

## **Prof. Dr. Andrea Hausmann**

### **Veröffentlichungen**

#### **Monographien**

Günter, B./Hausmann, A. (2012): Kulturmarketing, 2. überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden.

Hausmann, A. (2011): Kunst- und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis, Wiesbaden.

Günter, B./Hausmann, A. (2009): Kulturmarketing, Wiesbaden.

Hausmann, A. (2005): Theater-Marketing. Grundlagen, Methoden und Praxisbeispiele, Stuttgart.

Hausmann, A. (2001): Besucherorientierung von Museen unter Einsatz des Benchmarking, Bielefeld.

#### **Herausgeberschaften**

Hausmann, A./Heinze, A. (Hrsg.) (2016): Cultural Entrepreneurship: Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Wiesbaden.

Hausmann, A. (Hrsg.) (2014): Handbuch Kunstmarkt. Akteure, Management und Vermittlung, Bielefeld.

Hausmann, A./Frenzel, L. (Hrsg.) (2014): Kunst- und Kulturvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale, Wiesbaden.

Hausmann, A./Murzik, L. (Hrsg.) (2013): Erfolgsfaktor Mitarbeiter. Wirksames Personalmanagement für Kulturbetriebe, 2. Aufl., Wiesbaden.

Hausmann, A./Murzik, L. (Hrsg.) (2011): Neue Impulse im Kulturtourismus, Wiesbaden.

Hausmann, A./Körner, J. (Hrsg.) (2009): Demografischer Wandel und Kultur. Veränderungen im Kulturangebot und der Kulturnachfrage, Wiesbaden.

Hausmann, A./Helm, S. (Hrsg.) (2006): Kundenorientierung im Kulturbetrieb: Grundlagen, innovative Konzepte und praktische Umsetzungen, Wiesbaden.

## **Autorenreihe „Kunst- und Kulturmanagement“**

Herausgeberin der Reihe "Kunst- und Kulturmanagement" im Springer Verlag, Wiesbaden. Bereits erschienen: Klein, A. (2009): Leadership im Kulturbetrieb; Günter, B./Hausmann, A. (2009): Kulturmarketing; Lüddemann, S. (2009): Kultur. Eine Einführung; Mertens, G. (2010): Orchestermanagement; Gerlach, R. (2010): Kulturfinanzierung; Birnkraut, G. (2010): Evaluation im Kulturbetrieb; Fuchs (2010): Slogans der Kulturpolitik; Bemmé, S. (2011): Kulturprojektmanagement; Glogner-Pilz, P. (2011): Publikumsforschung; Langholz, J. (2011): Existenzgründung; Hausmann, A. (2011): Kunst- und Kulturmanagement; Schmidt (2012): Theatermanagement; Schneidewind, P. (2012): Controlling im Kulturmanagement; Günter, B./Hausmann, A. (2012): Kulturmarketing, 2. Aufl.; Steinecke, A. (2013): Kulturtourismus; Lynen, P. M. (2013): Kunstrecht (Bände 1-3); Baumgarth, C./Kaluza, M./Lohrlich, N. (2014): Markenaudit für Kulturinstitutionen; Scheytt, O. (2015): Kultursponsoring; Lüddemann, S. (2015): Kulturjournalismus; Holzmann (2015): Sammler und Museen.

## **Fokusthemenheft „Cultural Entrepreneurship“**

Guest Editor Special Issue „Cultural Entrepreneurship“ der Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship (ZfKE) (mit A. Heinze); Heft 1, 64. Jg., 2016.

## **Beiträge in referierten Zeitschriften**

Hausmann, A./Heinze (2016): Entrepreneurship in the Cultural and Creative Industries. Insights from an Emergent Field, in: *Artivate. A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, Vol. 2, Iss. 2, S. 7-22.

Hausmann, A./Pöllmann, L. (2016): eWOM in the Performing Arts. Exploratory Insights for the Marketing of Theaters, in: *Arts Marketing. An International Journal*, Vol. 6, No. 1, S. 111-123.

