PROF. DR. JULIA FROHNE

Professorin für Kommunikationsmanagement

KONTAKT

Westfälische Hochschule

Neidenburger Str. 43

45897 Gelsenkirchen

0209/9596-75797

julia.frohne@w-hs.de

HOMEPAGE

www.juliafrohne.de

PROFIL

Julia Frohne ist seit 2015 Professorin für Kommunikationsmanagement am **Fachbereich Informatik und Kommunikation an der Westfälischen Hochschule** in Gelsenkirchen und Mitglied des Leitungsgremiums von **URBAN.KI – der deutschen KI Initiative für Kommunen**. Von 2021 bis 2023 war sie zudem Vorsitzende der Geschäftsführung der **Business Metropole Ruhr** in Essen. Zuvor hatte sie von 2010 bis 2015 eine Professur für Wirtschaftspsychologie und Management an der **International School of Management** in Dortmund inne und gründete und leitete dort als Akademische Direktorin das „**Kienbaum Institut@ISM für Leadership & Transformation**“. Weitere berufliche Stationen waren bei **KPMG** und in der Marktforschung.

Julia Frohne verfügt über langjährige Erfahrung in der **strategischen Entwicklung von Organisationen** an der Schnittstelle von Wissenschaft, Wirtschaft und öffentlichem Sektor. Besondere Kenntnisse besitzt sie in der **Leitung komplexer Organisationen**, im Aufbau von Strukturen, in der **Steuerung von Transformationsprozessen** sowie in der **Positionierung von Institutionen und Regionen** im regionalen, nationalen und internationalen Kontext. Sie ist Mitglied in diversen Aufsichtsräten und Beiräten sowie vielgefragten Referentin für Tagungen und Fachkongresse.

TÄTIGKEITEN

Nach ihrem **Studium** der Kommunikationswissenschaften, Psychologie und Jura an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz arbeitete Frau Prof. Dr. Frohne zunächst bei der **ZMG Zeitungs Marktforschungs Gesellschaft**, Frankfurt, in der Großkundenberatung (B2B) und promovierte an der Ludwig Maximilians-Universität München. Anschließend war

sie ab zehn Jahre bei dem Prüfungs- und Beratungsunternehmen **KPMG** tätig, wo sie verschiedene Funktionen im Marketing, Personalentwicklung sowie im Consulting für den öffentlichen Sektor innehatte, u.a. als Head of Industry Marketing Germany. Von 2008 bis 2010 war sie zudem als Direktorin Marketing & Kommunikation für die strategische Ausrichtung und Planung der Marketingkampagne der **Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010** verantwortlich.

Julia Frohne ist Autorin und Mitherausgeberin diverser Bücher und Fachpublikationen und als Referentin für Innovation und Kommunikationsstrategien tätig. Darüber hinaus ist sie **Gutachterin** für die Akkreditierung von Studiengängen bei FIBAA und AQUIN und Mitglied der **Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft (DWG)** sowie im **Vorstand der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens GEM, Berlin.** Im Ehrenamt engagiert sie sich u.a. bei **Rotary, FidAR** sowie bei der **Deutschlandstiftung Integration.**

AKTUELLE PROJEKTE

Gemeinsam mit weiteren ProfessorInnen der Westfälischen Hochschule ist sie aktuell für die Stadt Gelsenkirchen an dem BMWSB-Projekt „Anwendungszentrum Künstliche Intelligenz für Kommunale Lösungen URBAN.KI (ehem. KI4KL)“ als Mitglied im Leitungsgremium beteiligt. Ziel ist es, künstliche Intelligenz gezielt einzusetzen, um innovative Lösungen für kommunale Herausforderungen zu entwickeln und umzusetzen. Nähere Informationen finden sich hier**:** https://www.urban-ki.de

Zuvor war sie an dem BMBF-Forschungsprojekt „META IFIF – Innovative Frauen im Fokus“ mit dem Projekt „Westfälische Erfinderinnen“ (Laufzeit 2021-2024) beteiligt, welches Frauen aus MINT-Berufen als Vorbilder sichtbarer gemacht hat. Nähere Informationen finden sich hier: https://www.w-hs.de/we/

WISSENSCHAFTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN (Auszug):

Frohne, J.: Akzeptanz von Künstlicher Intelligenz in Organisationen - Wie nimmt man die Mitarbeitenden mit?, in: Externbrink, K. / Sülzenbrück, S. / Rennen, A.: Wirtschaft, Psychologie und Nachhaltigkeit. Abstracts zur 29. Fachtagung der Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftspsychologie, S. 27

Ettl, K. / Frohne, J. / Voß, J.: Glaubwürdige Sichtbarkeit innovativer Frauen stärken – Lessons learned aus der Sichtbarmachung Westfälischer Erfinderinnen, in: Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. (Hrsg.) (2025): Innovativ – Exzellent – Sichtbar: Frauen in Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. Tagungsband Fachkonferenz 2025, S. 48 - 49. DOI: 10.5281/zenodo.17370449

Beck, R. C. / Domanski, D. / Frohne, J. : Evolutionary processes of cluster policies in post-industrial regions: implementing the smart specialisation strategy in the Ruhr Metropolis, in: Kiese, M. et. Al.: Edward Elgar Publishing 2024, S. 82 – 104,

Frohne, J. / Güttler, A: Fakten statt Fakes. Wie Medien und Organisationen wieder glaubwürdig werden. Springer VS Verlag, 2023

Frohne, J: Brand Purpose in aller Munde. Was gilt es in der werthaltigen Kommunikation von Marken zu beachten?, in: transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement 2020, 66 (2), S. 28-35

Frohne, J./Grünter, M./Weyermanns, M.: Berufseinstieg der Generation Y: Was Kulturinstitutionen wissen sollten, in: Loock. F. et. al. (Hrsg.): Handbuch Kulturmanagement Nr. 63/2018, Kapitel E3.18, S. 39-63

Belch, T. / Stein, F. / Frohne, J.: „Eines Tages, Baby, werden wir alt sein“: Heterogene Generationenkonzepte Im Demografiemanagement am Beispiel der Generation Y, In: Jochmann, W. / Böckenholt, I. / Diestel, S. (Hrsg.): HR Exzellenz. Springer Gabler 2016

Frohne, J. / Eikenbusch, J. / Belch, T.: Absolventen 2015 unter die Lupe genommen: Ziele, Wertvorstellungen und Karriereorientierung der Generation Y. Kienbaum Institut@ISM für Leadership & Transformation (Hrsg.), 2015

Frohne, J./Frot, A.: Der Einfluss von Persönlichkeit und Stereotypen auf die Karrierechancen von Frauen, in: Aretz, W., Dries, C. (Hrsg.): Zukunft denken – Gegenwart gestalten. Beiträge der Wirtschaftspsychologie zur Gestaltung des 21. Jahrhunderts. Pabst Verlag 2015, S. 82-91

Frohne, J., Reinke, K. (2013): Personalmanagement und Rekrutierungsprozesse in Kulturbetrieben; Raabe, J. (Hrsg.); in: Handbuch Kulturmanagement und Kulturpolitik; Ausgabe Nr.35, 07/2013; S. 1-30; Raabe Verlag.

Spanier, J.: „Werbewirkungsforschung und Mediaentscheidung. Förderung des Informationstransfers zwischen Wissenschaft und Praxis“, Dissertation, Verlag Reinhard Fischer, München 2000

Spanier, J.: „Emotionale Werbung: Welche Auswirkungen haben solche TV-Spots auf die Wahrnehmung des Werbeumfeldes durch den Zuschauer?“, in: Media Spectrum 2/1995, S. 31-32

ANWENDUNGSBEZOGENE VERÖFFENTLICHUNGEN (Auszug):

Frohne, J.: Markenführung. Künstliche Intelligenz – echte Vorbehalte, in: markenartikel 6/2025, S. 48 – 50

