



© Nils Mammen, David Sadtler

28

Die Universität Leipzig wurde für ihre Social Media-Strategie mit dem Hochschulpreis des Jahres ausgezeichnet. Was macht ihre Aktivitäten in den sozialen Netzwerken so erfolgreich?

NEWS

- 06 Jugendmagazin "fluter" und der Augsburg Innovationspark melden Agenturbedarf
- 07 Aschauer Bankerjahr gewinnt ADAC Tourismuspreis Bayern 2014
- 08 Neuer Nationalpark Schwarzwald bekommt Logo
- 09 Westend-PR bereitet "1000 Jahre Leipzig" vor
- 10 Neues Stadtmarketingkonzept für Pinneberg

PORTRÄT

- 36 "Gemeinsam sind wir stark" – Die Kommunikationsstrategie des Deutschen Roten Kreuz

40 PERSONALIEN

SERVICES

- 44 Buch + Tipps
- 45 Dienstleistungsguide
- 46 Studien
- 50 Termine
- 51 Vorschau

51 IMPRESSUM

TITELTHEMA / STADT - LAND - REGIONEN

- 12 Ausschreibungen und Pitches
- 16 cherrypicker-GF Oliver Klein über die sechs häufigsten Irrtümer bei Ausschreibungen
- 20 Fehlender Dialog zwischen Auftraggebern und Bieter, Interview mit Dr. Esther Conrad von Hamburg@work
- 24 Die 500.000-Euro-Frage – Ein Erfahrungsbericht von WE DO-GF Gregor C. Blach

WISSENSCHAFT + BILDUNG

- 28 Die Uni Leipzig verrät die Geheimnisse ihrer Social Media-Kommunikation
- 30 Rostocker Science Soap "Sturm des Wissens"

KULTUR + SOZIALES

- 32 Zielgruppe der Zukunft: Generation 50+
- 34 Serie Feste + Festivals: Tradition "Volksfest"



Quelle: Volkswagen AG

36

Das Deutsche Rote Kreuz setzt auf Sozial- und Beschaffungsmarketing sowie Partnerschaften. Hier: DRK-Präsident Dr. Rudolf Seiters und VW-Chef Prof. Dr. Martin Winterkorn (v.l.)