



Foto: Sven Ebert

16

Der Slogan „I amsterdam“ hat sich zur Marke für die niederländische Hauptstadt entwickelt. Vielfach wird der Schriftzug genutzt und von Touristen und Einheimischen verbreitet

NEWS

- 06 Dresden Marketing ruft zur Video-Mitmachaktion auf
- 07 Stadtmarketing setzt Kampagne „100 Prozent Bad Salzuflen“ fort
- 07 Deutsches Historisches Museum wirbt um Berliner
- 08 Mehr Transparenz mit dem „Eventlotsen Hamburg“
- 09 Zingst positioniert sich stärker als Fotografie-Standort
- 10 Bremer Hans Diers Symposium: „Kulturbegriff wird sich wandeln“

TITELTHEMA

- 12 Community Branding: Im Interview erklärt Sebastian Zenker, Professor für Stadtmarketing, warum Bürger die wichtigste Zielgruppe sind
- 16 „I amsterdam“: Vom Slogan zum Wir-Gefühl

STADT - LAND - REGIONEN

- 18 Wie Städte Community Branding einsetzen
- 22 Schau - Plätze: Die Psychologie der Premiumorte
- 24 Wiener Destinationsmarketing beginnt bei der Stimmung vor Ort

WISSENSCHAFT + BILDUNG

- 27 Universität Konstanz feiert unter dem Motto „Ein Model(l) wird 50“ ihr Jubiläum
- 30 Neuer Markenauftritt für die TH Bingen

KULTUR + GESELLSCHAFT

- 32 Cultural Governance im Kulturtourismus
- 36 Serie Digitale Tools: Per Button zum Bürgermeister
- 38 BZgA-Kampagne: Liebesleben mit Humor

PORTRÄT

- 40 Europäisch vernetzt: European City Marketing

PERSONALIEN

SERVICES

- 45 Dienstleistungsguide
- 46 Buch + Tipps
- 48 Studie: EU entscheidet zu viel
- 49 Studie: Hohe Wohnzufriedenheit in Deutschland
- 50 Termine
- 51 Vorschau

IMPRESSUM



© Dresden Marketing GmbH Foto Sven Döring

40

Dr. Bettina Bunge, Chefin von Dresden Marketing, ist seit 2015 Vice President Meetings Industry beim Verband European City Marketing. Neben Dresden sind auch Berlin, München, Hamburg, Heidelberg, Stuttgart, Nürnberg und Darmstadt Mitglieder der europäischen Organisation