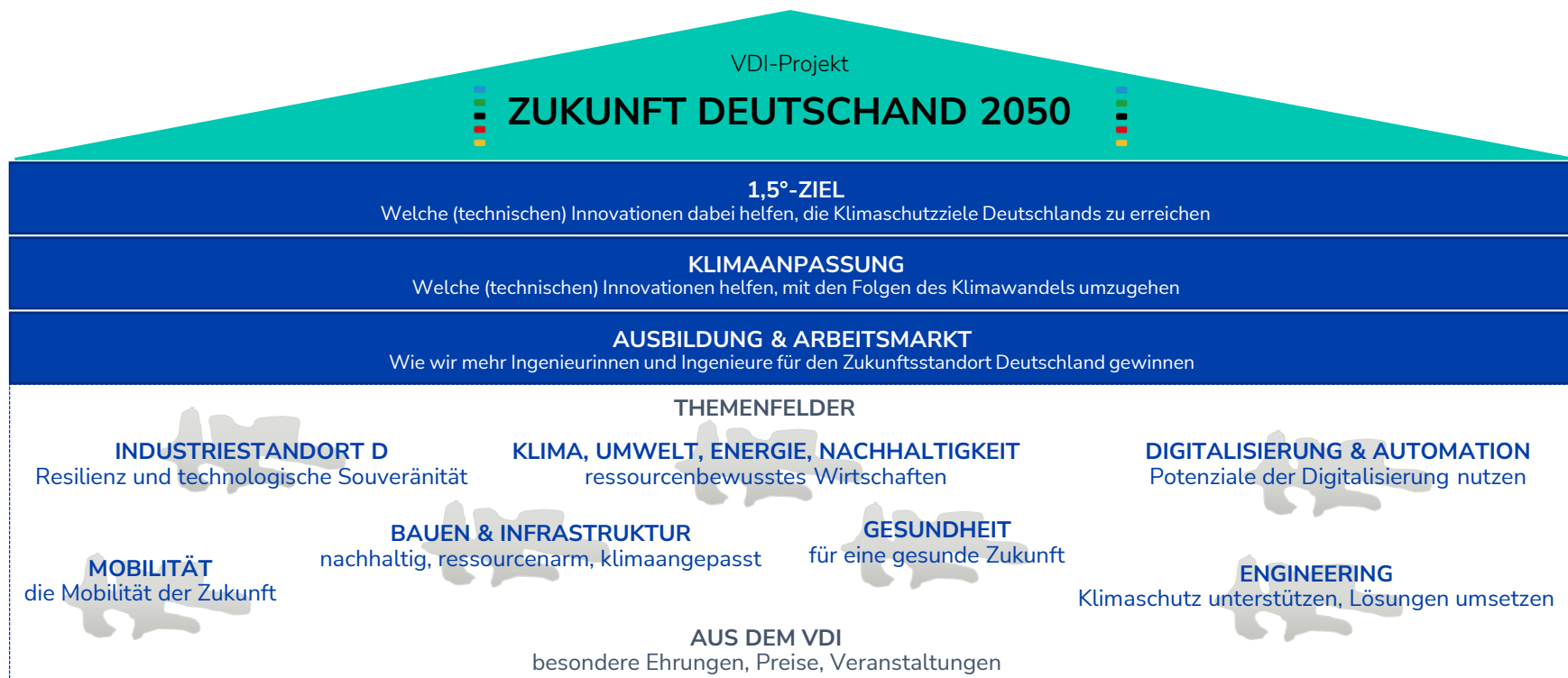


### Rollen

- Projekt Manager
- Projekt Assistenz
- Content Creator
- Campaign Marketing Manager
- Performance Marketing Manager
- Brand Marketing Manager
- Channel Manager
- Data Analyst

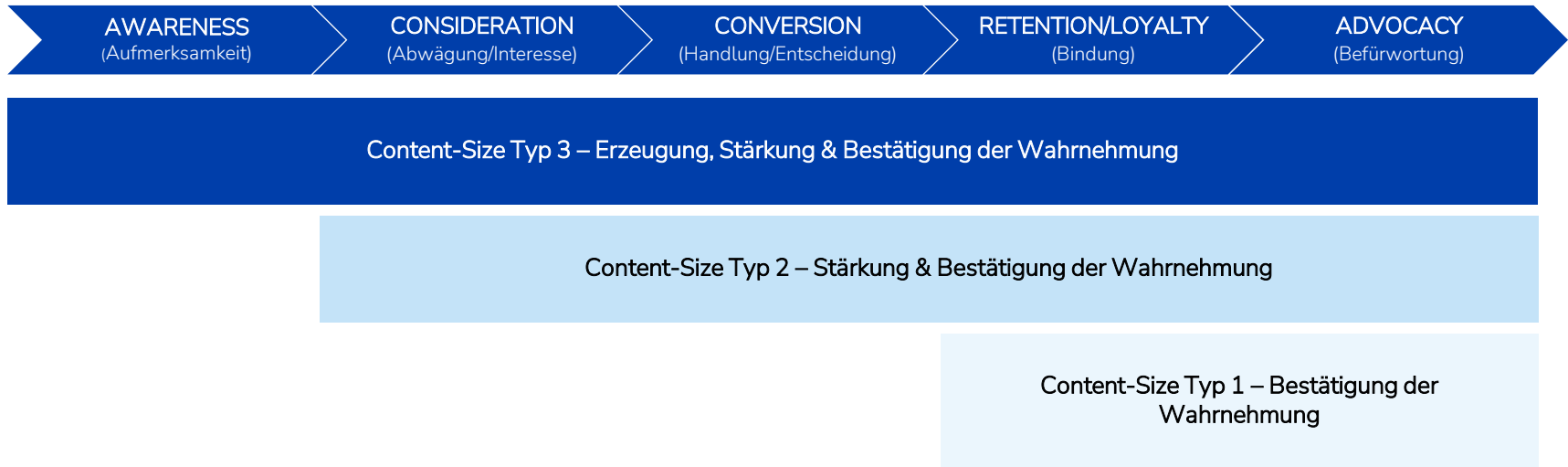
Unser Ansatz: Auf zentrale Themenfelder fokussieren und gleichzeitig Vielfalt abdecken.

