
Autoren- und Herausgeberverzeichnis

Hans-Jürgen Arlt, Prof. Dr., Honorarprofessor für Strategische Kommunikationsplanung an der Berliner Universität der Künste, arbeitet als Kommunikationswissenschaftler und Publizist. Bis 2003 leitete er die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB), vorher machte er eine Ausbildung als Redakteur. 1969 bis 1977 Studium der Politikwissenschaft, Geschichte und Philosophie in München und Erlangen.

Fabian Arlt, M. A., promoviert an der Berliner Universität der Künste (UdK) über „Entscheidungsprozesse: Leadership in Games und Unternehmen“. Er hat an der MediaDesign-Hochschule Medienmanagement studiert und den Masterstudiengang Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation der UdK abgeschlossen. Er arbeitet an der Erforschung, Konzeption, Gestaltung und Realisation von Spielen.

Marika Bartels, Dr., leitet die Presseabteilung der Unternehmensberatung The Boston Consulting Group. Zuvor hat sie bei der Münchener PR-Agentur wbpr_kommunikation Unternehmen und Verbände aus den Bereichen Industrie, Handel und Agrar beraten. Vorherige berufliche Stationen absolvierte Sie beim Vorstand der IG Metall, der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), in den Politikressorts von F.A.Z. und F.A.S. und kommunizierte bei Scholz & Friends Agenda in Berlin für den Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH). Sie promovierte an der Universität Kassel im Fachbereich Sprach- und Kulturwissenschaften zu politischen Kampagnen („Kampagnen. Zur sprachlichen Konstruktion von Gesellschaftsbildern“). Marika Bartels studierte in Kassel Germanistik und Politikwissenschaften.

Aileen Barz M.A., geboren 1991, studierte Medienkultur und Kommunikation in Weimar und Rotterdam, bis sie sich ihrem aktuellen Studium der Medienentwicklung in Darmstadt widmete. Neben medialen Sachverhalten innerhalb gesellschaftlicher Wandlungsprozesse interessiert sie sich für die Konzeption und Umsetzung kultureller Veranstaltungsformate und der (Online-)Kommunikation. Sie selbst bezeichnet sich als bekennenden Generalisten, da ihre Fähigkeiten innerhalb der Medienentwicklung breit gefächert sind.

Tina Bieth, Dr., hat an der Universität Münster Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Politikwissenschaft (Magistra Artium) studiert und am Institut für Kommunikationswissenschaft zum Verhältnis von NGOs und Medien promoviert. Derzeit leitet sie die Interne Kommunikation bei McKesson Europe, einem international führenden Groß- und Einzelhandelsunternehmen im Pharma- und Gesundheitssektor, zuvor war sie in der Kommunikations- und PR-Beratung bei TWT in Stuttgart und bei A&B One in Frankfurt tätig.

Michael Bürker, Prof. Dr., ist Geschäftsführender Gesellschafter der Script Consult GmbH in München. Er hat an der Ludwig-Maximilians-Universität München Kommunikationswissenschaft, Betriebswirtschaft und Germanistik mit Auszeichnung abgeschlossen und mit einem neuen Modell für die Evaluation und Steuerung der PR im strategischen Kommunikationsmanagement promoviert. 2008 wurde Bürker zum Professor für PR und Kommunikationsmanagement an die Hochschule Macromedia berufen, seit 2016 ist er Professor für Marketing, Kommunikation und Marktforschung an der Hochschule Landshut. Seine Lehr- und Forschungs-Schwerpunkte sind: Strategische Kommunikation, Content Marketing, Public Campaigning und PR-Evaluation. Seit 2000 bekleidet er Lehraufträge für Kommunikationsstrategien und Krisenkommunikation an der Akademie der Bayerischen Presse. Seit 1998 ist Bürker stellvertretender Vorsitzender der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), Landesgruppe Bayern.

Mathis Danelzik, Dr. rer. soz., leitet die Abteilung Fachdialoge im Kompetenzzentrum Naturschutz und Energiewende in Berlin. Zuvor Koordinator des Forschungsprojektes Demoenergie am Kulturwissenschaftlichen Institut in Essen und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl von Prof. Dr. Bernhard Pörksen am Institut für Medienwissenschaft der Eberhard Karls Universität Tübingen. Promotion an JLU Gießen über Strategie und Ethik von Kampagnen gegen weibliche Genitalverstümmelung. Studium der Kommunikations-, Politikwissenschaft und Philosophie an der WWU Münster, Master of Arts in Culture, Communication and Media an der Coventry University in Großbritannien.

