



34

Das MKG in Hamburg hat das Ziel, nah am Menschen zu sein. Mit einer Reihe neuer digitaler Tools will das Ausstellungshaus stärker in den Dialog mit seinen Besuchern treten

NEWS

- 06 Metropolregion Hamburg begrüßt Gäste mit „Welcome to the Nordlichter“
- 07 Deutsche Zentrale für Tourismus sucht Digitalagentur
- 07 Duisburg startet Leitbildprozess für besseres Image
- 08 Neue Dachmarke lässt Region Hannover erklingen
- 09 Essen stellt „Grüne Hauptstadt“-Logo vor
- 09 Dresden präsentiert Stadt-Kollektion

TITELTHEMA

- 10 Südtirol punktet mit Authentizität und Regionalität

STADT - LAND - REGIONEN

- 16 Reiseblogger als Botschafter
- 20 Zusammenspiel von Public und Tourismusmarketing
- 23 Experten-Roundtable zum Tourismus

WISSENSCHAFT + BILDUNG

- 26 Vom Hochschulmarketing zur „Student Experience“
- 30 Frankfurter Campus Meile vernetzt Wissenschaft

KULTUR + GESELLSCHAFT

- 32 Stan Hema gestaltet Jubiläumskampagne zu 100 Jahre Bauhaus
- 34 Serie Digitale Tools: Museum für Kunst und Gewerbe stellt neue digitale Strategie vor

PORTRÄT

- 38 50 Jahre ITB Berlin: Die Welt zu Gast in der Bundeshauptstadt

41 PERSONALIEN

SERVICES

- 44 Buch + Tipps
- 45 Dienstleistungsguide
- 46 Studie Deutsche Tourismusanalyse: Reiseintensität geht zurück, Reisedauer steigt an
- 50 Termine
- 51 Vorschau

51 IMPRESSUM



38

Die ITB Berlin feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen. Heute positioniert sich die weltgrößte Reisemesse als Trendbarometer, Wissensplattform und Think Tank