

Schriften

Vorträge

Lehrveranstaltungen

Praxiskooperationen

Wissenschaftliche Veröffentlichungen:

in Vorbereitung:

Harkort, V., Stawinoga, M., Degen, M. & Weinacht, S. (in Vorbereitung). Integrationsberichterstattung.
Weinacht, S. & Spiller, R. (in Vorbereitung). Datenjournalismus als neue Art des Journalismus und als Form der Automatisierung.

in Druck/Redaktion:

bereits erschienen:

2019

Weinacht, S. & Krause, T. (2019). Musikzeitschriften. In H. Schramm (Hg.). Handbuch Musik und Medien. (2. Aufl.) Wiesbaden: Springer Nature. Online first: https://doi.org/10.1007/978-3-658-21943-7_12-1.

2018

Weinacht, S. (2018). Journalismus und Werbung. Zur Trennung von redaktionellen Inhalten und kommerzieller Kommunikation. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden: Springer VS. Online first: [doi:10.1007/978-3-658-09632-8_52-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_52-1).

2017

Weinacht, S. (2017). Medienforschung. Reihe: Lernbriefe der TAW. Wuppertal: Technische Akademie Wuppertal.

2016

Tropp, J. & Weinacht, S. (2016). Management von Medienmarken. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden: Springer VS. Online first: [doi:10.1007/978-3-658-09632-8_21-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_21-1).

Spiller, R.; Weinacht, S. & Köhler, A. (2016). Communication Courses in MBA Programmes: An Analysis of Curricula of Business Schools in the United States and Europe. In: P. S. Brønn; S. Romenti & A. Zerfass (Eds.). The Management Game of Communication (85-96). Bingley: Emerald.

Weinacht, S. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten. Reihe: Lernbriefe der TAW. Wuppertal: Technische Akademie Wuppertal.

Weinacht, S. (2016). Empirische Methoden. Reihe: Lernbriefe der TAW. Wuppertal: Technische Akademie Wuppertal.

2015

- Weinacht, S. (2015). Marketing Communication of Media Brands: A Literature Review. In: G. Siegert; K. Foerster; S. Chan-Olmsted & M. Ots (Eds.). Handbook of Media Branding (229-247). New York: Springer International. DOI: 10.1007/978-3-319-18236-0.
- Spiller, R. & Weinacht, S. (2015, 6. Feb.). Defining And Describing Data Journalism. European Journalism Observatory. Online: http://en.ejo.ch/10234/digital_news/research-defining-describing-data-journalism, zuletzt am 10.02.2015.

2014

- Weinacht, S. & Spiller, R. (2014). Datenjournalismus in Deutschland. Eine explorative Untersuchung zu Rollenbildern von Datenjournalisten. Publizistik, 59(4), 411-433. DOI: 10.1007/s11616-014-0213-5
- Weinacht, S. (2014). Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Reihe: Lernbriefe der TAW. Wuppertal: Technische Akademie Wuppertal.

2013

- Weinacht, S. & Spiller, R. (2013). Wie wissenschaftlich ist Datenjournalismus? Ergebnisse einer bundesweiten Befragung. WPK-Quarterly, 1, 14-15.

2012

- Spiller, R. & Weinacht, S. (2012). An-Institute im Bereich „Medien und Kommunikation“. Befunde einer qualitativen Studie zu einer Organisationsform von Wissenschaft in Deutschland. Medien & Kommunikationswissenschaft, 60 (4), S. 577-597.
- Klimmt, C.; Krämer, B. & Weinacht, S. (2012). Medienpersonen als Repräsentanten von Sendern im TV-Markt. In J. Müller-Lietzkow (Hg.). Ökonomie, Qualität und Management von Unterhaltungsmedien. Reihe: Medienökonomie, Bd. 1. (S. 179-200). Baden-Baden: Nomos.

2011

- Weinacht, S. (2011). Medienjournalismus als Eigen-PR? In V. Lilienthal (Hg). PR und Journalismus - Zwischen Kooperation und Konfrontation. Dokumentation einer Fachkonferenz der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus, Universität Hamburg und des Netzwerks Recherche, 11./12. Februar 2011. Online: https://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/sowi/journalistik/Schnedler/Fachkonferenz_PR_Journalismus_2011_Doku_FINAL.pdf (S. 87-92); zuletzt am 06.11.2011

2009

- Weinacht, S. (2009). Medienmarketing im Redaktionellen. Medienthematisierungen als Instrument der Unternehmenskommunikation von Medienorganisationen. Reihe: Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Bd. 23. Baden-Baden: Nomos.

