



Der Luther-Boom

Das 500. Jahr der Reformation bietet Anlass zu vielfältigen und kreativen Kommunikationskampagnen. PUBLIC MARKETING stellt eine breite Auswahl der Marketingaktivitäten auf touristischer, kirchlicher und zivilgesellschaftlicher Ebene vor.

Martin Luther ist ohne Frage der Marketingstar in diesem Jahr. Wo man auch hinschaut, Luther ist überall – so scheint es. Kaum eine Stadt, Destination oder ein Museum, die aktuell nicht mit dem theologischen Urheber der Reformation werben und von dem regelrechten Luther-Boom profitieren wollen. Gefeiert wird in diesem Jahr das 500. Jubiläum der Reformation – eine Bewegung, die unsere Gesellschaft, Kultur und Politik bis heute prägt. Kein Wunder, dass sich so viele verschiedene Akteure, Institutionen und Regionen an dem Jubiläum beteiligen und mit ganz unterschiedlichen Kommunikationskampagnen und Marketingaktionen auf sich aufmerksam machen. Dabei dient nicht zuletzt Luther selbst als Vorbild: Mit seinen Abhandlungen, Schriften und Reden trat der Mönch schon vor 500 Jahren als Kommunikationsprofi auf und löste einen weltweiten Veränderungsprozess aus – und er wusste die neuen Medien wie den Buchdruck zu nutzen, um seine Thesen und Ideen zu verbreiten. Dies spiegelt sich auch in den aktuellen Marketingstrategien zum Reformationsjubiläum wider, in denen digitale Maßnahmen und Netzwerke eine zentrale Rolle spielen.

PUBLIC MARKETING

einem Überblick der meistdiskutiertesten um Martin Luther-Reformation. Praktische Kampagnen und sch

Protestanten dem Erbe der Reformation verbunden. Wichtige Quellmärkte mit starken Bezügen zur Reformation wie die Niederlande, die Schweiz, Skandinavien, Ungarn, die USA, Kanada und Südkorea haben wir als Schwerpunktmärkte definiert“, erklärt Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), Frankfurt. „Wir rechnen damit, dass die weltweite Aufmerksamkeit für das Reformationsjubiläum in Verbindung mit unseren Marketingaktivitäten und Luther als bekannte Persönlichkeit den Markt zusätzlich impulsieren wird.“

So startete die

genen Jah

2017“. I

man

h

Die Ideen Luthers prägen unsere Gesellschaft bis heute im digitalen Zeitalter. Um dies zu kommunizieren, präsentieren ganz unterschiedliche Akteure ihre Aktionen im Reformationsjubiläum mit kreativen Marketingkampagnen. So zum Beispiel die Staatliche Geschäftsstelle „Luther 2017“, die Koordination der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten und die verantwortlichen

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 12 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!