# Jahresplan: Marketing und Kommunikation



Fokus setzen

# Content-Sizes und Customer Journey



# Real Practice

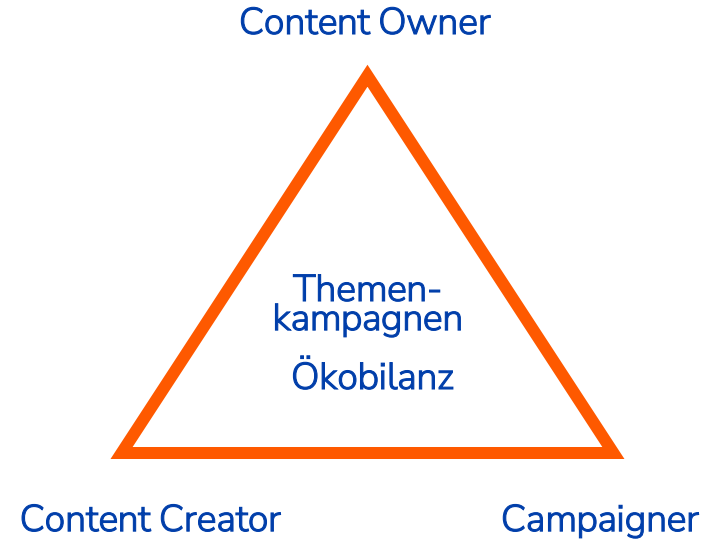
VDI-Ökobilanzstudie als Kommunikationsleuchtturm

VDI-Analyse der CO<sub>2</sub><sub>äq</sub>-Emissionen  
von Pkw mit verschiedenen  
Antriebssystemen



Real Practice

# VDI-Ökobilanzstudie



Das Ziel, einen Kommunikationsleuchtturm zu schaffen, der wirkungsvoll über alle Kanäle konsistent kommuniziert wird.



# Welche Ziele sollen erreicht werden?



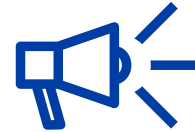
## Ziel: Medien\*

- Onlineclippings: 35
- Expertennennung: 25x
- TV-/oder Radio-Beiträge: 1
- **Alle eigenen digitalen VDI-Kanäle** werden mit Kampagnenthema bestückt



## Ziel: Ehrenamt & Mitglieder\*

- 1.000 Studien-.Downloads
- Expertise des VDI wird genutzt und von VDI-Community weiterverbreitet (viral)
- Inhaltliche Nutzung der Studie für eigenes MarkKom in RN, BVs
- VDI-Multiplikatoren/Community nutzen und weiterverwenden



## Ziel: Politik\*

- Beitrag zur **Versachlichung** der Debatte, um die „richtigen“ Antriebstechnologien (qualitative Bewertung durch Art d. Aufbereitung)
- BMin-Termin
- Gespräche mit verkehrspolitischen Sprechern

