

**(Stand 2024/01)**

**Schriften**

**Vorträge**

**Lehrveranstaltungen**

**Praxiskooperationen**

**Fortbildungen**

**Akademische Selbstverwaltung**

## **Wissenschaftliche Veröffentlichungen:** \_\_\_\_\_

### ***in Vorbereitung:***

### ***in Druck/Redaktion:***

Waldeier, Ann-Elen; Weinacht, Stefan & Morasch, Christopher (2024). The Role of Greenwashing Suspicion for Advertising Effectiveness. In Weder, Franzisca (Ed.). Strategic Sustainability Communication. Principles, Perspectives and Potential of Communication for Transformation.

### ***bereits erschienen:***

Johann, M.; Weinacht, S.; Brinkmann, L. & Spiller, R. (2023). The State of New Work in the Information and Communication Industry: How Innovative Methods of Work Affect the Achievement of Organizational Goals. In A. Godulla & S. Böhm (Hg.). Digital Disruption and Media Transformation - How Technological Innovation Shapes the Future of Communication. Wiesbaden (229-242): Springer.

Hobbold, A.-M.; Weinacht, S. & Spiller, R. (2023). Sind digitale Unternehmensevents die besseren Events für die interne Kommunikation? Transfer – Zeitschrift für Kommunikations- und Markenmanagement, 69(3), 64-72.

Tropp, J. & Weinacht, S. (2022). Media Brand Management. In J. Krone, T. Pellegrini (Hg.). Handbook of Media and Communication Economics (1-25; online first). Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-34048-3\_21-2

Weinacht, S. & Spiller, R. (2022). Datenjournalismus in Deutschland revisited. Eine vergleichende Berufsfeldstudie im Längsschnittdesign. Publizistik, 67(2-3), 243-274. DOI: 10.1007/s11616-022-00747-7

Weinacht, S. (2022). Journalism and Advertising. On the Separation of Editorial Content and Commercial Communication. In: J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbook of Media and Communication Economics (1-42; online first). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-34048-3\_52-2

Weinacht, S.; Held, B. & Degen, M. (2022). Kompensationsgeschäfte. Zur Weiterentwicklung des Intereffikationsmodells. In: S. Pranz, H. Heidbrink, F. Stadel & R. Wagner (Hg.). Journalismus und Unternehmenskommunikation. Zwischen Konvergenz und Konkurrenz. (165-189). Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-35471-8

Weinacht, S. (2022). Journalismus und Werbung. Zur Trennung von redaktionellen Inhalten und kommerzieller Kommunikation. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbuch Medienökonomie (1-40; online first)(2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-09632-8\_52-2

Weinacht, S. (2021). Werbewirkung auf journalistische Medieninhalte. transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, 67(4), 28-32.

Weinacht, S. & Tschmuck, P. (2021). Die digitale Transformation der Medien und ihre Auswirkung auf die Promotion. In: A. Endreß & H. Wandjo (Hg.). Musikwirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung. Handbuch für Wissenschaft und Praxis (433-463). Baden-Baden: Nomos.

Weinacht, S. (2020). Journalismus und Werbung. Zur Trennung von redaktionellen Inhalten und kommerzieller Kommunikation. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbuch

- Medienökonomie (1389-1426). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-09632-8\_52-1
- Tropp, J. & Weinacht, S. (2020). Management von Medienmarken. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbuch Medienökonomie (677-703). Wiesbaden: Springer VS.
- Weinacht, S. & Krause, T. (2019). Musikzeitschriften. In H. Schramm (Hg.). Handbuch Musik und Medien. (2. Aufl.)(303-337). Wiesbaden: Springer Nature.
- Weinacht, S. (2017). Medienforschung. Reihe: Lernbriefe der TAW. Wuppertal: Technische Akademie Wuppertal.
- 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.
- 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](http://en.ejo.ch/10234/digital_news/research-defining-describing-data-journalism), zuletzt am 10.02.2015.
- 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.
- Weinacht, S. & Spiller, R. (2013). Wie wissenschaftlich ist Datenjournalismus? Ergebnisse einer bundesweiten Befragung. WPK-Quarterly, 1, 14-15.
- 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.
- 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](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
- 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.
- 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.
- 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.
- 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 Synergiemöglichkeiten 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 DGPK ausgezeichnet als „beste Posterpräsentation des wissenschaftlichen Nachwuchses“)
- 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 DGPK. *Aviso*, 39, S. 26-27.
- 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.
- Weinacht, S. & Quiring, O. (2002). "Irgendwie wichtig". Tagungsbericht Kommunikation und Politik & Arbeitskreis Politik und Kommunikation. *Aviso*, (30), S. 16.

