

5-6/2021

TITELTHEMA

12 KULTUR-APPS SCHAFFEN NEUE ERLEBNISSE:
Viele Kultur-Apps verbinden online und offline miteinander. PUBLIC MARKETING hat nachgefragt, welche Erfahrungen die Player gemacht haben



Foto: naim-Adel-Stock.com

12 Kultureinrichtungen gehen neue Wege, um ihr Offline-Angebot mit Online-Medien zu verbinden und so einen Mehrwert für ihre Zielgruppen zu schaffen

EINBLICKE

- 06** Kunst trifft Handwerker
- 07** Kempten läutet den Stadtsommer ein
- 08** Tourismus Oberbayern launcht Branchen-Podcast
- 09** Augsburg und Hochschule gemeinsam für Nachhaltigkeit
- 10** OB-Barometer: Corona auf Platz 1 der Prioritätenliste



Foto: WMG Wolfsburg

18 Vertreter der Wolfsburger Marketinggesellschaft und der lokalen Wirtschaft präsentierten im März 2021 die Kampagne „Ja, in Wolfsburg“

STADT - LAND - DESTINATION

18 STANDORTMARKETING:
Wolfsburg Marketing stärkt Standort und Destination durch Kooperation mit Unternehmen

BEILAGENHINWEIS:
In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage vom KULTURINVEST! KONGRESS. Wir bitten um Beachtung.

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

- 22** 3 FRAGEN AN:
Kulturrat-Chef Olaf Zimmermann
- 24** JUBILÄUMSJAHR:
Konzerthaus Berlin feiert Geburtstag mit diversen Aktionen
- 28** CORONA-PANDEMIE:
Landesverband der Museen zu Berlin untersucht Situation der Kultureinrichtungen
- 32** DIGITALISIERUNG:
Landesmuseum Oldenburg setzt kreative Projekte um
- 34** KUNSTHALLE BREMEN:
Hans Diers Symposium widmet sich Digitalstrategien der Kultur
- 36** KULTURFÖRDERUNG:
„Kultur.Gemeinschaften“ stellt elf Millionen Euro bereit

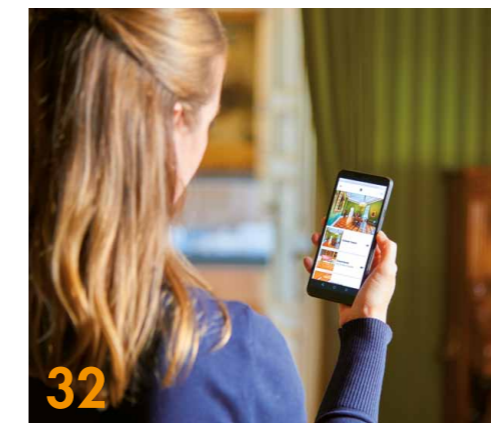


Foto: Sven Adelaide © Landesmuseum Oldenburg

32 Das Landesmuseum Oldenburg hat zahlreiche digitale Produkte während der Lockdowns entwickelt

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

- 40** SOCIAL MEDIA:
Universität Regensburg will mit TikTok Studierende gewinnen
- 44** MASTERSTUDIENGANG:
Ostfalia Hochschule bildet Stadtmarketingfachleute aus. Interview mit Prof. Dr. Andreas Jain



Foto: Museumsbande

48 Das Team der Museumsbande besteht aus elf Social-Media-Verantwortlichen, die diverse Aktionen auf Facebook und Instagram für die Kulturinstitutionen umsetzen

PORTRÄT

48 ELF MUSEEN EROBERN SOCIAL MEDIA:
Mit dem Social-Media-Projekt „Museumsbande“ stärken elf Museen aus Baden-Württemberg ihr Image im Netz

52 PERSONALIEN:
Dr. Iris Edenheiser leitet Deutsches Hygiene-Museum, Dr. Julia Frohne an der Spitze von Business Metropole Ruhr, Roland Nachtigäller verlässt Museum Marta, Ralf Hots-Thomas kehrt zu Lüneburg Marketing zurück uvm.

- 56** Buch + Tipps
- 57** Dienstleistungsguide
- 58** Termine
- 59** Vorschau
- 59** Impressum