Heidemarie Egger, Mag.a, Gegenwärtige Position: Öffentlichkeitsarbeit bei Career Moves (Social Entrepreneur, erste inklusive Job-Plattform Europas). Ehrenamtliche NGO-Tätigkeit: Obfrau der Marfan Initiative Österreich, Youth Coordinator der Dach Organisation Marfan Europe Network. Studium: Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Alpen-Adria Universität Klagenfurt.

Andreas Elter, Prof., ist Fachgebietsleiter an der ARD-ZDF Medienakademie. Von 2007-2017 hat er an der MHMK Hochschule in Köln und München gelehrt und war Studiengangleiter für Journalistik. Er forscht und veröffentlicht zu den Themen „Politische Kommunikation“, „Digitalisierung von Medienwelten- öffentliche Meinung“, „Politischer Extremismus und Medien“. Wichtigste Monografien sind u. a. „Politik“ und „Ausland“ in der Reihe Journalismus-Bibliothek (Halem Verlag), deren Herausgeber er ist, sowie „Die RAF und die

Medien“ und „Die Kriegsverkäufer“ (beide Suhrkamp Verlag). Prof. Dr. Elter hat Geschichts-, Politik- und Medienwissenschaften an den Universitäten Köln und Bochum studiert und war Lehrbeauftragter an den Universitäten Köln, München (LMU), Leipzig und Bochum.

Andreas Fritsch, ist Referent in der Zentralen Unternehmenskommunikation der Bosch-Gruppe in Stuttgart. Er studierte Angewandte Medienwissenschaft und Journalismus an der Technischen Universität Ilmenau und der Cardiff University. Außerdem arbeitete er als freier Tageszeitungsjournalist. Im Büro des Hohen Kommissars der Vereinten Nationen für Menschenrechte in Genf war Fritsch an der Umsetzung und Evaluation einer globalen Kommunikationskampagne beteiligt.

Jeannette Gusko, M.A., ist Leiterin Kommunikation im deutschsprachigen Raum bei Change.org, der weltgrößten Kampagnenplattform. 2014 hat sie das Campaign Boostcamp Deutschland, ein gemeinwohlorientiertes einjähriges Trainings- und Mentoringprogramm für Kampagnentalente mitgegründet. Als Wissenschaftliche Mitarbeiterin von Prof. Olaf Hoffmann und Prof. Harald Rau forschte sie zu Start-ups, Change Management, PR als Managementfunktion und Storytelling an der Ostfalia Hochschule Salzgitter. Jeannette Gusko arbeitete mehrere Jahre in der Strategieberatung für Organisationen wie Mercedes Benz USA, BBDO oder das Bundesministerium für Bildung und Forschung und schrieb für die Financial Times Deutschland. Sie studierte Wirtschaftskommunikation und Internationale Beziehungen in Berlin und Chambéry, Frankreich (B.A) sowie Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft in Leipzig (M.A).

Heiko Hadasch, Diplom Pädagoge, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg im Fachbereich Systematische Erziehungswissenschaft. Studium der Erziehungswissenschaften mit Schwerpunkt Organisationssoziologie und Bildungsphilosophie an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg in Halle(Saale).

Julia Hartmann M.A., geboren 1991, studierte Medienwissenschaft an der Philipps-Universität in Marburg. Sie widmete sich anschließend ihrem Masterstudium der Medienentwicklung an der Hochschule Darmstadt. Hierbei liegen ihre Forschungsschwerpunkte insbesondere in den Bereichen Marketing, Online-Kommunikation und Digital Storytelling.

Stephan Heller, Prof. Dr., (*1961 in München) ist Gründer und Inhaber einer der größten deutschen inhabergeführten Kommunikationsagenturen. Seit 1981 begleitet er mit seiner Münchner Agentur heller & partner anspruchsvolle nationale und internationale Kunden in den Bereichen Intensivkommunikation und Beziehungsmarketing. Er studierte Jura, Politik und Kommunikationswissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München sowie der Paris-Lodron-Universität Salzburg. Seine Dissertation verfasste er bei Professor Michael Schmolke zum Thema „Corporate Identity als Marketinginstrument“. 2013 folgte die Berufung zum Professor für Politische Kommunikation und PR an der Hochschule Mittweida.

