

## **Prof. Dr. Julia Frohne**

Prof. Dr. phil. Julia Frohne, geb. 1969, ist Professorin für Kommunikationsmanagement und Wirtschaftspsychologie an der Westfälischen Hochschule. Zuvor hatte sie eine Professur für Wirtschaftspsychologie und Management an der International School of Management in Dortmund inne und gründete und leitete dort als Akademische Direktorin das „Kienbaum Institut@ISM für Leadership & Transformation“. Aktuelle Vorlesungen und Seminare sind „Strategische Kommunikation“, „Management und Unternehmensführung“, „Zielgruppenanalyse“, „Corporate Identity“, „Markt- und Konsumentenpsychologie“ u.v.m. Schwerpunkte Ihrer Forschungsarbeiten sind anwendungsorientierte Lösungen für komplexe Fragestellungen des Kommunikationsmanagements und der Organisationsentwicklung in Kooperation mit Unternehmen und Institutionen aus dem privaten und öffentlichen Sektor.

Nach ihrem Studium der Kommunikationswissenschaften, Psychologie und Jura an der Johannes Gutenberg Universität in Mainz arbeitete Frau Prof. Dr. Frohne zunächst bei der ZMG ZeitungsMarketing Gesellschaft, Frankfurt, in der Mediaforschung und –beratung und promovierte nebenberuflich an der LMU München mit einer empirischen Arbeit über Werbewirkungsforschung bei Prof. Dr. Brosius. Anschließend war sie zehn Jahre bei dem Prüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG in Berlin, Stuttgart, Düsseldorf und Essen tätig, wo sie als Prokuristin verschiedene Funktionen im Marketing, in der Personalentwicklung sowie im Consulting für den öffentlichen Sektor innehatte, u. a. als Head of Industry Marketing, als Global Media Manager und im Business Development. Von 2008 bis 2010 war sie zudem als Direktorin Marketing & Kommunikation der RUHR.2010 GmbH in Essen für die strategische Ausrichtung und Planung der Marketingkampagne der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 verantwortlich.

Julia Frohne ist Autorin und Mitherausgeberin diverser Bücher und Fachpublikationen und als Referentin für Kulturmarketing und Kommunikationsstrategien tätig. Darüber hinaus ist sie Gutachterin für die Akkreditierung von Studiengängen bei der Foundation For International Business Administration Accreditation (FIBAA), Bonn, sowie bei der Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungs-Institut (ACQUIN) in Nürnberg. Sie ist Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPuK) sowie der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft (DWG).

Frau Prof. Dr. Frohne ist verheiratet und hat zwei Kinder. Sie lebt mit ihrer Familie in Essen.