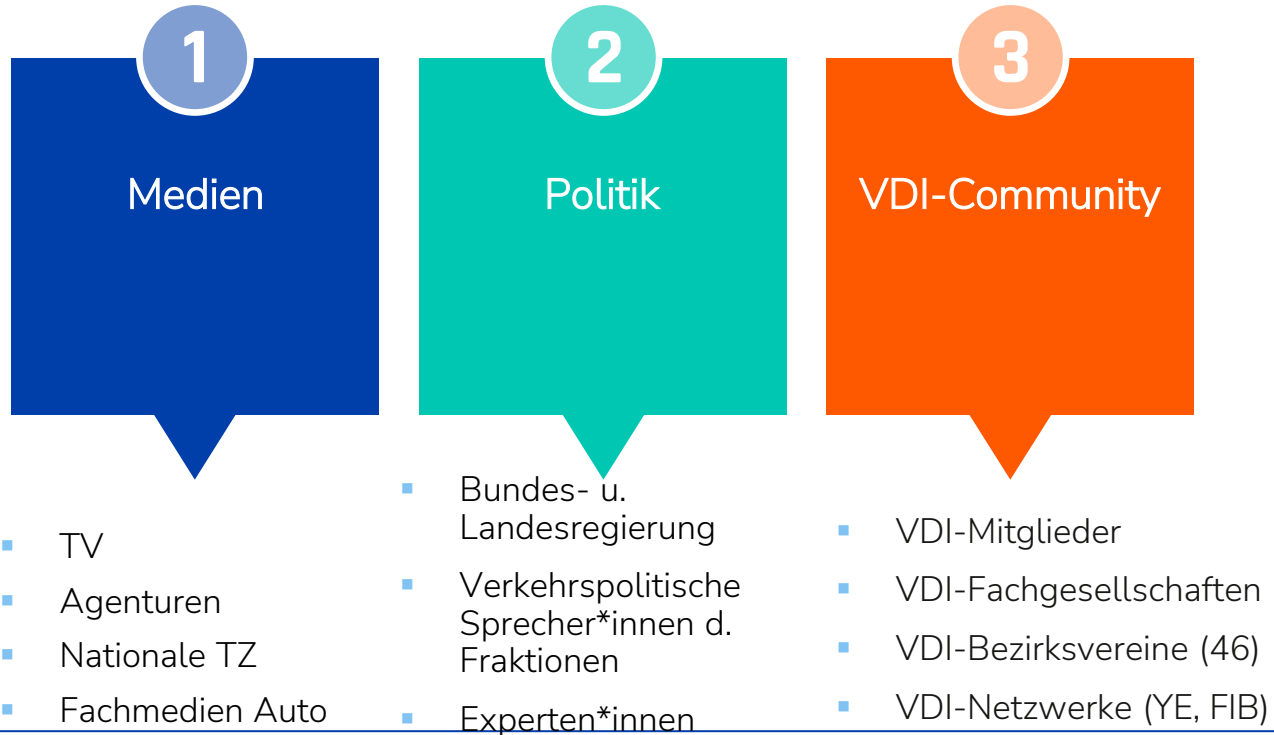


## Ziel: interessierte Öffentlichkeit\*

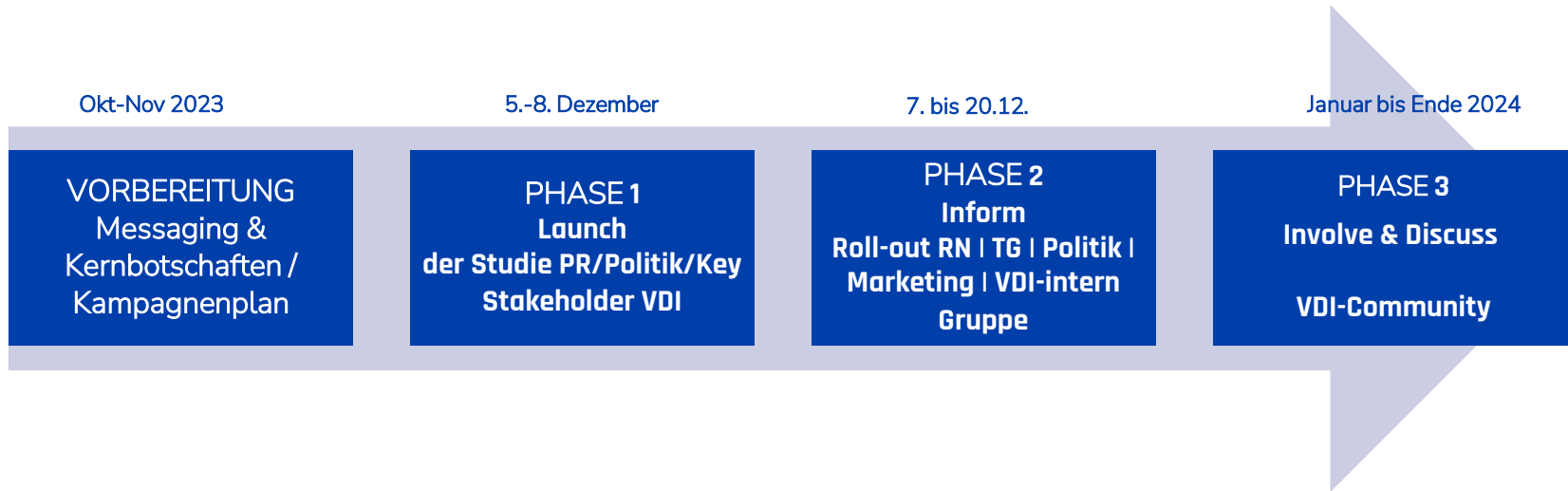
- Reichweite
- Beitrag zur **Versachlichung** der Debatte, um die „richtigen“ Antriebstechnologien (s. l.)
- Impuls für den Zukunftsstandort D im Mobilitätssektor (Fokus der Messages, qualitativ)

\*Im Kampagnenzeitraum: tbd

# Wer sind die Zielgruppen, die angesprochen werden sollen?

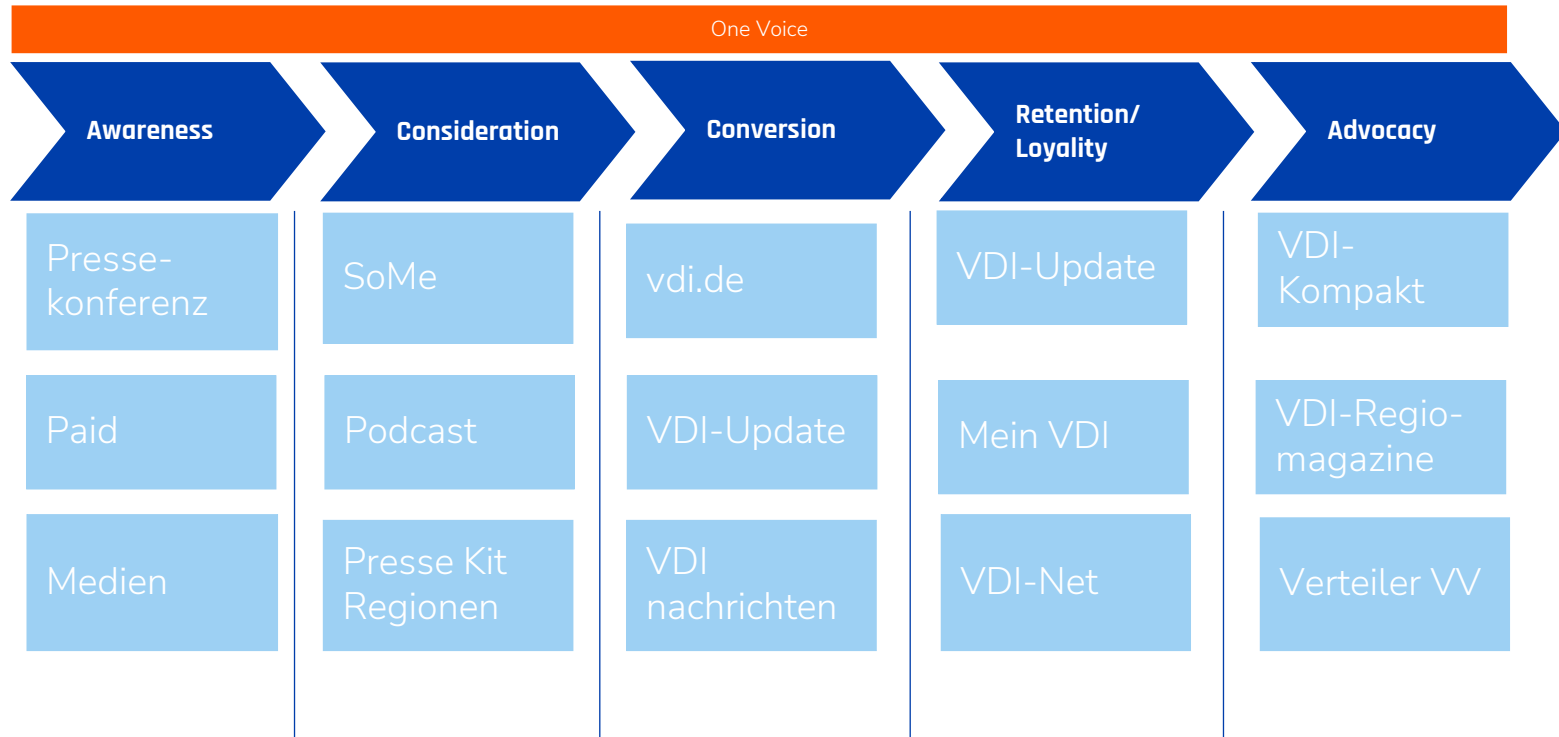


# Kommunikation in Phasen





# Kommunikation an der Customer Journey ausgerichtet



# One Voice: Welche Botschaften senden wir?

Message House:

## Jahresplanung: Messaging

*„Für die klimafreundlichere Mobilität in Deutschland brauchen wir dringend den Ausbau der Erneuerbaren Energien, den Aufbau einer grünen Batterieproduktion, aber auch nachhaltig erzeugte Kraftstoffe für Benzin- und Dieselfahrzeuge. Erst die grün produzierte Batterie und ihre Vorstufen können dazu beitragen, den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und die E-Mobilität wirklich klimafreundlich zu machen.“*