- Krause, T. & Weinacht, S. (2009). Musikzeitschriften. In H. Schramm (Hg.). Handbuch Musik und Medien (S. 329-361). Konstanz: UVK.
- Klimmt, C.; Weinacht, S. & Donner, B. (2009). Netzkompetenz gleich Werberesistenz? Ein Experiment zur Erinnerung von Online-Werbung in Abhängigkeit von der Interneterfahrung. Medienwirtschaft, 6 (1), S. 6-17.

2008

- Schramm, H. & Weinacht, S. (2008). Musik und Medien – eine Auswahlbibliographie. In S. Weinacht & H. Scherer (Hrsg.), Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien. Reihe: Musik und Medien, Bd. 1 (S. 207-226). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weinacht, S. & Scherer, H. (Hrsg.). (2008). Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien. Reihe: Musik und Medien, Bd. 1. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weinacht, S. & Scherer, H. (2008). „Musik und Medien“ auf dem Weg aus dem Niemandsland der Disziplinen. In S. Weinacht & H. Scherer (Hrsg.), Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien. Reihe: Musik und Medien, Bd. 1 (S. 7-16). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kemner, B., Scherer, H. & Weinacht, S. (2008). Unter der Tarnkappe. Der Einsatz „volatiler Themen“ und „opportuner Zeugen“ in der Berichterstattung zum Übernahmeversuch der ProSiebenSat.1 Media AG durch den Springer-Verlag. Publizistik, 53 (1), S. 65-84.

2007

- Schneider, B. & Weinacht, S. (Hrsg.). (2007). Musikwirtschaft und Medien. Märkte – Unternehmen – Strategien. Reihe: Praxisforum Medienmanagement, Bd. 7. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Weinacht, S. & Hohlfeld, R. (2007). Das Hofnarren-Komplott. Deskriptiv-theoretische Herleitung von Entgrenzung und Selbstthematisierung im Journalismus. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde (S. 157-207). Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weinacht, S. & Schneider, B. (2007). Kooperation und Konkurrenz. Zum Verhältnis von Musik und Medien. In B. Schneider & S. Weinacht (Hrsg.), Musikwirtschaft und Medien. Märkte – Unternehmen – Strategien. Reihe: Praxisforum Medienmanagement, Bd. 7 (S. 5-14). München: Verlag Reinhard Fischer.

2006

- Weinacht, S. & Seegel, M. (2006). Charts als Steuerungselement des Musikmarkts - Der medienökonomische Nutzen von Hitlisten aus Sicht der Musikindustrie. In M. Friedrichsen, W. Mühl-Benninghaus & W. Schweiger (Hrsg.), Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Onlinekommunikation (S. 273-305). München: Verlag Reinhard Fischer.
- Weinacht, S., Kähne, C. & Schmittfull, H. (2006). Stell Dir vor, es gibt Synergienmöglichkeiten und keiner nutzt sie. Empirische Untersuchungen zum Einfluss der Medienunternehmen auf die Thematisierung von Medien. Poster präsentiert auf der Jahrestagung "Medien in der Marktwirtschaft. Wie Wirtschaft die öffentliche Kommunikation und öffentliche Kommunikation die Wirtschaft prägt" der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und

Kommunikationswissenschaft am 18. und 19. Juni 2006 in Dresden. (von der DGPUK ausgezeichnet als „beste Posterpräsentation des wissenschaftlichen Nachwuchses“)

2005

Weinacht, S. (2005). Auf verschiedenen Meeren. Bericht über die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 4.-6. Mai 2005 in Hamburg. Publizistik, 2, S. 246-247.

Weinacht, S. (2005). Kritische Masse. Ein Blick zurück auf die Hamburger Jahrestagung der DGPUK. Aviso, 39, S. 26-27.

2003

Weinacht, S. (2003). Ein Analyseinstrument für die Pressearbeit. pr-forum, 4, 166-173.