Hausmann, A./Weuster, L. (2015): Making Heritage Accessible: Usage and Benefits of Web-based Applications in Cultural Tourism, in: *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, Vol. 2, No. 1, Spring, S. 19-30.

Hausmann, A./Pöllmann, S. (2014): Nutzer und Nutzung der Social Media-Profile von Theatern. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung auf Facebook, in: *Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen*, Jg. 37, Heft 1-2/2014, S. 74-88.

Hausmann, A./Heinze, A. (2014): Cultural Entrepreneurship - Begriffsverwendung, Verortung und Tendenzen innerhalb der Entrepreneurshipforschung, in: *Zeitschrift für kleinere und mittlere Unternehmen*, Jg. 62, Heft 2, S. 125-152.

Hausmann, A. (2013): Empirische Forschung zum Personalmanagement in Kulturbetrieben: Ein Literaturüberblick, in: *Zeitschrift für Personalforschung*, Jg. 27, Heft 2, S. 103-124.

Hausmann, A./Pöllmann, L. (2013): Using Social Media for Arts Marketing: Theoretical Analysis and Empirical Insights for Performing Arts Organizations, in: *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, July, Vol. 10, Iss. 2, S. 143-161.

Hausmann, A./Süß, S. (2012): Personelle Vielfalt in der Kultur. Zur Bedeutung von Diversity-Management für Theaterbetriebe, in: Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen, Jg. 35, Heft 4, S. 401-421.

Hausmann, A. (2012): The Importance of Word of Mouth for Museums: a Framework of Analysis, in: International Journal of Arts Management, Vol. 14, No. 3, S. 32-43.

Hausmann, A. (2012): Creating "Buzz": Opportunities and Limitations of Social Media for Arts Institutions and their Viral Marketing, in: International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, Vol. 17, No. 3, S. 173-182.

Hausmann, A. (2012): Virale Empfehlungen und Social Media im Theaterbereich, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, Jg. 64, Heft 1, S. 18-33.

Hausmann, A. (2010): German Artists Between Bohemian Idealism and Entrepreneurial Dynamics: Reflections on Cultural Entrepreneurship and the Need for Start-up Management, in: International Journal of Arts Management, Vol. 12, No. 2, S. 17-29.

Hausmann, A. (2007): Cultural Tourism: Marketing Challenges and Opportunities for German Cultural Heritage, in: International Journal of Heritage Studies, Vol. 13, No. 2, S. 171-185.

Hausmann, A. (2007): Visitor Orientation and its Impact on the Financial Situation of Cultural Institutions in Germany, in: International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, Vol. 12, No. 3, S. 205-215.

Hausmann, A. (2007): Im Spannungsfeld zwischen künstlerischem Schaffen und Unternehmertum: Künstler als Gründer, in: Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen & Entrepreneurship, Heft 4, 55. Jg., Heft 4, 219-242.

Hausmann, A. (2006): Preispolitische Optionen zur Erlösoptimierung von Museumsbetrieben, in: Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen, Band 29, Heft 3, S. 241-258.

Hausmann, A. (2006): Mit Kulturtourismus aus der Krise? Implikationen des Marketing für Kulturstätten in den Neuen Bundesländern, in: Tourismus Journal - Zeitschrift für Tourismuswissenschaftliche Forschung und Praxis, Heft 4, 2006, Bd. 8, S. 575-591.

Duda, A./Hausmann, A. (2002): Public Private Partnerships zur Ressourcenbündelung im Kulturbereich, in: Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen, Jg. 25, Heft 3, S. 317-326.

Hausmann, A./Hoffjan, A. (1996): Die Wertermittlung bei Ausübung konzessionsvertraglicher Übernahme in der Energieversorgungswirtschaft, in: Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen, Jg. 19, Heft 2, S. 145-163.

### **Beiträge in sonstigen Fachzeitschriften**

Hausmann, A./Weuster, L. (2016): Trends im Kulturtourismus: Digitale Strategien zur Erschließung von kulturellem Erbe, in: Kulturpolitische Mitteilungen, Nr. 152, Heft 1, S. 54.