## Wissenschaftliche Vorträge:

- Ohde, A.; Spiller, R. & Weinacht, S. (2023, Mai). Vortrag zum Thema „Automatisierung im Journalismus – ein systematischer Literaturüberblick.“ Vortrag auf der 68. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). 18.-20.05.2023, Bremen.
- Spiller, R.; Bachström, N. & Weinacht, S. (2021, Juli). Vortrag zum Thema „Media staging strategies of terrorists and counter-measures.“ Vortrag auf der International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Conference 2021. 11.-15.07.2021, Nairobi.
- Weinacht, S.; Harkort, V.; Stawinoga, M. & Degen, M. (2020, März). Vortrag zum Thema „Integrations- und Migrationsberichterstattung und der Vorwurf der ‚Lügenpresse‘.“ Vortrag auf der 65. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). 10.-12.03.2020, München.
- 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 „Trial and Error“ - 5th Annual Conference of ECREA Journalism and Communication Education Temporary Working Group at University of Salzburg, 17-18th May 2019, Salzburg.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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 (ECREA), 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.
- 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 (DGPK), 7.-9. Februar 2013, München.
- Weinacht, S. (2012, Juni). Herausforderungen an die integrierte Kommunikation im Zeichen der Social Media. Probevorlesung an der Dualen Hochschule Baden Württemberg Mosbach, Standort Heilbronn.
- 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 (DGPK), 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.
- 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 (DGPK), 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.
- 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.
- 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 (DGPuK), 30. 04. bis 2.05.2008, Lugano.
- 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 (DGPuK), 16. bis 18.05.2007, Bamberg.
- 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.
- 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 DGPuK-Fachgruppen "Medienökonomie" und "Computervermittelte Kommunikation", 10.-12.11.2005, Berlin.
- Weinacht, S. & Hohlfeld, R. (2005, Februar). Entgrenzung und Selbstbezug. Vortrag auf der Tagung der DGPuK Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung ("Journalismus und Unterhaltung"), 24.-26.02.2005, Salzburg.
- Weinacht, S. (2004, Mai). Redaktionelle Cross-Promotion durch Zitate. Vortrag auf der Jahrestagung "Mythos Mediengesellschaft" der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK), 19. bis 21.05.2004, Erfurt.

## Lehrveranstaltungen:

---

### SS 2024

- Wissenschaftliches Arbeiten (4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 2 (4 SWS, 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 2023/24

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Wissenschaftliches Arbeiten (Vorlesung, 2 SWS, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)

### SS 2023

- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 2 (4 SWS, 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 2022/23

- Forschungsfrei an der w-hs
- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)

### SS 2022

- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 2 (4 SWS, 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 2021/22

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)

## SS 2021

- Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, 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)
- Überblick über Musikpresse online/offline (Vorlesung, Popakademie)

## WS 2020/21

- Strategische Kommunikation (2 SWS, w-hs)
- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirische Methoden (Vorlesung, 4 SWS, w-hs)
- Empirie Vertiefung (2 SWS, w-hs)

## SS 2020

- 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 2019/20

- Lehrforschungsprojekt 1 (2 SWS, w-hs)
- Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, 4 SWS, 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, 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, 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, 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

### In Vorbereitung

- Gelsendienste (Public private Partnership); Employer Branding-Kampagne

### SoSe 2024

- Zoo Dortmund (Tourismus); Besucherbefragung
- Schalke 04 (Sport); Nachhaltigkeitskommunikation
- N.N.

### WS 2023/24

- Jüdisches Museum Dorsten (Bildung); Marketing-Strategie
- Stadtmarketing Gesellschaft Gelsenkirchen mbH (Tourismus); Video- und Fotoserie für „Gerne Gelsenkirchen“

### SoSe 2023

- BTS BauTechnischeSysteme GmbH & Co. KG Waltrop (Handwerk/Zulieferbetrieb); Content Marketing Strategie
- Stiftung Schalker Markt (Stiftung); Lobbying für eine Kirche als E-Sports- und Gaming-Location

### WS 2022/23

- forschungsfrei an der w-hs

### SS 2022

- Kulturforum Witten (Medien); Content Creators
- taz, Svenja Bednarczyk, Nicolai Kühling und Malte G. Schmidt, Gastvortrag

### WS 2021/22

- Klartext-Verlag der Funke-Mediengruppe (Medien); Ruhrgebiets-Freizeitführer für Generation Z („Das Ruhrgebiet zu jeder Jahreszeit – 75 Aktivitäten für Dich und Deine Freund\*innen“, ISBN: 9783837525304)
- Stiftung Schalker Markt (Stiftung); Fußballhistorisches Freilichtmuseum
- Uni Zürich, Prof. Dr. Jarren, Gastvortrag
- Süddeutscher Verlag, Süddeutsches Magazin, Till Krause, Gastvortrag