Mobilität der Zukunft

### VDI-ÖKOBILANZ-STUDIE

<p><b>ERST DIE GRÜNE BATTERIE MACHT DIE E-MOBILITÄT KLIMAFREUNDLICH</b> Ohne grünen Strom keine klimafreundliche E-Mobilität. Für den klimafreundlichen Verkehr brauchen wir in Deutschland dringend den Ausbau der Erneuerbaren und den Aufbau einer grünen Batterieproduktion. Die genaue Ökobilanz von Autos hängt von zahlreichen Faktoren ab – dem Produktionsstandort, dem Energiemix bei der Produktion von Fahrzeug und Komponenten sowie dem genutzten Antrieb auf der Straße und der dabei verwendeten Energie.</p> <p><b>VDI VERGLEICHT IN UMFANGREICHER STUDIE ÖKOBILANZ VON E-AUTOS, PLUG-IN-HYBRIDEN UND KONVENTIONELL ANGETRIEBENEN FAHRZEUGEN</b> Die VDI-Ökobilanzanalyse betrachtet den Umwelteinfluss verschiedener Pkw-Antriebskonzepte am Anwendungsfall von heute produzierten Kompaktklassefahrzeugen. Analysiert werden die Treibhausgas-Emissionen in t CO<sub>2</sub>, wenn das Auto hierzulande fährt.</p> <p><b>E-AUTOS WERDEN MIT ZUNAHME DES ANTEILS REGENERATIV ERZEUGTEN STROMS IMMER KLIMAFREUNDLICHER</b> Ab 90.000 Kilometer Fahrleistung sind E-Autos der Kompaktklasse in Deutschland klimafreundlicher als Autos mit konventionellen Antrieben. Bei einer von Fachleuten angenommenen Laufleistung von 200.000 Kilometern schneiden bei der Klimabilanz E-Autos vor Plug-in-Hybriden am besten ab und verursachen am wenigsten Treibhausgas-Emissionen. Nutzt man künftig in Deutschland ausschließlich erneuerbare Energien für die Stromproduktion – wie von der Bundesregierung angestrebt – sind E-Autos schon ab 60.000 gefahrenen Kilometern klimafreundlicher als Benzin- und Diesel-Fahrzeuge.</p> <p><b>MOBILITÄTSLAND DEUTSCHLAND: VDI STELLT 7 THESEN FÜR EINE KLIMAFREUNDLICHE ZUKUNFT VOR</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ohne grünen Strom keine grüne E-Mobilität.</li> <li>2. Erst grüne Batterien ermöglichen grüne E-Mobilität.</li> <li>3. Stärkere Batterien müssen in Deutschland und Europa mit erneuerbarem Strom nachhaltig produziert werden.</li> <li>4. E-Fuels sind ein wichtiger Technologiebaustein.</li> <li>5. Plug-in-Hybride leisten bei hohem elektrischem Fahranteil einen positiven Beitrag.</li> <li>6. Eine neue leichtere Fahrzeugklasse M0 bietet für den urbanen Bereich zusätzliches Potenzial.</li> <li>7. Die Forschung und Entwicklung von Batterie-Recycling muss weiter vorangetrieben und zielgerichtet gefördert werden.</li> </ol>	<p><b>FAKTEN</b></p> <p>ab 90.000km E-Auto klimafreundlicher als ...</p> <p>CO<sub>2</sub>-Emission in l/200.000km E-Auto (2,4) Plug-in-Hybrid (24,8) Diesel (33) Benzin (37)</p> <p>Best-Case-Szenario (2035): 60.000km</p> <p><b>EXPERTISE</b> VDI   SKIT   ifu</p> <p><b>CALL-TO-ACTION</b> <a href="https://www.vdi.de/ueber-uns/pressesp/ueberblickaktionen">https://www.vdi.de/ueber-uns/pressesp/ueberblickaktionen</a></p> <p><b>WEITERE INFOS</b> <a href="https://t1a.de/9100m">https://t1a.de/9100m</a></p>
---	--

Storyline:

Die Storyline

## VDI-Ökobilanzstudie: Erst die grüne Batterie macht die E-Mobilität klimafreundlich

VDI vergleicht in umfangreicher Studie die Ökobilanz von E-Autos, Plug-Hybriden und konventionell angetriebenen Fahrzeugen

Zukunft der Mobilität

Wann wird Autofahren grün? Die Transformation der Automobilwirtschaft in Deutschland zu mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz ist in vollem Gange. Das interdisziplinäre Expertengremium Antriebe der VDI-Gesellschaft Fahrzeug- und Verkehrstechnik hat in einer umfangreichen Studie die Ökobilanz von E-Autos, Plug-In-Hybriden (Benzin/Diesel) sowie konventionell angetriebenen Autos (Diesel/Benzin) verglichen. Die VDI-Ökobilanzstudie hat dabei den Umwelteinfluss verschiedener Pkw-Antriebskonzepte von Kompaktklassefahrzeugen (z. B. VW ID.3, Ford Focus, Toyota Corolla Hybrid, VW Golf) untersucht. Kernergebnis: E-Autos dieser Fahrzeugklasse sind ab einer Laufleistung von 90.000 Kilometern klimafreundlicher als solche mit konventionellen Antrieben. In der Langzeitbetrachtung, die die VDI-Ingénieurinnen und Ingenieure in Zusammenarbeit mit dem Karlsruhe Institute of Technology (KIT) durchführten, schneiden bei einer Fahrzeug-Laufleistung von 200.000 Kilometern E-Auto und Hybrid-Fahrzeuge in ihrer Klimabilanz am besten ab, gefolgt von Diesel- und Benzin-PKW, die mit fossilen Kraftstoffen betankt werden.

Einzelbotschaften

## Basistext & inhaltliche Botschaften

Der VDI vergleicht in einer umfangreichen Studie die Ökobilanz von E-Autos, Plug-In-Hybriden sowie konventionell angetriebenen Fahrzeugen (Benzin, Diesel). Die VDI-Ökobilanzanalyse betrachtet dabei den Umwelteinfluss verschiedener Pkw-Antriebskonzepte am Anwendungsfall von heute produzierten Kompaktklassefahrzeugen (z. B. VW ID.3, Ford Focus, Toyota Corolla Hybrid, VW Golf). Analysiert werden die Treibhausgas-Emissionen; wenn das Auto in Deutschland fährt.