Urban, T. / Frohne, J. / Küffmann, K. /Kuhlmann, C.: Entlastung durch Digitalisierung und künstliche Intelligenz, in: Städte- und Gemeinderat, 78. Jahrgang, 11-12/2024, S. 16-17

Frohne, J.: Westfälische Erfinderinnen - Frauen zeigen ihre Expertise. Geleitwort im Top Magazin Ruhr 2022 (4), online verfügbar unter https://www.top-magazin.de/ruhr/2022/12/23/westfaelische-erfinderinnen-frauen-zeigen-ihre-expertise/

Frohne, J./Norwidat-Altmann, B./Scheytt, O.: Kultursponsoring. Handbuch für kreative Allianzen. Springer VS Verlag 2014

Frohne, J./Pauen, W.: Erholung, Freizeit und Kultur. Tourismuswirtschaft und Regionalentwicklung, in: Emscherplayer 4/2012 (Internetveröffentlichung), http://www.emscherplayer.de/main.yum?mainAction=magazin&id=77584 (Abruf 26.9.2014)

Langsch, K./Frohne, J.: RUHR.2010 – Kulturhauptstadt Europas. Marketing- und Kommunikations-planung, in: Jahrbuch Kulturmarken 2011, S. 84-92

Frohne, J./Langsch, K./Pleitgen, F./Scheytt, 0. (Hrsg.): RUHR. Vom Mythos zur Marke. Klartext Verlag Essen 2011

Frohne, J.: Marketingstrategien für kulturelle Großereignisse am Beispiel der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010, in : Kulturmanagement & Kulturpolitik, Loseblattsammlung. H2.15, S. 1-28, Oktober 2010.

Frohne, J.: RUHR.2010 trägt nachhaltig zur wirtschaftlichen Prosperität bei, in: Börsenzeitung Nr. 115/2010, Sonderbeilage NRW, Seite B5

KPMG: „Das Marktpotenzial der Konvergenz“, Kompendium (fachliche Leitung und Redaktion, Text), Berlin 2005

KPMG: „Information, Kommunikation, Medien 2001-2004“, KPMG-Studie, Berlin 2001 (fachliche Leitung), Berlin 2001

VORTRÄGE, PANELS etc.:

“Innovation sichtbar machen: Kommunikation als Schlüssel zum Erfolg“. Panel-Diskussion auf der 4. Innovative Leader Konferenz des F.A.Z. Institutes, 4.6.2925, Leipzig.

“The structural change of the ruhr metropolis through science and technology to a vivid start-up ecosystem in Germany”. Vortrag auf der SWITCH (Singapore Week of Innovaion and Technology). Singapur, 10.11.2023

„The ruhr metropolis as a key factor in the digital health industry”. Key Note bei Empfang der israelischen Delegation von Gesundheitswissenschaftlern zum Big Bang Health Festival für digitales Gesundheitsmanagement. Essen, 6.9.2023

„Brick and mortar or click to order? The future of SMEs in city centres”. Panelist beim Brussels Urban Summit 2023, 15.6.2023

„Innovation Bridge Niederlande – eine natürliche Verbindung zum Ruhrgebiet“. Key Note auf dem Wirtschaftsempfang des Generalkonsulates des Königreiches der Niederlande zu Ehren des Geburtstages von König Willem-Alexander. Neuss, 26.4.2023

„Digitaler und innovativer. Die Zukunft der Arbeit im Ruhrgebiet“. Podiumsteilnehmerin bei der Dialogveranstaltung des Bistums Essen, 30.11.2022, Mülheim a.d. Ruhr

„Welche Rolle spielt exzellente Wissenschaft beim Struktur(en)wandel im Ruhrgebiet?“ Panelteilnehmerin beim 10jährigen Jubiläum des Exzellenzclusters „Resolv“ am 3.11.2022. Zeche Zollverein, Essen

„Haltung statt Image. Kulturorientierte Kommunikation als identitätsstiftende Schlüsselkompetenz für Institutionen und Marken.“ Vortrag auf dem 11. Kulturinvestkongress Essen, 28.10.2019