### SS 2021

- Stiftung Schalker Markt (Stiftung); Marketing für das Projekt „Schalker Markt“



## WS 2020/21

- Deutscher Journalistenverband (Medien); Social Media Videos zur Akquise jüngerer Mitglieder
- Uni Leipzig, Prof. Dr. Zerfaß, Gastvortrag

## SS 2020

- Kunstmuseum Gelsenkirchen (mit Referat Kultur der Stadt Gelsenkirchen und Werbegemeinschaft Buer) (Public Private Partnership); Eventkommunikation für „Goldstücke – Lichtkunst“
- Klartext-Verlag der Funke-Mediengruppe (Medien); Konzeption einer Buchreihe („The Royal Family – Populäre Irrtümer und andere Wahrheiten“, ISBN: 9783837523973)

## WS 2019/20

- Evangelische Kirche von Westfalen. Das Landeskirchenamt - Stabsstelle Kommunikation (mit Evangelische Kirchengemeinde Bottrop)(Religiöse Gemeinschaft); Marktforschung für Corporate Publishing/Gemeindemagazine
- Westfälische Hochschule/Institut für Journalismus und Public Relations (Bildung); Konzeption eines Imagefilms fürs Institut für JPR
- TU Berlin, Prof. Dr. Neuberger, Gastvortrag

## SS 2019

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

## WS 2018/19

- Uni Leipzig, Prof. Dr. Bentele, Gastvortrag

## 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

- Reviersport (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
- Reviersport (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

## ***Praxiskooperationen***

Prof. Dr. Stefan Weinacht  
Diplom Sozialwirt

- EMI (Musik), Kamran Soroush, Gastvortrag
- Musical Dome (Events), Kurt Hrubesch, Gastvortrag
- Robert R. Kessler (Fachautor Musikwirtschaft), Gastvortrag

- 2021 – Open-Book-Prüfungen
- 2021 – Online-Prüfungen und kompetenzorientiertes Prüfen
- 2017 – Studierende in der Krise – Was bedeutet das für Lehrende?
- 2017 – Curriculumsentwicklung
- 2016 – Aktivierende Methoden für große Gruppen
- 2015 – Kompetenzorientiertes Lehren & Prüfen
- 2012 – Didaktik an der Hochschule

- Prodekan, Fachbereich Informatik und Kommunikation, Westfälische Hochschule (2016-2024)
- Institutsdirektor, Institut für Journalismus und PR an der Westfälischen Hochschule (2015-2016)
- Konzeption von Studiengängen, Master „Music and Creative Industries“ (2010) an der Popakademie Baden-Württemberg, Master „Kommunikationsmanagement“ (2012-2015 mit Implementierung bis 2018) und Master „Digitaler Qualitätsjournalismus“ (2018-2021) an der Westfälischen Hochschule
- Kommissionen zur Feststellung der pädagogischen Eignung an der Westfälischen Hochschule (2014, 2020, 2021)
- Mitglied des Prüfungsausschusses (2015-2022), Lehreinheit für Journalismus und PR an der Westfälischen Hochschule
- Institutsmarketing, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater Hannover (2005-2008), Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation am Standort Köln (2010-2012), Institut für Journalismus und PR an der Westfälischen Hochschule (2015-2024),
- Entwicklung von Stoffverteilungsplänen und bundesweite Lehrveranstaltungscoordination für BWL, Personal&Organisation, Rhetorik-Moderation-Präsentation, Bewerbungstraining, Präsentationstechniken, Sozialkompetenz, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (2010-2012)
- Entwicklung von Basisfoliensätzen und Klausurfragensammlungen für oben genannte Veranstaltungen sowie interaktive Medien und Mobilkommunikation, Medienforschung, wissenschaftliche Methoden, Musikökonomie, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (2010-2012)
- Aufbau der Studienfachrichtung „Musikmanagement“ am Standort Köln, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (2010-2012)
- Konzeption und Implementierung der Einführungswochen, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (2010-2012)
- Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater Hannover (2007-2008)
- Koordination der Nebenfachstudierenden, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater Hannover (2005-2008)
- Bibliotheksbetreuung, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erlangen-Nürnberg (2001-2004)
- Studierendenstatistik, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erlangen-Nürnberg (2001-2004)
- Praktikumsbetreuung, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erlangen-Nürnberg (2001-2004)