Die VDI-Studie wurde durchgeführt vom interdisziplinären Expertengremium Antriebe des VDI-Fachbereichs Kraftfahrzeugtechnik in der VDI-Gesellschaft Fahrzeug- und Verkehrstechnik und durch das Karlsruhe Institute of Technology (KIT) unterstützt. Die Methodik und Ergebnisse wurden einem Reviereverfahren durch das unabhängige Paul-Scherrer-Institut (PSI) unterzogen.

Die Transformation der Automobilwirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz ist in vollem Gange.

Der VDI vergleicht in einer umfangreichen Studie die Ökobilanz von E-Autos, Plug-In-Hybriden sowie konventionell angetriebene Fahrzeugen (Benzin, Diesel).

Die VDI-Studie wurde durchgeführt von einem interdisziplinären Expertengremium der VDI-Gesellschaft Fahrzeug- und Verkehrstechnik und durch das KIT unterstützt.

E-Autos werden klimafreundlicher. Ab ca. 200.000 Kilometer Laufleistung sind E-Autos in Deutschland klimafreundlicher als Verbrenner. Die angenommene Laufleistung liegt bei 200.000 km pro Fahrzeug.

Die Ökobilanz von Autos hängt von zahlreichen Faktoren ab. Es ist wichtig, sich die Treibhausgasemissionen von Produktion, Laufzeit und Entsorgung anzuschauen.

Erst eine klimafreundlich hergestellte (grüne) Batterie macht E-Autos klimafreundlich.

Zukunft gemeinsam gestalten. Wir wollen zu einer Verschärfung der Debatte beitragen und haben sieben Thesen für eine klimafreundliche Mobilität formuliert.

Bei der angenommenen Laufleistung von 200.000 km schneiden das betrachtete E-Auto (24,2 t CO<sub>2</sub>) und der Plug-in-Hybrid (24,8) aus der Kompaktklasse bei der Klimabilanz am besten ab. Diesel (33) und Benzin (37) folgen.

Basistexte:

# Zielgruppengerechte Kommunikation

## Studie und Factsheet



## Infografiken SoMe



## Pressekonferenz



## Website als zentrale Anlaufstelle



## Paid Kampagnen



## Personalisiert



## Anlässe genutzt



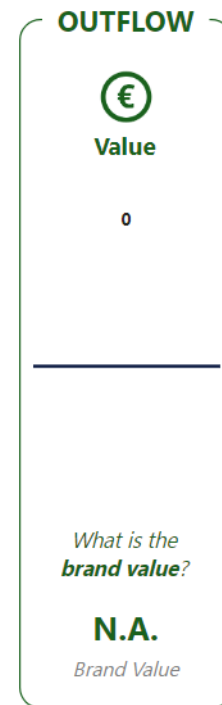
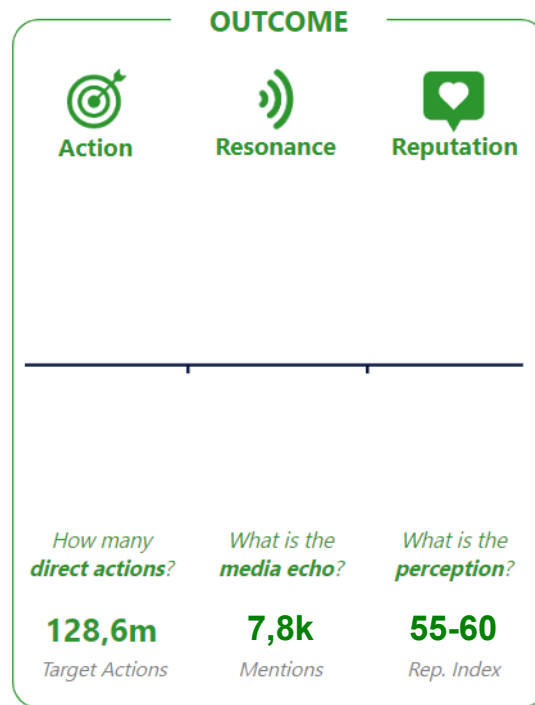
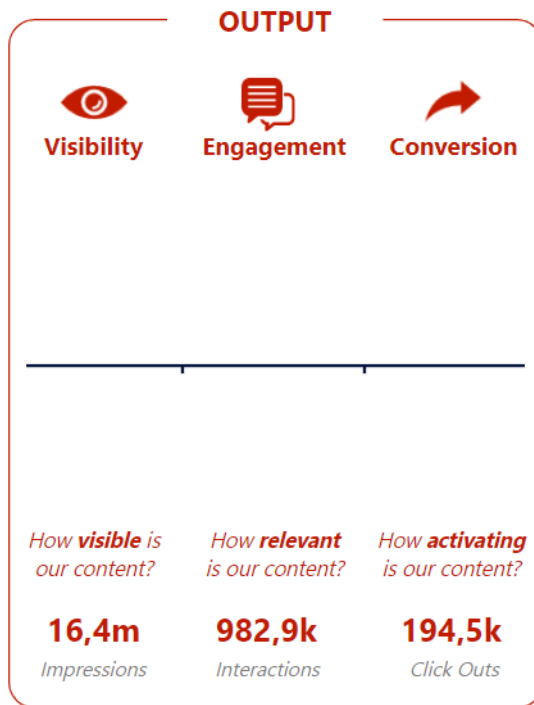
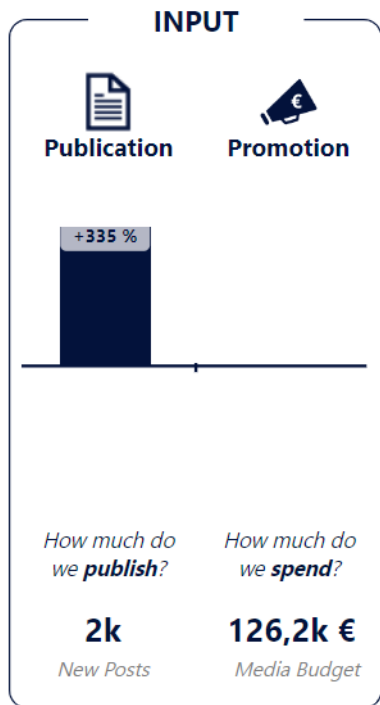
## Podcast



