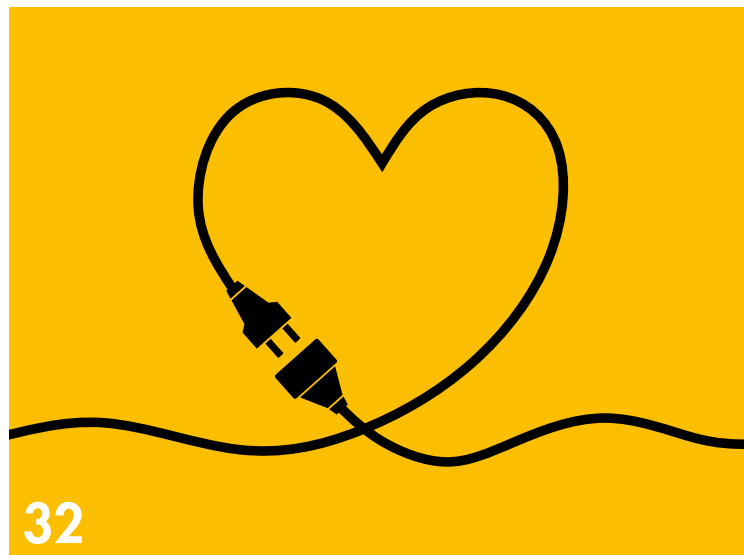


9/2025

SCHWERPUNKT

- 32** **AUFBRUCHSTIMMUNG IN DER ENERGIEBRANCHE:**
Energieversorger richten ihre Kommunikation neu aus – auch die EnBW. Deren Kommunikationschef Sebastian Ackermann erklärt, weshalb eine starke Marke heute unverzichtbar ist



Die Energiewende, steigende Kosten und politische Diskussionen – die deutschen Energieversorger stehen vor großen Herausforderungen, die auch die Kommunikation und das Marketing beeinflussen

EINBLICKE

- 06** Neue Marketingstrategie für Energiedienstleister EWE
- 07** Deutschland ist Magnet für internationale Studierende
- 08** Auswärtiges Amt wird mit Greenscreen und KI zur Employer Brand
- 09** Messen trotz Budget-Kürzungen in der Industrie
- 10** München und Hamburg stehen weiterhin an der Spitze des Smart-City-Index
- 11** Musikfestivals generieren eine halbe Milliarde Euro



Für das Konzert von Iron Maiden wurde der Heinrich-König-Platz zur „Iron Maiden Town“

STADT - LAND - DESTINATION

- 12** **FAN-EVENTS:**
In Gelsenkirchen werden Konzerte zu einem innerstädtischen Erlebnis für alle
- 14** **EVENTMARKETING:**
Prof. Dr. Stefanie Wesselmann von der Hochschule Osnabrück zeigt Faktoren für erfolgreiche Veranstaltungen auf
- 16** **TOURISMUSWIRTSCHAFT:**
Prof. Dr. Marco A. Gardini von der Hochschule Kempten erläutert die Rolle von Marken im Tourismus
- 20** **STANDORTENTWICKLUNG:**
Kultursenator Carsten Brosda spricht über die Bedeutung Hamburgs als Medien- und Kreativstandort

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

- 24** **BEGEGNUNGSRÄUME:**
Nele Groth und Anne-Kathrin Gebauer von FaBERID erklären, was Dritte Orte stark macht und wo ihre Grenzen liegen
- 28** **GEMEINSCHAFT:**
Dritte Orte brauchen Kommunikation, um sich zu etablieren. Branchen-Fachleute geben einen Einblick



Mit dem FLUX hat die Pinakothek der Moderne in München einen Dritten Ort geschaffen

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

- 32** **AUFBRUCHSTIMMUNG IN DER ENERGIEBRANCHE**
- 40** **URBANITÄT:**
Dr. Chris Alexander Braunstein von der Campus M University über die Potenziale von Fußballstadien als soziale Treffpunkte



Andreas Denk ist seit März 2024 für das Deutsche Rote Kreuz tätig

PORTRÄT

- 44** **IM EINSATZ FÜR DIE MARKE DRK:**
Andreas Denk leitet den Bereich Marketing, Kommunikation und Fundraising im DRK-Generalsekretariat. Er zeigt, wie die Organisation mit Haltung und gezielter Kommunikation Menschen erreichen will
- 48** **PERSONALIEN:**
Hochkarätiger Führungswechsel im Bauhaus-Archiv, Jana Schimke wird Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbands, Ineke Paulsen verantwortet das Marketing der Berliner Verkehrsbetriebe, Andrea Hagemann hat die Geschäftsführung der Kunsthalle Bremen übernommen u.v.m.
- 52** Buch + Tipps
- 53** Marketplace
- 54** Termine
- 55** Impressum