Weinacht, S. (2003). Der Traktor im Marketing-Mix. Zur Funktion der Pressearbeit in der Produkt-PR am Beispiel der Musikindustrie. pr-forum, 3, S. 117-121.

2002

Weinacht, S. & Quiring, O. (2002). "Irgendwie wichtig". Tagungsbericht Kommunikation und Politik & Arbeitskreis Politik und Kommunikation. Aviso, (30), S. 16.

Wissenschaftliche Vorträge:

2019

Weinacht, S. & Spiller, R. (2019, September). Vortrag zum Thema „Berufsfeldstudie Datenjournalismus in Deutschland“. Vortrag auf der Tagung „SciCAR – Where Science Meets Computer Assisted Reporting“ veranstaltet von TU Dortmund, Science Media Center Germany und Wissenschafts-Pressekonferenz. 09. - 11. September 2019, Dortmund.

Spiller, R. & Weinacht, S. (2019, Mai). Vortrag zum Thema „Data journalism in the classroom: ready to take off? Results of a literature review and a quantitative survey“ auf der 5th Annual Conference of ECREA Journalism and Communication Education Temporary Working Group at University of Salzburg, 17-18th May 2019, Salzburg.

2018

Weinacht, S. & Spiller, R. (2018, September). Vortrag zum Thema „20 Jahre sozialwissenschaftlicher Forschung zu Datenjournalismus – Trends und Defizite“. Vortrag auf der Tagung „SciCAR – Where Science Meets Computer Assisted Reporting“ veranstaltet von TU Dortmund, Science Media Center Germany und Wissenschafts-Pressekonferenz. 24. - 26. September 2018, Dortmund.

2016

Weinacht, S. (2016, November). Daten und Journalismus = Datenjournalismus?. Vortrag im Rahmen des Journalistenkollegs „Tauchgänge in die Wissenschaft“ der Robert Bosch Stiftung in Kooperation mit der Leopoldina, Nationale Akademie der Wissenschaften, 26. November, Saarbrücken.

2015

Spiller, R. & Weinacht, S. (2015, Oktober). Datenjournalismus in Deutschland. Erste empirische Ergebnisse. Vortrag auf der Auftaktveranstaltung „Daten Labor“ der Förderinitiative „Wissenschaft und Datenjournalismus“ der Volkswagen Stiftung in Kooperation mit dem Netzwerk recherche, 23.-24. Oktober, Dortmund.

Spiller, R.; Weinacht, S. & Köhler, A. (2015, Oktober). The Business School Fortress – still not taken. Vortrag auf dem Annual Congress „The Management Game Of Communication: How PR/Corporate Communication Supports Organizations and What Communicators Can Learn from Management Disciplines“ der European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA), 1.-3. Oktober, Oslo.

Spiller, R.; Weinacht, S. & Degen, M. (2015, September). Crowdfunding and Data Journalism. Financing and Producing Journalism in the 21st Century? Discussing Two Phenomena From an Economic Point of View. Vortrag auf dem Symposium „Change in Journalism“ der Volkswagen Stiftung und der Universitäten Eichstätt, Passau und Leipzig, 16-18. September, Hannover.

2014

Spiller, R. & Weinacht, S. (2014, November). Data Driven Journalism: Empowerment of Citizens. An Explorative Study Concerning Role Models of Data-Journalists. Vortrag auf der European Communication Conference „Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations“ der European Communication Research and Education Association, 12.-15. November, Lissabon.

Weinacht, S. (2014, Februar). Media Brands And Their Marketing Communication – The Media Branding Point of View. Vortrag auf dem International Workshop „The Evolution Of Media Branding“

– Locating An Interdisciplinary Research Area“ der Universitäten Zürich und Wien, 6.-7. Februar, Zürich.

2013

Spiller, R. & Weinacht, S. (2013, April). Kommunikationswissenschaftliche An-Institute als Beispiel für Transdisziplinarität. Befunde einer qualitativen Studie. Vortrag auf der Tagung "Transdisziplinarität in der Kommunikations- und Medienwissenschaft - Return on Investment oder vergebliche Liebesmüh?" der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM), 12.-13. April 2013, Winterthur.