# Die Ergebnisse

Dashboard 2023 | Datenanalyse „Marketing, Kommunikation & Kanäle“

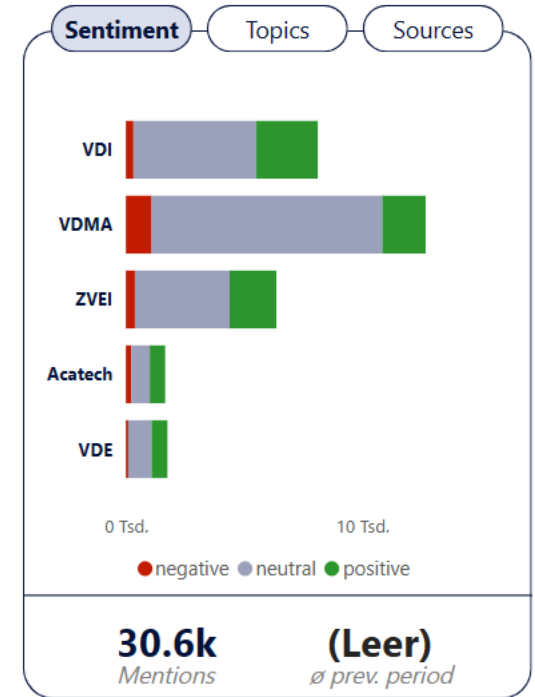
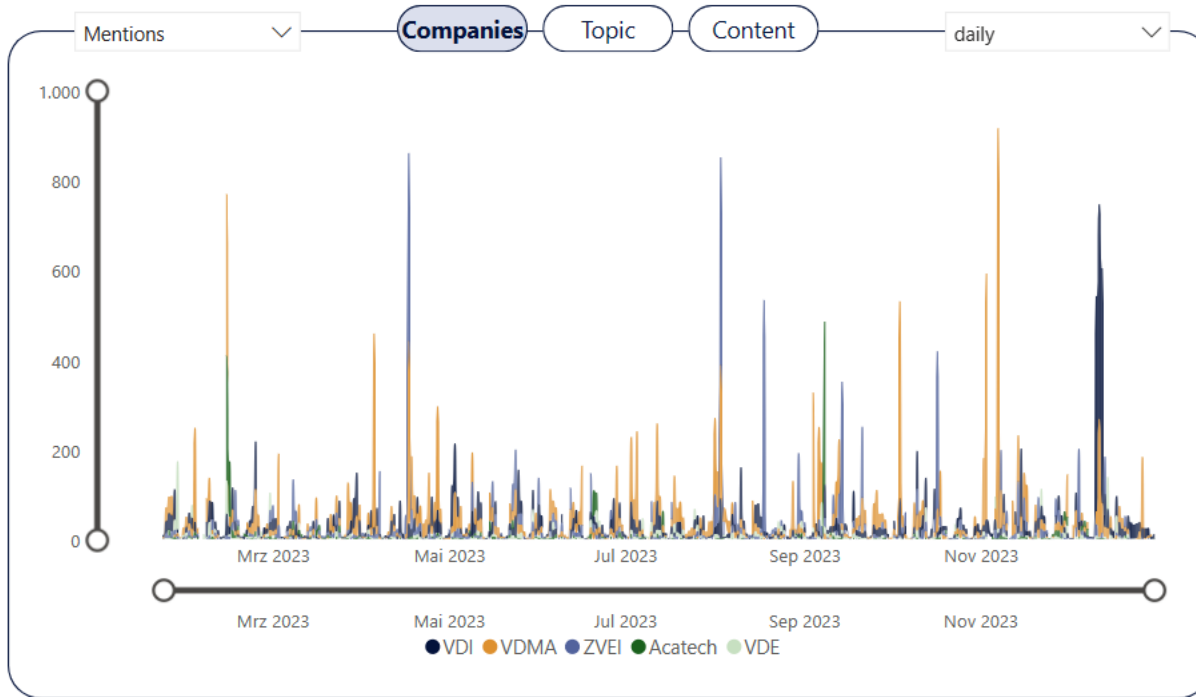
# VDI-Dashboard 2023



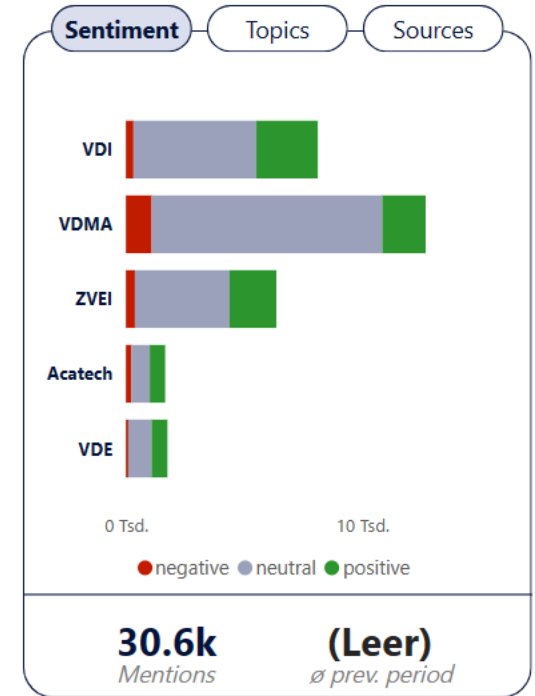
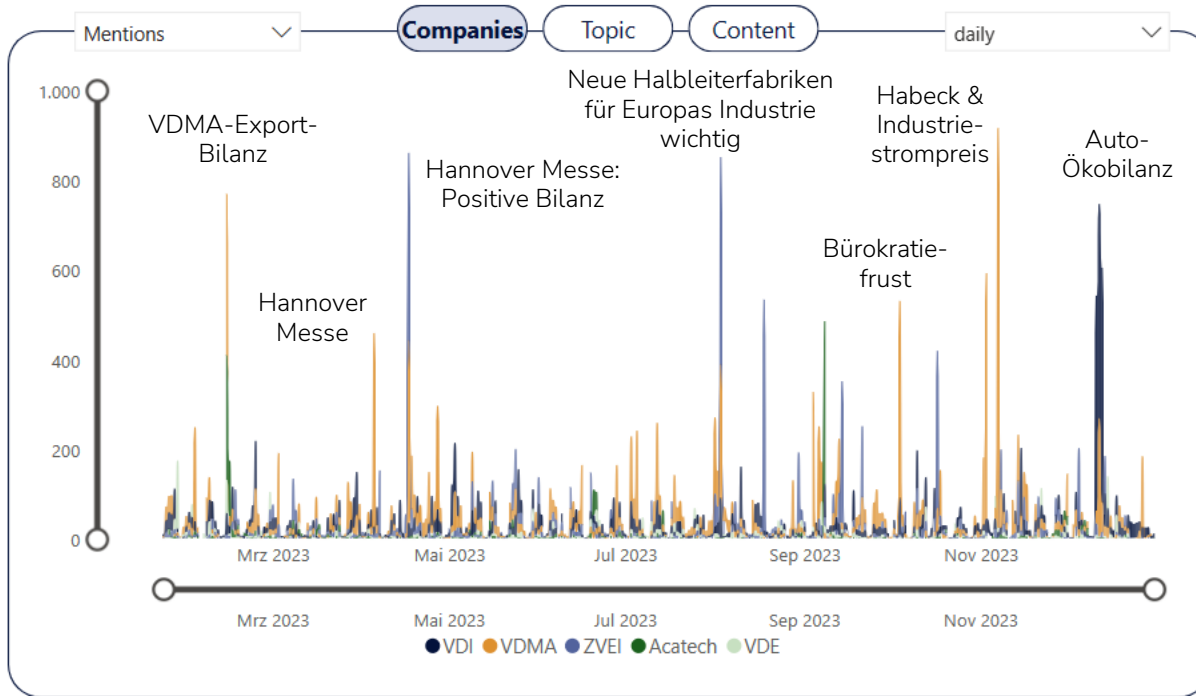
# VDI-Medienresonanz