## Veröffentlichungen:

- Frohne, J./Grünter, M./Weyermanns, M.: Berufseinstieg der Generation Y: Was Kulturinstitutionen wissen sollten, in: Loock, F. et. al. (Hrsg.): Handbuch Kulturmanagement Nr. 63/2018, Kapitel E3.18, S. 39-63
- Frohne, J./Meluzio, S./Bilsing, A.: Der Freundeskreis aus Sicht der Mitglieder. Erwartungen und Einstellungen zur Mitgliedschaft am Beispiel des Freundeskreises Theater und Philharmonie Essen e.V., in: Hausmann, A./Liegel, A.: Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur. Transcript Verlag Bielefeld 2018, S. 121-140
- Belch, T. / Stein, F. / Frohne, J.: „Eines Tages, Baby, werden wir alt sein“: Heterogene Generationenkonzepte im Demografiemanagement am Beispiel der Generation Y, in: Jochmann, W. / Böckenholt, I. / Diestel, S. (Hrsg.): HR Exzellenz. Springer Gabler 2016
- Frohne, J. / Eikenbusch, J.: Demografischer Wandel im Kultursektor: Arbeitsmotivation und -zufriedenheit der Generation Y, in: Scheytt, O. (Hrsg.): Handbuch Kulturmanagement, Hauptkapitel E: Organisation und Personal / Unterkapitel E 3: Mitarbeiterführung, Publisher: DUZ Verlags- und Medienhaus GmbH, Mai 2016
- Frohne, J. / Eikenbusch, J. / Belch, T.: ABSOLVENTEN 2015 UNTER DIE LUPE GENOMMEN: Ziele, Wertvorstellungen und Karriereorientierung der Generation Y. Kienbaum Institut@ISM für Leadership & Transformation (Hrsg.), 2015
- Frohne, J./Frot, A.: Der Einfluss von Persönlichkeit und Stereotypen auf die Karrierechancen von Frauen, in: Aretz, W., Dries, C. (Hrsg.): Zukunft denken – Gegenwart gestalten. Beiträge der Wirtschaftspsychologie zur Gestaltung des 21. Jahrhunderts. Pabst Verlag 2015, S. 82-91
- Frohne, J./Müller, S.: Weiterbildungs- und Qualifizierungsbedarf von Kulturmanagern in Deutschland – Personalentwicklung im Kultursektor, in: Aretz, W., Dries, C. (Hrsg.): Zukunft denken – Gegenwart gestalten. Beiträge der Wirtschaftspsychologie zur Gestaltung des 21. Jahrhunderts. Pabst Verlag 2015, S. 92 - 101
- Frohne, J./Norwidat-Altman, B./Scheytt, O.: Kultursponsoring. Handbuch für kreative Allianzen. Springer VS Verlag 2014
- Frohne et. al.: Kulturplakate: klar-kreativ-kompliziert, in: Public Marketing 04/2014, New Business Verlag, S. 36-39,
- Frohne, J./Müller, S. (2013): Managementqualifizierung von Kulturpersonal, in: Kultur und Management im Dialog, Nr. 82 - Schwerpunkt Personalentwicklung. Sonderdruck 10/2013, S. 22-28
- Frohne, J., Reinke, K. (2013): Personalmanagement und Rekrutierungsprozesse in Kulturbetrieben; Raabe, J. (Hrsg.); in: Handbuch Kulturmanagement und Kulturpolitik; Ausgabe Nr.35, 07/2013; S. 1-30; Raabe Verlag.
- Frohne, J./Pauen, W.: Erholung, Freizeit und Kultur. Tourismuswirtschaft und Regional-entwicklung, in : Emscherplayer 4/2012 (Internetveröffentlichung), <http://www.emscherplayer.de/main.yum?mainAction=magazin&id=77584> (Abruf 26.9.2014)
- Langsch, K./Frohne, J.: RUHR.2010 – Kulturhauptstadt Europas. Marketing- und Kommunikationsplanung, in: Jahrbuch Kulturmarken 2011, S. 84-92
- Frohne, J./Langsch, K./Pleitgen, F./Scheytt, O. (Hrsg.): RUHR. Vom Mythos zur Marke. Klar-text Verlag Essen 2011
- Frohne, J.: Marketingstrategien für kulturelle Großereignisse am Beispiel der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010, in : Kulturmanagement & Kulturpolitik, Loseblattsammlung. H2.15, S. 1-28, Oktober 2010.

- Frohne, J.: RUHR.2010 trägt nachhaltig zur wirtschaftlichen Prosperität bei, in: Börsenzeitung Nr. 115/2010, Sonderbeilage NRW, Seite B5
- Drüge, L./Frohne, J./Kairies, N./Koch, F.: „Entwicklungen und Zukunftsperspektiven von IPTV in Deutschland“. Gemeinsame Publikation von KPMG, VDZ und BITKOM, Berlin, Januar 2008
- KPMG: „Das Marktpotenzial der Konvergenz“, Kompendium (fachliche Leitung und Redaktion, Text), Berlin 2005
- KPMG: „Information, Kommunikation, Medien 2001-2004“, KPMG-Studie, Berlin 2001 (fachliche Leitung), Berlin 2001
- Spanier, J.: „Werbewirkungsforschung und Mediaentscheidung. Förderung des Informations-transfers zwischen Wissenschaft und Praxis“, Dissertation, Verlag Reinhard Fischer, München 2000
- Spanier, J.: „Wirkungen emotionalisierender Werbespots“, in: Werbewirkung im Fernsehen. Aktuelle Befunde der Medienforschung. Verlag Reinhard Fischer, München 1998
- Spanier, J.: „Markenwerbung gewinnt im Media-Mix mit Zeitungen“, in: Verband Österreichischer Zeitungen (Hrsg.): Print-Oskar, Wien 1997, S. 14-16
- Spanier, J.: „Markenwerbung gewinnt im Media-Mix“, in: Markenartikel - Zeitschrift für Marktführung, Nr. 9/1995, S. 428-432
- Spanier, J.: „Emotionale Werbung: Welche Auswirkungen haben solche TV-Spots auf die Wahrnehmung des Werbeumfeldes durch den Zuschauer?“, in: Media Spectrum 2/1995, S. 31-32