Olaf Hoffmann, Prof. Dr., Professor im Institut für öffentliche Kommunikation an der Ostfalia Hochschule in Salzgitter. 2006-2011 Professur für Kommunikationsmanagement an der Mediadesign Hochschule in Berlin. Studium der Kommunikationswissenschaft, Wirtschaftspolitik, Politikwissenschaft und Geschichte an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster.

Holger Ihle, Dr. disc. pol., Jg. 1980, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialwissenschaften, Abteilung Kommunikations- und Medienwissenschaft der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Er hat Medien- und Kommunikationswissenschaft, Deutsche Philologie und Strafrecht an der Georg-August-Universität Göttingen und der Universität Wien studiert. Seit 2005 ist er Projektmitarbeiter am Institut für Medienforschung Göttingen & Köln (IM•Gö) und war 2010-2015 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Sporthochschule Köln. Seine Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Medieninhaltsforschung mit Fokus auf regionalen und lokalen Medien, Sportkommunikation und Öffentlichkeit des Sports. Er studierte Medien- und Kommunikationswissenschaft (mit den Nebenfächern Deutsche Philologie und Strafrecht) in Göttingen und Wien.

Stefan Jarolimek, Prof. Dr. phil. habil, Universitätsprofessor für Kommunikatuonswissenschaft an der Deutschen Hochschule der Polizei (DHPol) in Münster; zuletzt vertrat er die Professur für Unternehmenskommunikation / Public Relations an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Davor wissenschaftlicher Mitarbeiter und Vertretungen an den Universitäten Berlin, Jena, Greifswald und Leipzig. Studium der Medienwissenschaft, der Interkulturellen Wirtschaftskommunikation sowie der Ostslawistik an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und der Staatlichen Belarussischen Universität Minsk. 2007 Promotion an der Universität Leipzig, 2015 Habilitation zu CSR-Kommunikation ebendort.

Marianne Kneuer, Prof. Dr., Univ.-Professorin für Politikwissenschaft am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Hildesheim, 2001-2004 DFG-Forschungsstipendiatin, 1993-1999 Planungsstab von Bundespräsident Roman Herzog, 1989-1993 Journalistin. Studium der Hispanistik, Politikwissenschaft und Philosophie an der Universität Bonn und der Universidad Complutense de Madrid.

Andreas Köhler, Dr. rer. pol., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Wirtschaftsjournalismus der Universität Würzburg. Zuvor war er Programmmanager für die Studiengänge Medienmanagement und Journalistik an der Hochschule Macromedia in Köln und wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Studienrichtung PR und Kommunikationsmanagement an der Hochschule Macromedia in München. Er studierte Politikwissenschaft, Medienwissenschaften und Soziologie an der TU Braunschweig und der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig.

Thomas Könecke, Priv.-Doz. Dr., ist Senior Researcher an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Vorher arbeitete er u. a. an verschiedenen anderen Hochschulen und hatte z. B. eine Vertretungsprofessur für Medien-, Sport- und Eventmanagement inne. In Lehre und Forschung beschäftigt er sich mit einer Vielzahl von wirtschafts-, sozial- und sportwissenschaftlichen Fragestellungen. Er ist Herausgeber mehrerer Bücher, die das Thema „Marke“ in unterschiedlichen Zusammenhängen betrachten und Verfasser einer Vielzahl wissenschaftlicher Aufsätze, die in nationalen und internationalen Zeitschriften erschienen sind. Neben seiner wissenschaftlichen Tätigkeiten unterstützt er im Rahmen von Beratungsprojekten Unternehmen und staatliche sowie nichtstaatliche Organisationen.

Elke Kronewald, Prof. Dr., ist seit 2016 Professorin für Kommunikationsmanagement und PR-Evaluation und leitet den Studiengang Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation am Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel. Zuvor war sie fünf Jahre lang Professorin für PR und Kommunikationsmanagement an der Hochschule Macromedia. Von 2006 bis 2010 konzentrierte sie sich als PR-Beraterin bei PRIME research in Mainz auf internationale Medienresonanzanalysen, Issues- und Reputationsmanagement. Seitdem beschäftigt sie sich in Forschung und Lehre insbesondere mit der Analyse, Konzeption und Evaluation von (Unternehmens-)Kommunikation.