„Traumjob Kultur – wie kann er halten, was er verspricht? Erwartungen und Erfahrungen von Berufsanfängern im Kultursektor und wie Arbeitgeber damit umgehen können. Vortrag auf dem 10. Kulturinvestkongress Berlin, 14.11.2018

„Neue Köpfe im Dialog“. Moderation des Panel 3 auf der Kulturkonferenz Ruhr 2018 in Gelsenkirchen (Gäste: Harald Opel, Künstl. Leiter Medienlabor kiU der FH Dortmund; Edwin Jacobs, Direktor Dortmunder U und Prof. Adolf Winkelmann, Filmemacher)

„Hilfe, die Generation Y kommt. Chancen und Risiken des demografischen Wandels im Kultursektor und Implikationen für Arbeitgeber“, Vortrag auf dem 8. Kulturinvestkongress Berlin, 4.11.2016 und auf der 31. Internationalen Kulturbörse Freiburg, 22.1.2019

„Multi-sensoric Marketing“. Moderation des internationalen Expertenpanels auf dem Kulturinvestkongress Berlin, 30. Oktober 2014

„Strategisches Kulturmarketing – was ist das? Eine Einführung“. Vortrag auf der 26. Internationalen Kulturbörse Freiburg, 28.1.2014

„Gute Plakate und ihre Wirkung. Gestaltungsmerkmale erfolgreicher Kulturplakate“. Vortrag auf dem 5. Kulturinvestkongress, Berlin 24.10.2013

STUDIEN / FORSCHUNG seit 2010:

„Anwendungszentrum Künstliche Intelligenz für Kommunale Lösungen URBAN.KI (ehem. KI4KL)“, Forschungsprojekt im Auftrag der Stadt Gelsenkirchen im Rahmen des Modellprojekte Smart Cities Programm des BMWSB, gemeinsam mit Prof. Dr. Christian Kuhlmann, Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Norbert Pohlmann, Prof. Dr. Herbert Suhrmann und Prof. Dr. Tobias Urban, 2024-2026

„*WE! Vom Labor in den Mittelstand: Westfälische Erfinderinnen. Analyse der Potenziale und Sichtbarmachung innovativer Frauen in regionalen Innovationsökosystemen*“, BMBF Forschungsprojekt gemeinsam mit Prof. Dr. Kerstin Ettl und Prof. Dr. Bernd Kriegesmann, 2021-2024

„Wertebasierte Markenkommunikation - welche Wirkung erzielt sie in jungen Zielgruppen? Werbestrategien von Markenartiklern im internationalen Vergleich Deutschland – USA“, Ergebnisbericht zum Forschungsfreisemester, 2021

Studie zur Candidate Experience von Berufsanfängern, 2018

Mitgliederbefragung des Freundeskreises der Theater- und Philharmonie Essen, 2016/17

Studie zu Arbeitsmotivation und –Karriereorientierung der Generation Y, 2015

Studie zur Auswirkung von HR Exzellenz auf die Unternehmensperformance von deutschsprachigen Unternehmen, 2015

Entwicklung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie zur Ansprache junger Zielgruppen für einen Süßgebäckhersteller, 2015

Diverse Studien zu Personalentwicklung und Arbeitssituation im Kultursektor in Zusammenarbeit mit Kulturmanagement Network und der Kulturpersonal GmbH, 2012-2016

Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Ruhrtriennale in Zusammenarbeit mit der kaufmännischen Leitung und der Marketingleitung, Kultur Ruhr GmbH, Gelsenkirchen, 2013

Besucherbefragung für das Kunstmuseum in der Alten Post, Mülheim an der Ruhr. Workshop mit Studierenden in Zusammenarbeit mit der Museumsdirektorin Dr. Beate Reese, 2012

Herausforderungen und Trends für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 – Umfrage unter Unternehmen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr in Zusammenarbeit mit ecce, Dortmund

Potenziale des Emschergebietes als touristischer Destination. Potenzialanalyse und Entscheiderbefragung für die Emschergenossenschaft, 2011