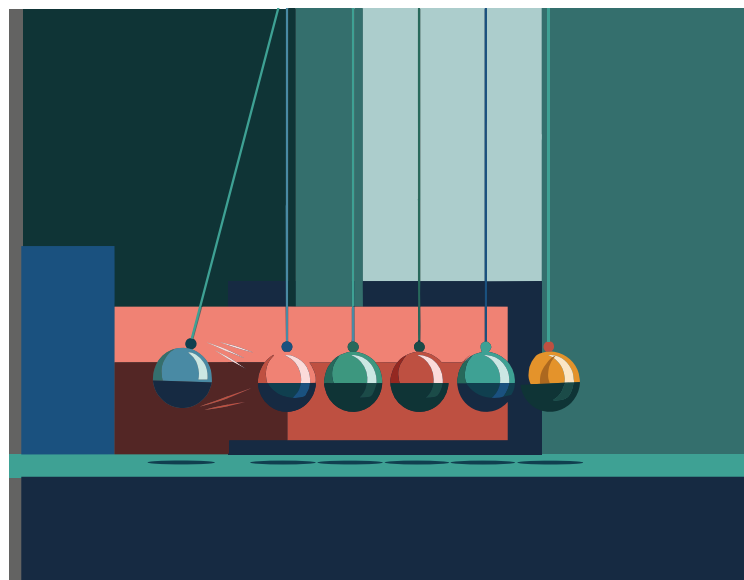


3-4/2026

SCHWERPUNKT

- 22** **AUDIO-KOMMUNIKATION INTERAKTIV GEDACHT:**
Mit den Circulars hat der Deutsche Pavillon auf der Expo 2025 interaktive Begleiter geschaffen, die Themen anschaulich vermitteln
- 28** **MIXED-REALITY STÄRKT WELTERBE-PRÄSENZ:**
Die Deutsche Zentrale für Tourismus macht die UNESCO-Welterbestätten per App erkundbar. Ein Gespräch mit der Vorstandsvorsitzenden Petra Hedorfer
- 46** **DAS PLAKAT WIRD ZUM DUFTERLEBNIS:**
„Scratch & Sniff“ verändert die klassische Außenwerbung. Markus Stahmer, Geschäftsführer von PoolOne, erläutert die Bedeutung des neuen Werbeformats
- 50** **DIE STRATEGISCHE KRAFT MULTISENSORISCHER KUNSTRÄUME:**
Nach Sehen, Hören und Fühlen erschließen Museen das Potenzial von Düften, um das Erlebnis zu stärken. Urban Scents veranschaulicht, wie Kunst und Sinne miteinander verknüpft werden können



Das Zusammenspiel mehrerer Sinne intensiviert das Markenerlebnis und sorgt für eine stärkere emotionale Bindung

EINBLICKE

- 06** 14 Städte Schleswig-Holsteins forcieren Event-Kommunikation
- 07** Ruhrgebiet verbindet Street Art mit Städtetourismus
- 08** Social Media mit hoher Reichweite, doch KI macht Inhalte austauschbar
- 09** Sonderausgabe zu den Public Marketing Awards erschienen
- 10** Hessen modernisiert Corporate Design
- 11** Social-Plattform Wedium startet in Beta-Phase



Großevents wie Musikfestivals sind feste Säulen im Tourismusmarketing des Veranstaltungsortes

STADT - LAND - DESTINATION

- 12** **GESTALTUNG:**
Dr. Julian Petrin, Innenstadt-kordinator von Hamburg, gibt Einblicke in seine Vision
- 16** **EVENTTOURISMUS:**
Wie Destinationen Großveranstaltungen strategisch nutzen können
- 22** **AUDIO-KOMMUNIKATION INTERAKTIV GEDACHT**

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

- 28** **MIXED-REALITY STÄRKT WELTERBE-PRÄSENZ**
- 32** **KI-AVATARE:**
Erste digitale Charaktere kommen in der Praxis bereits zum Einsatz – auch Agenturen integrieren diese in ihre Arbeit



Die App „UNESCO-Welterbestätten in Deutschland“ macht die historischen Sehenswürdigkeiten virtuell erlebbar

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

- 42** **CREATOR MARKETING:**
Bayern und Baden-Württemberg setzen bei der Zielgruppenansprache auf die Kooperation mit Content Creatoren
- 46** **DAS PLAKAT WIRD ZUM DUFTERLEBNIS**
- 50** **DIE STRATEGISCHE KRAFT MULTISENSORISCHER KUNSTRÄUME**



Felix Kelndorfer wechselte vor drei Jahren zum AOK-Bundesverband und stieg Anfang 2025 in die Geschäftsführung auf

PORTRÄT

- 52** **VERTRAUEN IN DIE MARKE AOK STÄRKEN:**
Anfang 2025 stieg Felix Kelndorfer beim AOK-Bundesverband zum Geschäftsführer Markt/Produkte auf. Er setzt auf Marketing mit Fingerspitzengefühl und einem bewussten Einsatz von KI

- 56** **PUBLIC MARKETING AWARDS 2025**

- 60** **PERSONALIEN:**
Neue operative Spitze bei Bartenbach, Stefanie Kleine Klausing ist Geschäftsführerin von KölnTourismus, Elisabeth Quell leitet das Hauptstadtstudio von KNSK, Daniel Kraft verantwortet die Kommunikation der Stiftung Haus der der Geschichte NRW u.v.m.

- 64** Buch + Tipps
- 65** Marketplace
- 66** Termine
- 67** Impressum