

1-2/2026

SCHWERPUNKT

- 10** **MARKE DEUTSCHLAND MIT KURS AUF KONSISTENZ:**
Eine digitale Dachmarke und eine Imagekampagne sollen dazu beitragen, dass Deutschland als moderner Staat wahrgenommen wird

- 14** **DAS RINGEN UM OLYMPIA:**
Mit Kampagnen und Beteiligungsangeboten wollen Berlin, Hamburg, München und KölnRheinRuhr die Bevölkerung für eine Olympia-Bewerbung gewinnen

- 18** **„DER MEHRWERT VON OLYMPIA MUSS SICHTBAR WERDEN“:**
Claudia Wagner von Deutsche Sport Marketing gibt Einblicke in die Vermarktungsstrategie und worauf es bei einer deutschen Bewerbung ankommt

- 26** **KOMMUNALMARKEN ZWISCHEN IDENTITÄT UND TRADITION:**
Eine Studie zeigt erstmals, welche Bedeutung Stadtwappen für die Markenidentität haben und wie sie wirkungsvoll eingesetzt werden können



Die Olympia-Kampagne der Region Rhein-Ruhr und der Leading City Köln läuft unter dem Motto „Unsere Städte. Unsere Spiele.“

EINBLICKE

- 06** German Pavillions unter Kostendruck
- 07** Aus Mainzplus Citymarketing wird Mainzplus
- 08** KI im Marketing etabliert, doch häufig fehlt Know-how
- 09** TMGS bringt sächsische Events mittels SaTourN in die Tageszeitung

MADE in GERMANY



Das Prädikat „Made in Germany“ steht national und international für Produktqualität

STADT - LAND - DESTINATION

- 10** **MARKE DEUTSCHLAND MIT KURS AUF KONSISTENZ**
- 14** **DAS RINGEN UM OLYMPIA**
- 18** **„DER MEHRWERT VON OLYMPIA MUSS SICHTBAR WERDEN“**
- 22** **GAMES-STANDORT:**
Die deutsche Games-Branche ist auf Wachstumskurs. Ein zentraler Treiber hierfür ist die Bundesförderung

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

- 26** **KOMMUNALMARKEN ZWISCHEN IDENTITÄT UND TRADITION**



Stadtwappen sind an verschiedenen Standorten im öffentlichen Raum sichtbar

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

- 32** **TOURISMUSSTRATEGIE:**
Akteure erläutern, welche Impulse die neue Nationale Tourismusstrategie des Bundes setzt und wo Nachholbedarf besteht
- 36** **POLITISCHE WERBUNG:**
Tahireh Audrey Panahi von der Universität Kassel gibt einen Einblick in die EU-Verordnung für politische Werbung
- 40** **SOCIAL MEDIA:**
Die Metricool-Studie zeigt, welche Plattformen und Formate derzeit am besten performen



An der Spitze des Startup-Verbands stehen Christoph J. Stresing und Franziska Teubert

PORTRÄT

- 44** **DEUTSCHLANDS STARTUP-SZENE AUF WACHSTUMSKURS:**
Der Bundesverband Deutsche Startups vertritt seit 2012 die Interessen junger Unternehmen. Ein aktueller Schwerpunkt liegt auf der Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

- 48** **PERSONALIEN:**
Deutsches Theater Göttingen erhält ein Führungsduo, Dr. Jürgen Amann wechselt nach Berlin, Claudia Klepp kommuniziert für Aktion gegen den Hunger, Dr. Martin Faass leitet das Hessen Kassel Heritage u.v.m.

- 52** Buch + Tipps

- 53** Marketplace

- 54** Termine

- 55** Impressum