

**(Stand 2021/06)**

**Schriften**

**Vorträge**

**Lehrveranstaltungen**

**Praxiskooperationen**

**Fortbildungen**

## **Wissenschaftliche Veröffentlichungen:**

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

Weinacht, S. & Spiller, R. (in Vorbereitung). Datenjournalismus als neue Art des Journalismus und als Form der Automatisierung.

Weinacht, S. (in Vorbereitung). Werbewirkungen auf Journalismus. transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, 2021 (4).

Johann, M.; Weinacht, S.; Brinkmann, L. & Spiller, R. (in Vorbereitung). New Work in der Kommunikationsbranche.

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

Weinacht, S.; Held, B. & Degen, M. (in Druck). Kompensationsgeschäfte. In: H. Heidbrink, S. Pranz, F. Stadel & R. Wagner (Hg.). Unternehmenskommunikation und Journalismus zwischen Konvergenz und Konkurrenz. Wie beide Branchen voneinander profitieren können. Baden-Baden: Nomos.

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

2021

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.

2020

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.

Tropp, J. & Weinacht, S. (2020). Management von Medienmarken. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.). Handbuch Medienökonomie (677-703). Wiesbaden: Springer VS.

2019

Weinacht, S. & Krause, T. (2019). Musikzeitschriften. In H. Schramm (Hg.). Handbuch Musik und Medien. (2. Aufl.)(303-337). Wiesbaden: Springer Nature.

2017

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

2016

- 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](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](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 Niemandsländ 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 DGPK 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 DGPK. *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. & Qiring, O. (2002). "Irgendwie wichtig". Tagungsbericht Kommunikation und Politik & Arbeitskreis Politik und Kommunikation. *Aviso*, (30), S. 16.

## Wissenschaftliche Vorträge:

### *in Vorbereitung:*

Weinacht, S.; Held, B.; Bentele, G. & Degen, M. (2021). Vortrag zum Thema „Kompensationsgeschäfte und ihre medienethische Diskussion“. Einreichung für die 27. Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Public Relations und Organisationskommunikation („Grenzen, Entgrenzung und Grenzüberschreitungen der Public Relations und Organisationskommunikation). 03. bis 05. November 2021, Mainz.

### 2021

Spiller, R.; Bachström, N. & Weinacht, S. (2021). 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.

### 2020

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. 10.-12.03.2020, München.

### 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-Presskonferenz. 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.

### 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-Presskonferenz. 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 (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.

### 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:

---

### 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, 2x, 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, 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 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. Zerfuß, 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 (Adelshäuser)

### 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

- 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

- 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