2023

# +7.8 Beiträge | Nr. 2 hinter VDMA | neutral-positiv



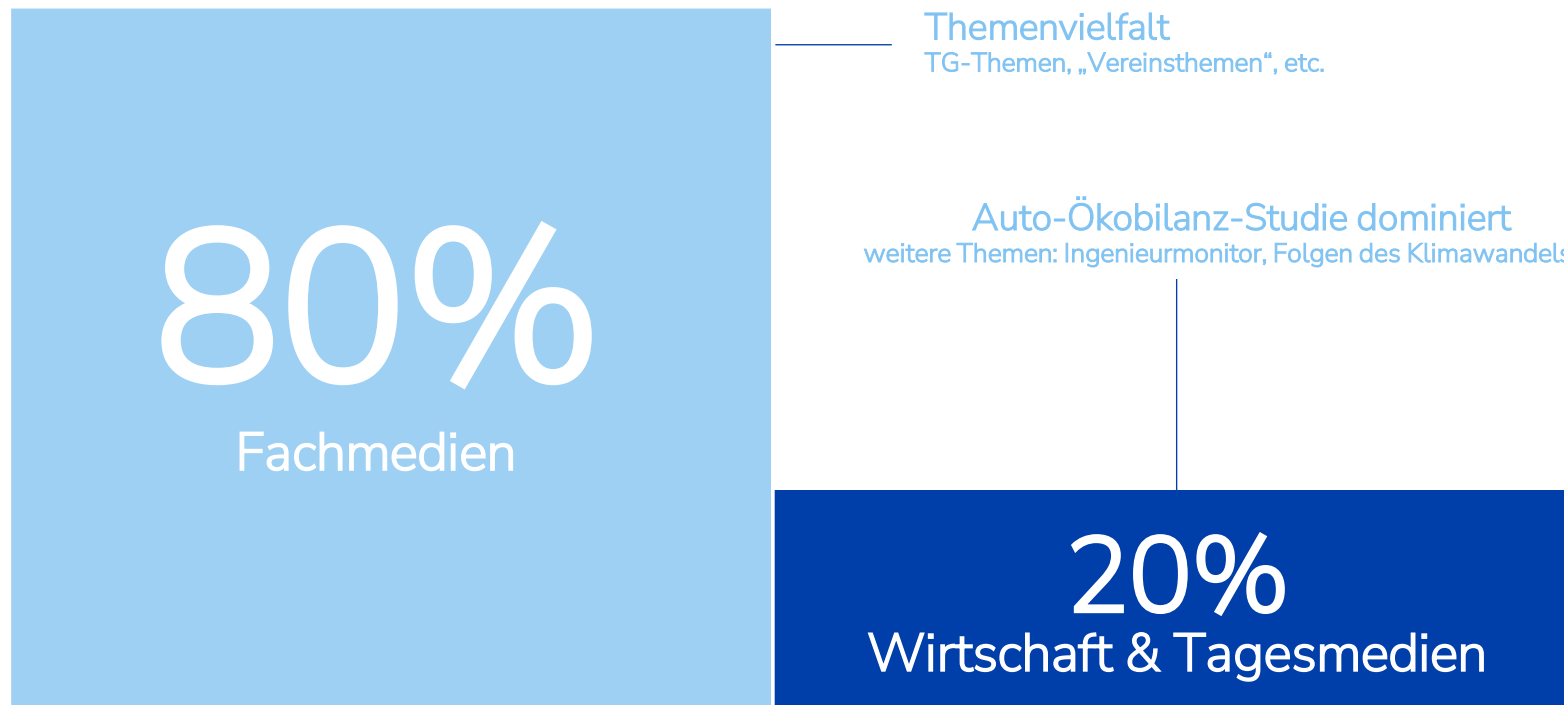
# VDI-Ökobilanz-Studie gehört zu Top 5





2023

# Medienresonanz: Fach- & Leitmedien



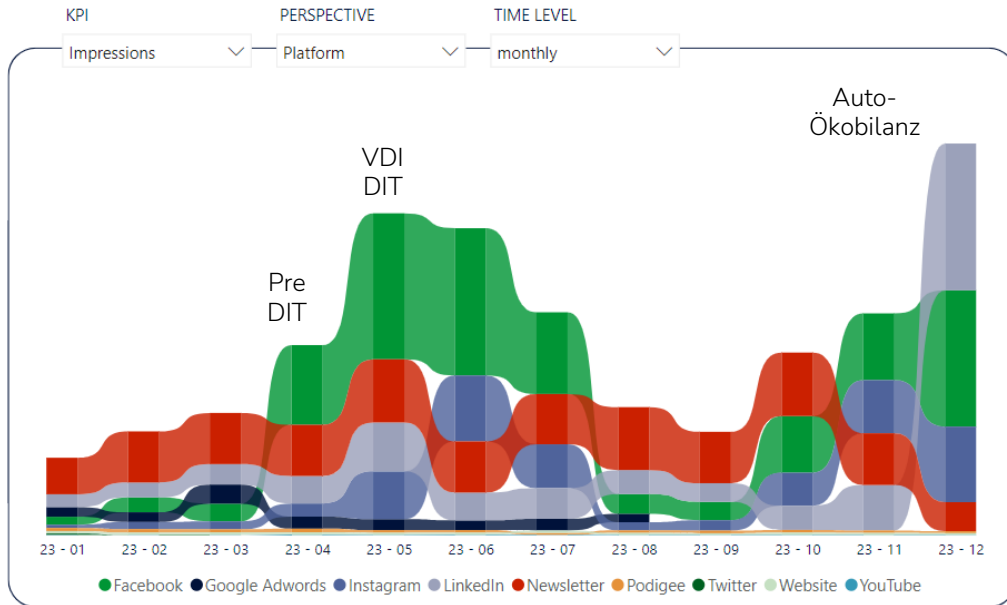
Themenvielfalt  
TG-Themen, „Vereinsthemen“, etc.