Spiller, R. & Weinacht, S. (2013, Februar). Datenjournalismus in Deutschland — Eine explorative Untersuchung zu Selbstverständnis und Rollenbildern von Datenjournalisten. Vortrag auf der Tagung „Von analog nach digital – Journalismus und Technik“ der Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, 7.-9. Februar 2013, München.

2012

Weinacht, S. (2012, Juni). Herausforderungen an die integrierte Kommunikation im Zeichen der Social Media. Probevorlesung an der Dualen Hochschule Baden Württemberg Mosbach, Standort Heilbronn.

2011

Weinacht, S. (2011, November). Was leistet die Kommunikationsforschung für Journalismus und Public Relations? Probevorlesung an der Westfälischen Hochschule, Standort Gelsenkirchen.

Weinacht, S. (2011, September). Media brand management in editorial content. Vortrag auf der Tagung "Between authenticity and image: managing media brands in a transforming landscape" der Universität Wien.

Spiller, R. & Weinacht, S. (2011, Juni). Kommunikationswissenschaftliche An-Institute in Deutschland als Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis. Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 01. bis 03. Juni 2011, Dortmund.

Weinacht, S. (2011, Mai). Kommunikation der Vorzüge des Hybrid-Antriebs bei Kraftfahrzeugen für unterschiedliche Zielgruppen mit variierenden Medienformen. Und: Medienmarketing im Redaktionellen. Probevorlesung an der Hochschule Aschaffenburg.

Weinacht, S. (2011, Februar). Medienjournalismus als Eigen-PR? Vortrag auf der Konferenz PR und Journalismus – zwischen Konfrontation und Kooperation an der Universität Hamburg; veranstaltet von netzwerk recherche und der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus.

2010

Weinacht, S. (2010, November). Medienmarketing im Redaktionellen. Vortrag auf dem Symposium „25 Jahre Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung“, 20. November 2010, Hannover.

- Weinacht, S.; Krämer, B. & Klimmt, C. (2010, November). Medienpersonen als Repräsentanten von Sendern im TV-Markt. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, 11. bis 13. November 2010, Paderborn.
- Weinacht, S. (2010, Oktober). Steuerung der Social Media in der Unternehmens-PR. Probevorlesung an der Hochschule der Medien, Stuttgart.
- Weinacht, S. (2010, Mai). Web 2.0 im traditionellen Kommunikations-Mix. Probevorlesung an der Ostfalia Hochschule, Salzgitter.

2009

- Weinacht, S. (2009, Dezember). Medienmärkte im Wandel. Veränderte Wertschöpfungsstrukturen mit neuen Herausforderungen für Medienunternehmen. Probevorlesung an der Macromedia Hochschule.
- Weinacht, S. (2009, November). PR-Online. Was morgen ist war gestern. Neue Perspektiven für die Kommunikation!? Probevorlesung an der Fachhochschule Hannover.
- Weinacht, S. (2009, August). Medien zwischen öffentlichem Auftrag und wirtschaftlichen Interessen. Probevorlesung am EBC Düsseldorf, Hochschule für internationales Management.
- Weinacht, S. & Krause, T (2009, Januar). Zum Wandel journalistischer Angebote in Musikzeitschriften. Vortrag auf dem Workshop „Medien- und Musikentwicklung“ am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover.

2008

- Weinacht, S. & Schramm, H. (2008, Mai). Steckt Musik in der Kommunikationswissenschaft? Status quo und Perspektiven der interdisziplinären Forschung zu "Musik und Medien". Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, 30. 04. bis 2.05.2008, Lugano.

2007

- Kemner, B., Scherer, H. & Weinacht, S. (2007, Mai). Tarnkappenbomber? Der Einsatz volatiler Themen und opportuner Zeugen in der Berichterstattung zum Übernahmeversuch der proSiebenSat.1 Media AG durch den Springer-Verlag. Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, 16. bis 18.05.2007, Bamberg.

2006

- Weinacht, S. (2006, Juni). Handy, Podcasting und Blogging als Marketinginstrumente der Moderne. Vortrag auf dem 3. Musikworkshop "Klassische Musik und Marketingstrategien" der Landesanstalt für Medien NRW in Kooperation mit dem deutschen Musikrat, 8.-9.06.2006, Düsseldorf.