Thomas Leif (†), Prof. Dr., geb. 1959, Chefreporter Fernsehen SWR Landessender Mainz. Zusammen mit einem SWR-Team entwickelte er in den vergangenen Jahren u. a. das Format der „Presenter-Reportage“ für die ARD, produzierte politische Dokumentationen, Feature und Magazinbeiträge. (www.swr.de/leiftriff) Von 2009 bis 2013 moderierte er die SWR-talkshow „2+LEIF“ aus Berlin. 2009 Hon.Professur für Politikwissenschaft an der Universität Koblenz-Landau. 2007 erschien der Bestseller „beraten & verkauft, McKinsey und Co., Der große Bluff der Unternehmensberater.“ 2009 das Buch „angepasst & ausgebrannt. Parteien in der Nachwuchsfalle“, München 2009; zahlreiche Veröffentlichungen zu Lobbyismus und Demokratieentwicklung. (u. a. Die fünfte Gewalt, Lobbyismus in Deutschland, 2003. Die stille Macht, Anatomie des Lobbyismus, 2005 u. a.); 1994: Gründung und Konzeption des MainzerMedienDisputs (MMD); Moderation und Konzeption des MMD in Berlin und des „Hambacher Demokratieforum“ auf dem Hambacher Schloss. (www.swr.de/demokratieforum) Gründer und Herausgeber der vierteljährlich erscheinenden Fachzeitschrift „Forschungsjournal Soziale Bewegungen“ (www.fjsb.de).

Susanne Marell, ist als CEO von Edelman.ergo für die strategische Weiterentwicklung der Agentur zuständig. Davor war sie als Vice President Corporate Brand Management bei BASF in Ludwigshafen für die weltweite Markenführung verantwortlich. Sie ist unter anderem Spezialistin für Corporate Communications, Krisenmanagement, Change Communications und Employee Engagement.

Jörg-Uwe Nieland, Jg. 1965, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen-Wilhelms Universität Münster. Studium der Politikwissenschaft an den Universitäten Duisburg, Bochum und Berlin; Promotion an der Universität Duisburg-Essen; 2009 bis 2016 Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienforschung der Deutschen Sporthochschule Köln; seit 2016 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Siegen (seit 2017 assoziiertes Mitglied im Teilprojekt B07 „Medienpraktiken und Urheberrecht“ im SFB „Medien der Kooperation“). Seit 2014 Sprecher bzw. stellv. Sprecher der Ad-hoc-Gruppe „Mediensport und Sportkommunikation“ in der DGPK; Vorstandsmitglied der Initiative Nachrichtenaufklärung e. V. Er studierte Politikwissenschaft (mit den Nebenfächern Geschichtswissenschaft, Philosophie und Sportwissenschaft) an den Universitäten Duisburg, Bochum und Berlin.

Joachim Preusse, Dr., M.A., arbeitet als Leiter eines Lehrentwicklungsprojektes an der FH Münster. Nebenberuflich nimmt er an verschiedenen Hochschulen Lehraufträge im Themenfeld Organisationskommunikation wahr. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Feldern der Organisationstheorie und -kommunikation mit besonderem Fokus auf politischen Organisationen und Hochschulen, der PR-Theorie sowie der Theorie und Empirie der Medialisierung.

Lars Rademacher, Prof. Dr., lehrt seit 2014 in den Studiengängen Onlinekommunikation, Onlinejournalismus und Medienentwicklung an der Hochschule Darmstadt, wo er auch mehreren Forschungsclustern angehört und seit 2017 als Studiendekan des Fachbereichs Media wirkt. Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen Public Legitimacy, Organisationskommunikation, CSR-Kommunikation, NGO-Kampagnen und Kommunikative Führung.

Carolin Reinert, geboren am 01.03.1989, studierte Communication and Media Management an der Business and Information Technology School (BiTS) in Iserlohn. Anschließend begann sie den Masterstudiengang Medienentwicklung an der Hochschule Darmstadt. Neben dem Studium ist sie ehrenamtlich im Leistungssport engagiert, wo sie sich mit dem Thema Online-Marketing/-Kommunikation von Sportvereinen befasst.

