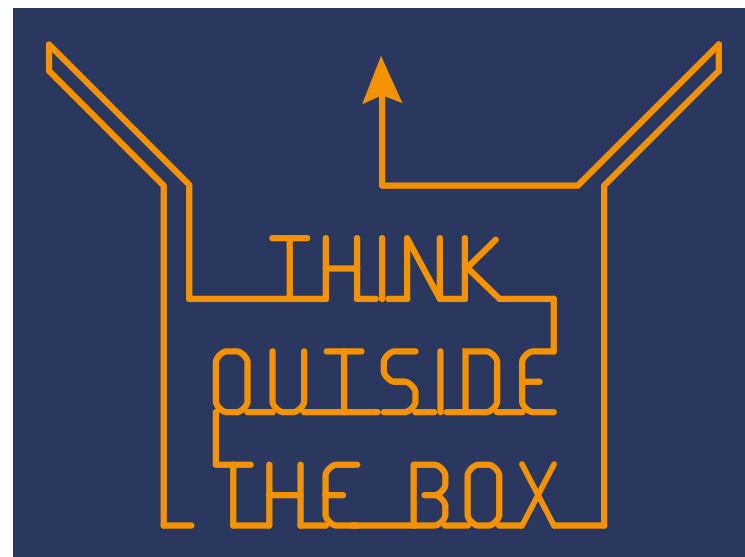


5-6/2026

SCHWERPUNKT

- 20** **JÜDISCHE MUSEEN SETZEN AUF TIKTOK:**
Die Jüdischen Museen in Berlin, Wien und Frankfurt am Main geben Einblicke in ihre Content-Strategie und ihr Community-Management
- 23** **„TIKTOK-ACCOUNTS MÜSSEN GUT VORBEREITET WERDEN“:**
Eva Berendsen von der Bildungsstätte Anne Frank erklärt, worauf Akteure bei ihrer TikTok-Strategie achten müssen
- 26** **WENN PUBLIC AFFAIRS ZUM ERLEBNIS WIRD:**
INSM-Chef Thorsten Alsleben erläutert, warum es zu-ge-spitzte Botschaften braucht, um Sichtbarkeit zu erzeugen – und warum diese auch polarisieren dürfen
- 32** **HOCHSCHULMARKETING TRIFFT REALITY-CONTENT:**
Die „Marburg-WG“ der Philipps-Universität Marburg gibt auf Instagram, TikTok und Co. einen Einblick in ihren Alltag zwischen Studium und Leben
- 36** **CONTENT-STRATEGIEN ALS NEUES FUNDAMENT DER PUBLIC BRAND:**
Kim Notz von KNSK zeigt die drei Säulen vom Content Marketing auf und beleuchtet die Rolle von KI



Für erfolgreiches Content Marketing braucht es innovative und kreative Ideen

EINBLICKE

- 06** NRW startet bundesweite Erstsemester-Kampagne
- 07** IHK Berlin läutet mit neuem Claim den Perspektivwechsel ein
- 08** Thüringen will wieder „das grüne Herz Deutschlands“ werden
- 09** Die „MuseumsMeileMitte“ stärkt Kulturangebot in Berlin
- 10** FU Berlin launcht Podcast zur „Politischen Universität“
- 11** Etat-Radar: Public Player setzen auf Social Media und Digital-Kompetenz
- 11** Die Public Marketing Awards gehen in die zweite Runde



Mit dem „Bürokratie-Museum“ machte die INSM bürokratische Hürden physisch erlebbar

STADT - LAND - DESTINATION

- 12** **FACHKRÄFTEGEWINNUNG:**
Die neuen Länder haben Programme entwickelt, um die Zuwanderung von (Young) Professionals zu begünstigen

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

- 20** **JÜDISCHE MUSEEN SETZEN AUF TIKTOK**
- 23** **„TIKTOK-ACCOUNTS MÜSSEN GUT VORBEREITET WERDEN“**
- 26** **WENN PUBLIC AFFAIRS ZUM ERLEBNIS WIRD**
- 32** **HOCHSCHULMARKETING TRIFFT REALITY-CONTENT**



Die „Marburg-WG“ zeigt auf Social Media den Studi-Alltag in der hessischen Stadt

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

- 36** **CONTENT-STRATEGIEN ALS NEUES FUNDAMENT DER PUBLIC BRAND**
- 40** **GEO-OPTIMIERUNG:**
Eine Crossvertise-Studie sieht in KI-Chatbots einen wichtigen Werbekanal der Zukunft
- 44** **PUBLIC AFFAIRS:**
Serkan Agci (Serviceplan Public Affairs) und Lukas Breitenbach (Zanatta Media) über aufmerksamkeitstarke Positionierung in der Politik



Lena Thomsen-Horn wechselte im Herbst 2025 als Head of Marketing zu Hamburg Tourismus

PORTRÄT

- 48** **AUS HAMBURG, FÜR HAMBURG:**
Seit etwas mehr als einem halben Jahr ist Lena Thomsen-Horn für das Marketing von Hamburg Tourismus verantwortlich. In ihrer Arbeit verfolgt sie drei Grundprinzipien

- 52** **PERSONALIEN:**
Martin Heinemann ist Kommunikationsdirektor beim BND, Vérane Meyer verstärkt den DigitalService des Bundes, Christina Carboni ist Kommunikationschefin des Bundeswirtschaftsministeriums, Carsten van de Loo steht an der Spitze von Wolfsburg Marketing und Wirtschaft u.v.m.

- 56** Buch + Tipps
- 57** Marketplace
- 58** Termine
- 59** Impressum