2005

- Weinacht, S. (2005, November). Wo spielt die Musik? Zur medienökonomischen und gesellschaftlichen Relevanz der Musik-Charts unter besonderer Berücksichtigung der Download-Charts. Vortrag auf der Gemeinsamen Tagung der DGPK-Fachgruppen "Medienökonomie" und "Computervermittelte Kommunikation", 10.-12.11.2005, Berlin.
- Weinacht, S. & Hohlfeld, R. (2005, Februar). Entgrenzung und Selbstbezug. Vortrag auf der Tagung der DGPK Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung ("Journalismus und Unterhaltung"), 24.-26.02.2005, Salzburg.

2004

- Weinacht, S. (2004, Mai). Redaktionelle Cross-Promotion durch Zitate. Vortrag auf der Jahrestagung "Mythos Mediengesellschaft" der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, 19. bis 21.05.2004, Erfurt.

Lehrveranstaltungen:

WS 2019/20

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Empirische Methoden (Technische Akademie Wuppertal – taw)

SS 2019

- Wissenschaftliches Arbeiten (2SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 2 (4 SWS, w-hs)
- Branding (2 SWS, w-hs)
- Medienforschung (Technische Akademie Wuppertal – taw)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)

WS 2018/19

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Technische Akademie Wuppertal – taw)
- Empirische Methoden (Technische Akademie Wuppertal – taw)

SS 2018

- Forschungsfrei an der w-hs
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)

WS 2017/18

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)

- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)
- Medienforschung (2 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)

SS 2017

- Empirie Vertiefung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 2 (4 SWS, w-hs)
- Branding (2 SWS, w-hs)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)
- Empirische Methoden (4 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)

WS 2016/17

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)
- Medienforschung (2 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)

SS 2016

- Medienforschung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, 2x, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 2 (4 SWS, w-hs)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie Baden-Württemberg)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Einführung ins Medienmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Einführung Medieninstitutionen und Medienorganisationen (Vorlesung Popakademie)
- Digitale Medienwelt – Medienmodelle der Zukunft (Vorlesung, Popakademie)
- Veränderung der Medienlandschaft durch das Internet (Vorlesung, Popakademie)
- Einführung in die Kommunikationswissenschaft (4 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)
- Empirische Methoden (4 SWS, Technische Akademie Wuppertal – taw)

WS 2015/16

- Lehrforschungsprojekt 1 (MA, 2 SWS, w-hs)
- Elternzeit
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)

SS 2015

- Medienforschung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, 2x, w-hs)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Einführung in die Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, Technische Akademie Wuppertal – taw)

WS 2014/15

- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- German Media System (Vorlesung, w-hs)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)
- Media System in Germany (Vorlesung, Popakademie)

SS 2014

- Medienforschung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, 2x, w-hs)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)

WS 2013/14

- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- German Media System (Vorlesung, w-hs)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)
- Media System in Germany (Vorlesung, Popakademie)

SS 2013

- Medienforschung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, 2x, w-hs)
- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, 2x, w-hs)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)

WS 2012/13

- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, 2x, w-hs)

- German Media System (Vorlesung, w-hs)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)
- Media System in Germany (Vorlesung, Popakademie)
- Medienwirkungen (Vorlesung, Popakademie)

SS 2012

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (Vorlesung, 3 SWS, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation Köln - mhmk)
- Einführung in die Musikökonomie (Vorlesung, 3 SWS, mhmk)
- Wissenschaftliche Methoden (Vorlesung, 2 SWS, 3x, mhmk)
- Präsentationstechnik und Bewerbungstraining (BA-Seminar, 2 SWS, 5x, mhmk)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)

WS 2011/2012

- Internet und Mobilkommunikation (Vorlesung, 3 SWS, mhmk)
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (Vorlesung, 3 SWS, 4x, mhmk)
- Einführung in die Musikökonomie (Vorlesung, 2 SWS, mhmk)
- Rhetorik und Präsentation (BA-Seminar, 2 SWS, 2x, mhmk)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)