Stefanie Regier, Prof. Dr., ist seit März 2010 Professorin für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing in der Fakultät für Technik und Wirtschaft an der Hochschule Karlsruhe. Hat zunächst bei der Wormser Volksbank eG Bankkauffrau gelernt und anschließend Betriebswirtschaftslehre an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz studiert. Dort arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Lehrstuhl für ABWL und Marketing I, bevor sie als Senior Consultant Methodenspezialist an das Ifm (Institut für Markenwert) ging. Bis 2010 arbeitete sie dann als Leiterin der Unit Produkt-, Service- und Preismanagement bei 2hm & Associates GmbH, wo sie die Projektleitung übernahm.

Nadine Remus, M.A., ist Senior Kommunikationsmanagerin der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA), einem wirt-

schaftlichen Verein, der die Nutzungsrechte von über 70.000 Mitgliedern und mehr als zwei Millionen Rechteinhabern aus aller Welt verwaltet. Sie studierte Medien- und Kommunikationswissenschaften, Rechtswissenschaften und Betriebswirtschaftslehre an der Georg-August-Universität Göttingen sowie International Economics und Public Relations an der Universidad de La Laguna (Spanien). Nadine Remus arbeitete als Pressesprecherin eines Windkraftanlagenherstellers, Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Senior Programme Managerin an der Hochschule Macromedia in München, bevor sie die Geschäftsführung des Center for Continuing Education an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg übernahm. Sie ist externe Doktorandin an der Ludwig-Maximilians-Universität München und seit zehn Jahren als Dozentin für Organisationskommunikation an verschiedenen Hochschulen tätig. Zu ihren Forschungsgebieten zählen Interne Kommunikation, Organisationspsychologie, Veränderungs- und Innovationskommunikation.

Saskia Richter †, Dr. disc. pol., Jahrgang 1978, war seit 2012 Wissenschaftl. Mitarbeiterin an der Stiftung Universität Hildesheim, Institut für Sozialwissenschaften, Fach Politikwissenschaft. 2003-2006 Mitarbeiterin und Lehrbeauftragte im Seminar für Politikwissenschaft der Universität Göttingen, Arbeitsgruppe Parteienforschung; 2008-2010 Wissenschaftl. Mitarbeiterin und PostDoc am Friedrich-Meinecke-Institut der Freien Universität Berlin im Bereich Neuere Geschichte/Zeitgeschichte; 2010 Wissenschaftl. Mitarbeiterin am Institut für Parteienforschung an der Universität Göttingen; 2010-2012 Projektkoordination am Lehrstuhl für Strategische Organisation & Finanzierung am Civil Society Center der Zeppelin Universität (ZU) Friedrichshafen. Studium der Sozialwissenschaften an der Georg-August-Universität in Göttingen mit Abschluss 2003 als Diplom-Sozialwirtin. Anschließend Promotionsstudium der Politikwissenschaft mit Bezug zur Zeitgeschichte an der Universität Göttingen und der Freien Universität Berlin. 2009 Promotion zum Dr. disc. pol. („Petra Kelly (1947-1992) – Aufstieg und Fall einer grünen Gallionsfigur“), Universität Göttingen. Saskia Richter verstarb im August 2015.

Torsten Schäfer, Prof. Dr., ist Professor für Journalistik am Fachbereich Media der Hochschule Darmstadt und Direktor des Instituts für Kommunikation und Medien (ikum) der Hochschule. Er verfügt über langjährige Erfahrung als Wissenschafts- und Umweltjournalist und leitet mehrere Forschungsprojekte über Nachhaltigkeit im Journalismus, u. a. das Projekt „gruener-journalismus.de“

Anne Schulze, Dr., vertritt eine Professur für Bildung in der Digitalen Welt. Zuvor war sie Teamleiterin Marktwächter Digitale Welt in der Gruppe Verbraucherrecht der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. und arbeitete als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg sowie am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Nebenberuflich war sie als Lehrbeauftragte an verschiedenen Hochschulen tätig. Die Forschungsschwerpunkte ihrer Arbeit sind Onlineforschung, Medien- und Wirkungsforschung, psychologisch und sozialisationstheoretische Rezipientenforschung. Sie studierte

an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster und an der Universidad de Málaga die Fächer Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Soziologie.