#### **Vorträge/Moderationen (Auszug):**

- „Traumjob Kultur – wie kann er halten, was er verspricht? Erwartungen und Erfahrungen von Berufsanfängern im Kultursektor und wie Arbeitgeber damit umgehen können. Vortrag auf dem 10. Kulturinvestkongress Berlin, 14.11.2018
- „Neue Köpfe im Dialog“. Moderation des Panel 3 auf der Kulturkonferenz Ruhr 2018 in Gelsenkirchen (Gäste: Harald Opel, Künstl. Leiter Medienlabor kiU der FH Dortmund; Edwin Jacobs, Direktor Dortmunder U und Prof. Adolf Winkelmann, Filmemacher)
- „Hilfe, die Generation Y kommt. Chancen und Risiken des demografischen Wandels im Kultursektor und Implikationen für Arbeitgeber“, Vortrag auf dem 8. Kulturinvestkongress Berlin, 4.11.2016 und auf der 31. Internationalen Kulturbörse Freiburg, 22.1.2019
- „Multi-sensoric Marketing“. Moderation des internationalen Expertenpanels auf dem Kulturinvestkongress Berlin, 30. Oktober 2014
- „Strategisches Kulturmarketing – was ist das? Eine Einführung“. Vortrag auf der 26. Internationalen Kulturbörse Freiburg, 28.1.2014
- „Guten Tag, kennen wir uns? Zielgruppenansprache im Kulturmarketing“. Vortrag auf der 26. Internationalen Kulturbörse Freiburg, 28.1.2014
- „Gute Plakate und ihre Wirkung. Gestaltungsmerkmale erfolgreicher Kulturplakate“. Vortrag auf dem 5. Kulturinvestkongress, Berlin 24.10.2013
- Interkulturelle Alphabetisierung. Impulsworkshop. Moderation auf der 2. Kulturkonferenz Ruhr, 20.9.2013, Recklinghausen
- „Praxisnah studieren – Managementausbildung an der International School of Management“. Vortrag Rotary Club Essen-Centennial, 19.6.2012

- „Erfolgreiche Bildkommunikation in der Werbung – wie geht das heute?“ Vortrag bild.sprachen Ausstellung und Kongress, Gelsenkirchen, 28.9.2012
- „Wie gut kenne ich mein Publikum? Strategische Zielgruppenansprache im Kultursektor“. Vortrag auf dem 4. KulturInvestKongress, Berlin, 26.10.2012
- „Nachhaltige Effekte von RUHR.2010 (ökonomisch, sozial, kulturell)“. Vortrag bei der Veranstaltung „Gemeinsam Metropole Ruhr gestalten - Interkommunale Zusammenarbeit ab 2010/11“. Gemeinschaftsveranstaltung von RUHR.2010 und KPMG, Folkwang Museum, Essen, 16.4.2010
- „Kampagnenstrategie von RUHR.2010“, Vortrag auf der Sondersitzung der Kulturausschüsse des Deutschen und des NRW Städtetages, Zeche Zollverein, Essen, 3.12.2009
- „RUHR.2010 – Kulturmarke und touristische Destination“, Seminar und Vortrag zum Thema Markenführung als Erfolgsfaktor für Marketing & Sponsoring. Kulturinvestkongress 29./30.10.2009, Berlin
- „Marketingkonzept der RUHR.2010“, Vortrag in der Montagsseminarreihe der bomi (bochumer marketinginitiative) e.V. an der Ruhr Universität Bochum, 15.6.2009
- „Ziele und Kampagnenplanung der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010“, Gastvortrag auf der Gemeinschaftsveranstaltung der Marketingclubs der Metropole Ruhr, 17.11.2008, Jahrhunderthalle Bochum

#### **STUDIEN / FORSCHUNG seit 2010:**

- Studie zur Candidate Experience von Berufsanfängern im Kultursektor, 2018
- Mitgliederbefragung des Freundeskreises der Theater- und Philharmonie Essen, 2016/17
- Studie zu Arbeitsmotivation und –Karriereorientierung der Generation Y, 2015
- Studie zur Auswirkung von HR Exzellenz auf die Unternehmensperformance von deutschsprachigen Unternehmen, 2015
- Entwicklung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie zur Ansprache junger Zielgruppen für einen Süßgebäckhersteller, 2015
- Diverse Studien zu Personalentwicklung und Arbeitssituation im Kultursektor in Zusammenarbeit mit Kulturmanagement Network und der Kulturpersonal GmbH, 2012-2016
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Ruhrtriennale in Zusammenarbeit mit der kaufmännischen Leitung und der Marketingleitung, Kultur Ruhr GmbH, Gelsenkirchen, 2013
- Besucherbefragung für das Kunstmuseum in der Alten Post, Mülheim an der Ruhr. Workshop mit Studierenden in Zusammenarbeit mit der Museumsdirektorin Dr. Beate Reese, 2012
- Herausforderungen und Trends für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 – Umfrage unter Unternehmen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr in Zusammenarbeit mit ecce, Dortmund
- Die Emscher als touristische Destination. Potenzialanalyse und Entscheiderbefragung für die EmscherGenossenschaft, 2011