SS 2011

- Internet und Mobilkommunikation (Vorlesung, 3 SWS, 2x, mhmk)
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (Vorlesung, 3 SWS, mhmk)
- Medienforschung = Einführung in die Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft sowie Einführung in die Methoden der empirischen Sozialforschung (Vorlesung, 2 SWS, mhmk)
- Personalführung (Vorlesung, 2 SWS, mhmk)
- Rhetorik und Präsentation (BA-Seminar, 2 SWS, 4x, mhmk)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)
- Kreatives Schreiben für die PR (Seminar, Popakademie)

WS 2010/2011

- Internet und Mobilkommunikation (Vorlesung, 3 SWS, mhmk)
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (Vorlesung, 3 SWS, 3x, mhmk)
- Rhetorik und Präsentation (BA-Seminar, 2 SWS, 2x; mhmk)
- Personalführung (Vorlesung, 2 SWS, mhmk)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)

SS 2010

- Internet und Mobilkommunikation (Vorlesung, 3 SWS, 2x, mhmk)
- Rhetorik und Präsentation (BA-Seminar, 2 SWS, 3x, mhmk)
- Personalführung (Vorlesung, 2 SWS, mhmk)
- Investition und Finanzierung (Vorlesung, 2 SWS, 2x, mhmk)
- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)

WS 2009/2010

- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)

SS 2009

- PR-Theorie (Vorlesung, Popakademie)
- PR als strategisches Kommunikationsmanagement (Vorlesung, Popakademie)

WS 2008/2009

- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)

SS 2008

- Implement your institute's image (MA-Seminar, 2 SWS, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung Hannover - IJK)
- Medien in Medien (MA-Seminar, 2 SWS, IJK)

WS 2007/2008

- Medienmarketing (MA-Seminar, 2 SWS, IJK)
- Kommunikationsstrategie fürs IJK (BA-Seminar, 2 SWS, IJK)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)
- Mediengeschichte im 20. Jahrhundert (Vorlesung, Popakademie)

SS 2007

- Werbepsychologie (BA-Seminar, 2 SWS, IJK)
- Personalwesen (BA-Seminar, 2 SWS, IJK)

WS 2006/2007

- Medienmarketing (MA-Seminar, 2 SWS, IJK)
- Medien-Journalismus und Medien-PR (BA-Seminar, 2 SWS, IJK)

SS 2006

- Die Geschichten des Boulevard (Werkstattseminar, 2 SWS, IJK)
- Musikmarkt (Ringvorlesung, 2 SWS, IJK)

WS 2005/2006

- Medienmarketing (MA-Seminar, 2 SWS, IJK)
- Die Geschichten des Boulevard (Werkstattseminar, 2 SWS, IJK)

SS 2005

- PR als Marketing-Tool (MA-Seminar, 2 SWS, IJK)
- Ökonomisierung und Kommerzialisierung (MA-Seminar, 2 SWS, IJK)

WS 2004/2005

- PR- und Journalismusproblem (Aufbaukurs, 2 SWS, Friedrich Alexander Universität Erlangen Nürnberg - FAU)

SS 2004

- Öffentlichkeitsarbeit von Medienunternehmen (Aufbaukurs, 2 SWS, FAU)

WS 2003/2004

- Zur Thematisierung von Medien in Medien (Aufbaukurs, 2 SWS, FAU)

SS 2003

- Medien-PR und Medienberichterstattung (Aufbaukurs, 2 SWS, FAU)

WS 2002/2003

- Journalismusforschung (Aufbaukurs, 2 SWS, FAU)

SS 2002

- PR-Forschung (Aufbaukurs, 2 SWS, FAU)

WS 2001/2002

- Kommunikationswissenschaftliche Theorien und ihre Anwendung in den PR (Aufbaukurs, 2 SWS, FAU)

Praxiskooperationen seit 2010

SS 2019

- Stadt Herne, Fachbereich Kinder-Jugend-Familie; Event-Bausteine für Fest zum Kita-Förderpreis

WS 2018/19

-

SS 2018

- Forschungsfrei an der w-hs

WS 2017/18

- Fachgruppe Informatik der w-hs (Bildung), 360Grad Imagevideo
- Fachgruppe Journalismus & Public Relations der w-hs (Bildung), englischsprachige Imagebroschüre & Flyer
- Uni Hamburg, Prof. Dr. Weischenberg, Gastvortrag