Holger Schunk, Prof. Dr., ist Professor für Medienwirtschaft und Marketing an der Hochschule RheinMain in Wiesbaden. Zuvor war er als Professor für Marketing an der Hochschule Fresenius in Idstein und Professor für Medienmanagement mit dem Lehrgebiet Markenkommunikation und Werbung an der Hochschule Macromedia in Stuttgart tätig. Prof. Dr. Schunk verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Unternehmensberatung. Im Rahmen seiner Consulting-Tätigkeit berät der studierte Diplom-Kaufmann sowohl DAX-Unternehmen als auch Mittelständler unterschiedlicher Branchen im In- und Ausland. Er war an unterschiedlichen Standardisierungen der Markenbewertung (IDW Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., DIN Deutsches Institut für Normung e. V.) beteiligt. Seine Forschungs- und Beratungsinteressen liegen in monetärer Markenbewertung, wertbasierter Markenführung, strategischem Marketing sowie Marktforschung.

Andreas Schwarz, Dr. phil., ist Akademischer Rat am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Ilmenau. Dort war Schwarz wissenschaftlicher Mitarbeiter von 2004 bis 2010; von 2012 bis 2015 Leiter (geschäftsführend) des Fachgebiets Medienwissenschaft. Schwarz studierte Angewandte Medienwissenschaft (Dipl.-Medienwiss.) an der Technischen Universität Ilmenau und promovierte dort 2009 zum Thema Krisenkommunikation.

Ralf Spiller, Prof. Dr., Hochschullehrer an der Macromedia Hochschule, Köln, wo er die Master School leitet, zuvor Unternehmensberater bei Capgemini sowie Redakteur und Projektmanager bei der Verlagsgruppe Handelsblatt, Studium der Rechts- und Politikwissenschaften in Konstanz, Freiburg und Salamanca.

Ann Christine Stähler, Studium Medienmanagement und Internationales Management an der Hochschule Macromedia in Stuttgart sowie der Hochschule Reutlingen und der Universität Straßburg. Projektmanagerin im Bereich Digital Marketing bei Smart Digital GmbH; Bachelorarbeit über die Bedeutung starker Marken für internationale Umweltschutz-NGOs in Deutschland.

Peter Stücheli-Herlach, Dr., ist Professor für Organisationskommunikation und Öffentlichkeit am IAM Institut für Angewandte Medienwissenschaft an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW (Schweiz). Er leitet dort die gleichnamige Forschungsgruppe und wirkt zudem als Senior Research Fellow an der Universität St. Gallen (Schweiz). Stücheli-Herlach war Gründer und Leiter des Zertifikatslehrgangs „Politische Kommunikation“ (berufsbegleitende Weiterbildung) an der ZHAW seit 2004 mit inzwischen weit mehr als 200 Absolventinnen und Absolventen aus der Behörden-, Verbands-, Parteien-, Vereins-, NGO-, Unternehmens- und Medienkommunikation; noch heute ist er für die wissenschaftliche Programmentwicklung zuständig. Stücheli-Herlach studierte politische

Philosophie, Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft und Politikwissenschaft an der Universität Zürich und an der Freien Universität Berlin (FU). Er war früher als PR- und Kommunikationsberater tätig und von 1994-2003 Politik- und Kultur-Redaktor der „Neuen Zürcher Zeitung“ (NZZ). Wichtige Publikationen: „Schreiben mit System: Texte für die PR planen, entwerfen und verbessern“ (Hrsg., zusammen mit Daniel Perrin).

Marcus Stumpf, Dr., ist Inhaber der Professur für Marketing und Markenmanagement an der Fachhochschule für Ökonomie und Management (FOM). Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth mit den Spezialisierungen Marketing und Dienstleistungsmanagement. Anschließend war er u. a. wissenschaftlicher Mitarbeiter und Assistent von Prof. Dr. Manfred Bruhn an der Universität in Basel, Seniorconsultant an der ZMU Marketingakademie in Oestrich-Winkel sowie als Geschäftsführer für die Vermarktung und die Markenführung des zweitgrößten deutschen Sportverbandes verantwortlich. Nach über fünf Jahren als Fachbereichsleiter und Professor für Marketing und Relationship Management am Studiengang Betriebswirtschaft der Fachhochschule Salzburg wechselte Stumpf im Jahr 2015 an die Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences, nach Stuttgart und 2016 an die FOM. Neben seiner hauptberuflichen Tätigkeit ist Stumpf als Fachautor und selbständiger Berater tätig, u. a. zu den Themen Non-Profit- und Verbandsmarketing, Mitgliederorientierung, Markenführung, Integrierte Kommunikation sowie Sponsoring und Ambush Marketing.

