

10-11/2025

SCHWERPUNKT

- 30** **DIE KRAFT VON KULTURMARKEN:**
Claudia FischerAppelt (Karl Anders), Henning Otto (EIGA Design) und Ralf Sippel (Zebra Group) sprechen über das Potenzial von Kulturmarken und was für den Erfolg entscheidend ist



Authentizität, Teilhabe und Kreativität gehören Fachleuten zufolge zu den Erfolgsfaktoren von Kulturmarken

EINBLICKE

- 06** 31 Projekte im Rennen um Gold, Silber und Bronze
- 08** Political Influencer verändern Kommunikationskultur
- 09** Etat-Radar: FischerAppelt und Karl Anders mit neuen Aufgaben
- 10** Branchenübergreifende Unterstützung für deutsche Olympia-Bewerbung



Immer mehr Initiativen setzen sich dafür ein, dass in Städten weniger Werbung zu sehen ist

STADT - LAND - DESTINATION

- 12** **STADTMARKETING:**
Gerold Leppa spricht über sein neues Amt als Vorsitzender der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing
- 16** **WERBEFREIE STÄDTE:**
Markus Stahmer von PoolOne erläutert, wie sich Werbung im öffentlichen Raum entwickelt

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

- 20** **NON-PROFIT:**
Die Organisation SOS Kinderdörfer hat ihren Markenkern aktualisiert und setzt auf KI
- 24** **NACHTKULTUR:**
Verantwortliche aus Berlin, Stuttgart, Leipzig und Münster berichten über Herausforderungen und Lösungen



Akteure der Nachtkultur stehen zunehmend unter Druck

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

- 30** **DIE KRAFT VON KULTURMARKEN**
- 34** **VERWALTUNG:**
Der Wunsch nach mehr Digitalisierung ist groß, doch die Erwartungen bleiben weiterhin unerfüllt
- 37** **EGOVERNMENT MONITOR:**
Marc Reinhardt, Präsident der Initiative D21, ordnet die Ergebnisse der Studie ein
- 40** **MARKENSTRATEGIE:**
Die Messen Düsseldorf, Berlin, Essen und Nürnberg erläutern, warum sie ihre Marken neu ausgerichtet haben



Nachdem Prof. Dr. Jeanne Rubner jahrelang im Journalismus aktiv war, kommuniziert sie seit 2022 für die Technische Universität München

PORTRÄT

- 44** **KOMMUNIKATION MIT IMPACT:**
Seit drei Jahren ist Prof. Dr. Jeanne Rubner Vizepräsidentin Globale Kommunikation und Public Engagement an der Technischen Universität München. Neben einer einheitlichen Kommunikation will sie die Partizipation mit der Öffentlichkeit weiter vorantreiben

- 48** **PERSONALIEN:**
Personeller Neustart bei der Deutschen Bahn, Mark Ankerstein führt die UNO-Flüchtlingshilfe, Burkhard Kieker verlässt visitBerlin, Britta Meyer ist Director Corporate Communications bei der Hamburg Messe und Congress u.s.w.

- 52** Buch + Tipps
- 53** Marketplace
- 54** Termine
- 55** Impressum