SS 2017

- Farbfilmfreunde (Medien), Unternehmensberatung „Youtube-Star“
- Sparkasse Gelsenkirchen (Finanzen), Imagevideo
- Zentrale Studienberatung der w-hs (Bildung), Imagevideo
- Jung von Matt brand identity, Markus Bode, Gastvortrag

WS 2016/17

- Emscher Lippe Energie (Mineralöl und Energie), Werbefilm
- J.B.O. (Musik), Interviewtraining
- Uni Münster, Prof. Dr. Merten, Gastvortrag

SS 2016

- Westfälische Hochschule (Bildung), Eventmanagement Einführungswoche

WS 2015/16

- Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes NRW (öffentliche Verwaltung), Journalistenbefragung
- Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes NRW (öffentliche Verwaltung), Projektwoche „Das neue Wir“ zur Integration in Deutschland

SS 2015

- Deutscher Journalistenverband, Sektion Nordrhein-Westfalen (Medien), Journalistenbefragung
- Westfälische Hochschule (Bildung), Markteinführung neuer Studiengang
- Wilde 13 (gemeinnütziger Verein), Marketingmaßnahmen Mitgliederwerbung
- Uni Zürich, Prof. Dr. Siegert & Dr. Brecheis, Gastvortrag

WS 2014/15

- Reviertour (Medien), Online-Beiträge
- Wilde 13 (gemeinnütziger Verein), Marketingkonzept Mitgliederwerbung
- Uni Mainz, Prof. Dr. Kepplinger, Gastvortrag

SS 2014

- bp Gelsenkirchen (Mineralöl und Energie), Imagescan unter Anrainern
- Reviertour (Medien), Online-Videos
- Wilde 13 (gemeinnütziger Verein), Zielgruppenbefragung
- Uni Düsseldorf, Prof. Dr. Vowe, Gastvortrag

WS 2013/14

- WWF (gemeinnützige Einrichtung), Content Audit
- Deepwood (Personaltraining), Kommunikationskonzept iPad Trophy
- Pilot (Mediaagentur), Matthias Quittek, Gastvortrag
- Uni Hohenheim, Prof. Dr. Schweiger, Gastvortrag

SS 2013

- Mercedes Lueg (Automotive), Image Scan
- Pracht Lamas (gemeinnütziger Verein), Kommunikationskonzept Lama-Wandern

WS 2012/13

-

SS 2012

- Mediabolo (Medien), Exkursion und Freikartenangebote
- unicepta (Marktforschung), Evelyn Engesser, Gastvortrag
- J.B.O. (Musik), Veit Kutzer, Gastvortrag

WS 2011/12

- EMI (Musik), Exkursion
- WDR-Rundfunkorchester (Medien), Exkursion
- Mediabolo (Medien), Exkursion und Freikartenangebote
- Omnicom Media Group (Marktforschung), Tilman Weißgerber, Gastvortrag
- lunapark (Marketing), Christian Vollmert, Gastvortrag
- HaimSpiel (Marketing), Michael Richter, Gastvortrag
- BaM! Interactive marketing GmbH (Marketing), Mustafa Mussa, Gastvortrag

SS 2011

- Telekom (Telekommunikation), Randle Nestor, Think Tank für Day of Digital Music
- Motor FM (Medien), Tim Renner, Gastvortrag
- tns infratest (Meinungsforschung), Melanie Arens, Gastvortrag
- lunapark (Marketing), Christian Vollmert, Gastvortrag
- HaimSpiel (Marketing), Michael Richter, Gastvortrag
- BaM! Interactive marketing GmbH (Marketing), Mustafa Mussa, Gastvortrag

WS 2010/11

- tns infratest (Meinungsforschung), Melanie Arens, Gastvortrag
- lunapark (Marketing), Christian Vollmert, Gastvortrag
- BaM! Interactive marketing GmbH (Marketing), Mustafa Mussa, Gastvortrag

SS 2010

- c/o-Pop (Messe), Kommunikationskonzept
- BaM! Interactive marketing GmbH (Marketing), Mustafa Mussa, Gastvortrag
- EMI (Musik), Kamran Soroush, Gastvortrag
- Musical Dome (Events), Kurt Hrubesch, Gastvortrag
- Robert R. Kessler (Fachautor Musikwirtschaft), Gastvortrag