Adrian Teetz, berät Organisationen und Unternehmen in Strategiefragen. Der studierte Historiker (M.A.) war Journalist beim NDR, Ministeriumssprecher, Head of Communication in einem Dienstleistungskonzern und Bereichsleiter im Generalsekretariat des Deutschen Roten Kreuzes. Im Hauptberuf leitet er den Fachbereich Kommunikation an der Akademie im Zentrum Informationsarbeit Bundeswehr, Strausberg.

Jörg Tropp, Dr. phil., ist Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft, insbesondere für Strategische Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement; Studium der Kommunikationswissenschaft und Phonetik, Soziologie und Wirtschaftsgeographie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelm-Universität Bonn, 1997 Promotion an der Universität-GH-Siegen, 2004 Habilitation an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Diverse Lehraufträge und Gastprofessuren. Bis 2001 geschäftsführende Tätigkeiten in internationalen Kommunikationsagenturen. Seit 2004 Professor für Marketing-Kommunikation und Kommunikationsmanagement an der Hochschule Pforzheim. Arbeits- und Forschungsschwerpunkte: Marketing- und Werbekommunikation, Kommunikations- und Markenmanagement, Allgemeine Kommunikationstheorie und Persuasionsforschung.

Christine Viertmann, Dr., Referentin Berufsbefähigung durch internationale Kompetenzen an der Universität Leipzig. Bis 2016 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Strategische Kommunikation der Universität Leipzig sowie Projektleiterin der Aka-

demischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation gefördert durch die Günter-Thiele-Stiftung. Zuvor Promotionsstipendiatin der Unternehmensberatung HERING SCHUPPENER und Research Associate am Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations der Universität Leipzig. Im Mai 2014 Promotion zum Thema „Der Sündenbock in der öffentlichen Kommunikation“. Von 2004 bis 2010 Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaft und der Französisistik an der Universität Leipzig und der Université Paris-Sorbonne, Frankreich. Von 2008 bis 2010 Gründerin und Gesellschafterin einer Start-Up Agentur.

Franzisca Weder, Assoc. Prof. Dr. phil. habil., studierte Journalismus, Politikwissenschaften und Geschichte an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Seit 2005 arbeitet sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin, Assistenz- und seit 2012 als Assoziierte Professorin am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften der Alpen-Adria Universität Klagenfurt. Weitere Lehrtätigkeiten an der Fachhochschule Wien (Abteilung Kommunikationmanagement), dem Dep. of Telecommunication and Film der University of Alabama (USA), dem Dep. of Management Communication der University of Waikato (NZ) sowie am RMIT Melbourne (AUS). Daneben Beratungstätigkeiten im Rahmen der Wederei, Manufaktur für Kommunikation. Lehr- und Forschungsfelder: Organizational Communication & Public Relations, Sustainability, Corporate Social Responsibility, Health Communication & Community Based Campaign, Stakeholder Engagement & Participation.

Julia Wölfer, M. A., Communication Managerin in der Wirtschaft. Studierte am Lehrstuhl für Kommunikationsmanagement und Public Relations der Universität Leipzig und Politikwissenschaft am Institut des Etudes Politiques de Lyon . Während ihres Studiums forschte sie zum Thema NGO-Kommunikation. So betreute sie ein Forschungsprojekt mit, bei dem der NGO-Trust Index entwickelt wurde . In ihrer Masterarbeit ermittelte sie via Framing- und Rezeptionsanalyse die Wirkung der NGO-Kampagne „Kony 2012“.

Mundo Yang, Dr. phil., Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Siegen am Seminar für Sozialwissenschaften. Mundo Yang war unter anderem wissenschaftlicher Mitarbeiter am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), hat an der Universität Flensburg promoviert und absolvierte ein Studium der Politikwissenschaft an der Freien Universität Berlin.