Auto-Ökobilanz-Studie dominiert  
weitere Themen: Ingenieurmonitor, Folgen des Klimawandels etc.

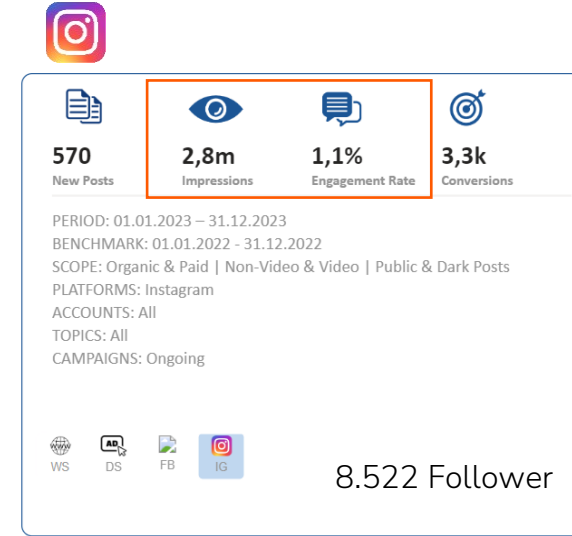
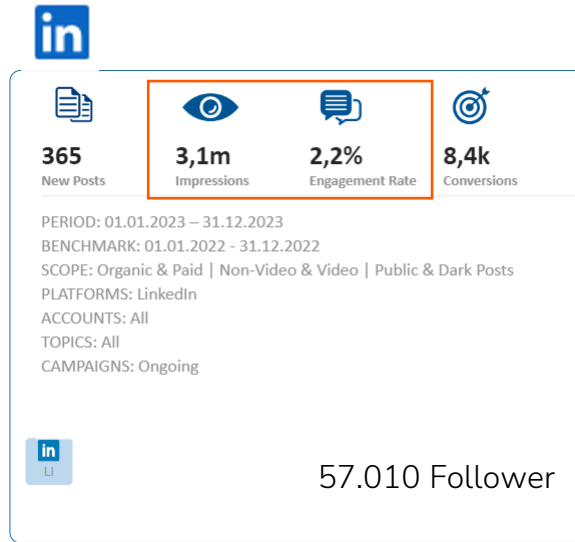
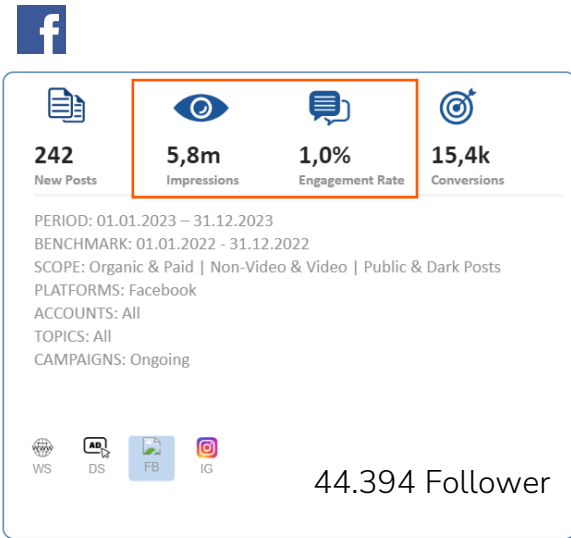
# Berichterstattung: VDI-Kanäle

2023

# Hohe Reichweiten auf den eigenen Kanälen



# Nun erhöhen wir das „Engagement“ im Social Web



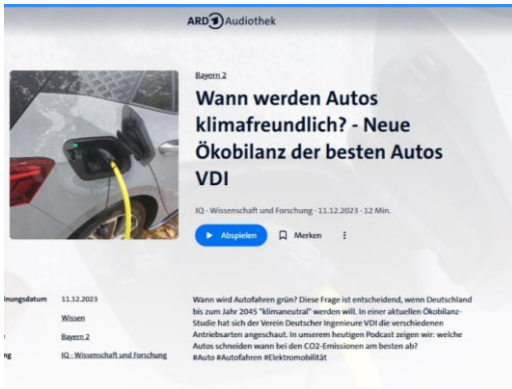
# VDI-Highlight

2023

Highlight:

# VDI-Ökobilanzstudie 2023

+800 Clippings | + 2.200 Downloads | alle Kanäle Nr. 1 Reichweite | VDI-Botschaften genutzt



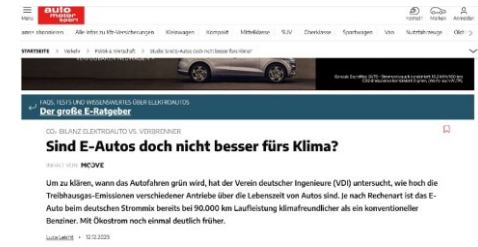
SPiegel ONLINE

Klimavergleich

## Selbst deutsche Ingenieure raten jetzt zum E-Auto

Wie klimafreundlich sind Elektroautos wirklich? Dazu hat der Verein Deutscher Ingenieure eine neue Rechnung angestellt – und ist dabei zu anderen Ergebnissen gekommen als vor drei Jahren.

Von Arvid Haitlich  
12.12.2023, 19:50 Uhr



Handelsblatt

Stunde

## E-Autos sind erst ab 65.000 Kilometern klimaschonender

Die Voraussetzung dafür ist, dass die Fahrzeuge mit Ökostrom geladen werden. Der Vorsitzende des VDI sieht vor allem beim Recycling von Rohstoffen Verbesserungsbedarf.



# Fragen?



# Kontakt

## Sandra May

Bereichsleiterin Marketing und  
Mitglieder

T +49 211 6214 660

M +49 170 767 6565

E [may@vdi.de](mailto:may@vdi.de)

W vdi.de



# Danke