

7-8/2023

SCHWERPUNKT

18 **AR BEREICHERT DEN DIGITALEN STADTRAUM:**
Im Rahmen eines Projekts erklärt die Hochschule Hannover mithilfe von Augmented-Reality-Skulpturen Straßennamen

22 **„EINE FARBE MEHR IM MALKASTEN DES THEATERS“:**
Das Staatstheater Nürnberg verbindet seine Produktionen durch Extended Reality mit dem digitalen Raum

25 **SPIELEND LERNEN IN DER VIRTUELLEN WELT:**
Im Unikatium Kindermuseum in Leipzig kommen die Gäste an verschiedenen Stationen mit dem Thema Virtual Reality in Berührung

34 **VIRTUAL REALITY MACHT HOCHSCHULLEHRE ATTRAKTIVER:**
Die Hochschule Karlsruhe integriert die digitale Welt in ihr Lehrangebot und schafft dadurch ein virtuelles Klassenzimmer



Virtual Reality hat sich als fester Bestandteil des digitalen Portfolios zahlreicher Akteurinnen und Akteure im Public-Sektor etabliert

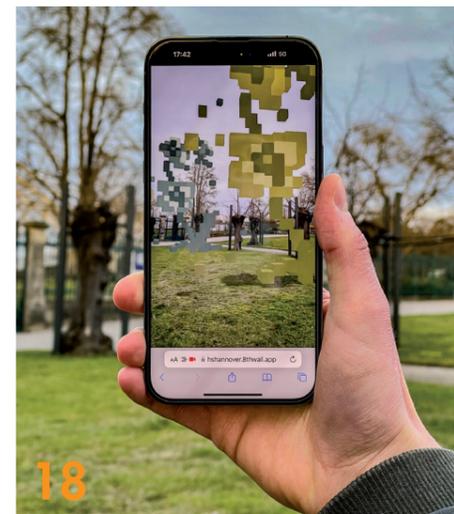
EINBLICKE

06 Neustart für VR-Anwendung zu „Die Blechtrommel“

07 Ein Stadtmarketing für Kempten

08 Augsburgs und Ingolstadts Staatstheater bieten AR-Stück im öffentlichen Raum an

09 Weiterer bcsd-Landesverband formiert sich in Sachsen



18

Insgesamt wurden 20 Straßennamen in Hannover um eine digitale Komponente erweitert

STADT - LAND - DESTINATION

10 **INNENSTADT:**
Mit dem Projekt „Übergangsweise“ will Lübeck seine Aufenthaltsqualität steigern

14 **STANDORTENTWICKLUNG:**
Die Stadt Sundern vereint Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Zentrumsmanagement

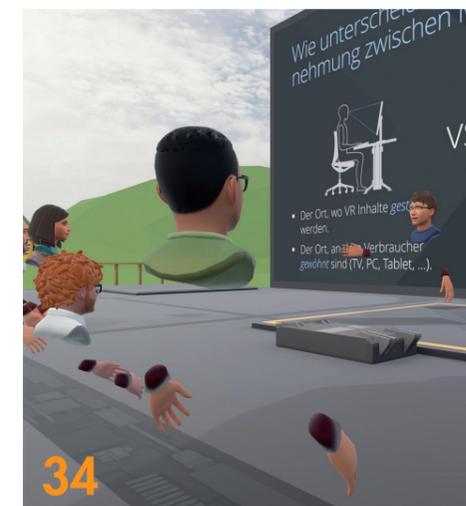
18 **AR BEREICHERT DEN DIGITALEN STADTRAUM**

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

22 **„EINE FARBE MEHR IM MALKASTEN DES THEATERS“**

25 **SPIELEND LERNEN IN DER VIRTUELLEN WELT**

30 **KULTURSOMMER:**
In Fulda können Interessierte ein breites Veranstaltungsprogramm genießen



34

Die Hochschule Karlsruhe hat einen VR-Classroom für Lehrveranstaltungen geschaffen

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

34 **VIRTUAL REALITY MACHT HOCHSCHULLEHRE ATTRAKTIVER**

38 **STRUKTURWANDEL:**
Die Stadt Hoyerswerda hat eine Kommunikationsstrategie erarbeitet, um Transformationen aktiv zu begleiten



Foto: Ralf Schütthoff, EMG

42

Seit 2018 kümmert sich Richard Röhrhoff um das Marketing der Stadt Essen



PORTRÄT

42 **DER SPIELMACHER HINTER DEM ESSEN-EFFEKT:**
Richard Röhrhoff steht an der Spitze der Essen Marketing GmbH. Er will das Image der Stadt verbessern

46 **PERSONALIEN:**
Thomas Einsfelder treibt wirtschaftliche Entwicklung von MV voran, Ursula Friedsam leitet Bad Reichenhall Tourismus & Stadtmarketing, Daniel Freimuth rückt in die Geschäftsführung von Hanau Marketing auf, Eva-Maria Günther ergänzt das Direktorenteam der rem gGmbH Stiftungsmuseen, Bertram Vogel ist erneut für das Niederbayern-Forum aktiv u. v. m.

52 Buch + Tipps

53 Marketplace

54 Termine

55 Vorschau

55 Impressum