Hausmann, A./Pöllmann, L. (2010): Crowdfunding im Web 2.0. Neue Chancen für Fundraising und Kommunikation am Beispiel der Kultur, in: Stiftung und Sponsoring, Ausgabe 2/10, S. 28-29.

Hausmann, A. (2007): Das Publikum von morgen. Herausforderungen des demographischen Wandels für Kulturbetriebe, in: Kulturpolitische Mitteilungen, Nr. 117, Heft 2, S. 54-57.

Hausmann, A. (2007): Perspektiven für die Finanzierung öffentlicher Kulturbetriebe in Deutschland, in: Verwaltung und Management, Heft 1, S. 48-56.

Hausmann, A. (2007): Älter, bunter, weniger - das Kulturpublikum der Zukunft, in: Kultur und Management im Dialog (KM Monatsmagazin), S. 20-22.

Duda, A./Hausmann, A. (2004): Professionelles Management als Erfolgsfaktor im Kultursponsoring: eine empirische Studie, in: Stiftung & Sponsoring, Heft 5, S. 34-37.

Hausmann, A. (2004): Der Einsatz von Kennzahlen zur Verbesserung der Finanzierungsstruktur von Museen, in: museumskunde, Heft 1, S. 32-36.

Hausmann, A. (2004): Strategische Museumsplanung: Marketingpotenziale und wirtschaftliche Machbarkeit, in: neues museum, die österreichische museumszeitschrift, Heft 4, Februar, S. 77-80.

Duda, A./Hausmann, A. (2003): Bedeutung und Anwendung von Publikumsforschung, in: Das Orchester - Zeitschrift für Orchesterkultur und Rundfunk-Chorwesen, Heft 3, S. 17-22.

Hausmann, A. (2002): Kulturtouristen als wichtiges Besuchersegment im Marketing von Kulturbetrieben, in: Tourismus Journal - Zeitschrift für tourismuswissenschaftliche Forschung und Praxis, Jg. 6, Nr. 1, S. 49-57 (FORUM-Beitrag).

Hausmann, A./Duda, A. (2002): Qualitätsmanagement für Museen und Ausstellungshäuser, in: Museen im Rheinland, Heft 4, S. 11-14.

### **Beiträge in Herausgeberbänden**

Hausmann, A./Liegel, A./Heinze, A. (2016): Gründungsfinanzierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, in: Hausmann, A./Heinze, A. (Hrsg.): Cultural Entrepreneurship, Wiesbaden, S. 41-68.

Hausmann, A. (2015): Employer Branding: Zur Relevanz dieses Konzepts für Kulturbetriebe, in Baumgarth, C., Höhne, S.; Ziegler, R.: Kulturbranding 4, Leipzig, S. 187-194.

Hausmann, A. (2014): Der Kunstmarkt. Einführung und Überblick, in: Hausmann, A. (Hrsg.): Handbuch Kunstmarkt, Bielefeld, S. 13-34.

Hausmann, A. (2014): Marketing für den Kunstmarkt, in: Hausmann, A. (Hrsg.): Handbuch Kunstmarkt, Bielefeld, S. 397-415.

Hausmann, A./Frenzel, F. (2014): Kunstvermittlung 2.0. Konzeptionelle Überlegungen und empirische Ergebnisse, in: Hausmann, A./Frenzel, L. (Hrsg.) (2014): Kunst- und Kulturvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale, Wiesbaden, S. 1-15.

Hausmann, A. (2013): Mitarbeiter als (wichtigste) Ressource: Rahmenbedingungen, Aufgabenfelder und Besonderheiten des Personalmanagement in Kulturbetrieben, in: Hausmann, A./Murzik, L. (Hrsg.): Erfolgsfaktor Mitarbeiter. Wirksames Personalmanagement für Kulturbetriebe, Wiesbaden, 2. Aufl., S. 39-60.

Hausmann, A./Süß, S. (2013): Diversity und Diversity-Management in Kulturbetrieben, in: Hausmann, A./Murzik, L. (Hrsg.): Erfolgsfaktor Mitarbeiter. Wirksames Personalmanagement für Kulturbetriebe, Wiesbaden, 2. Aufl., S. 91-107.

Hausmann, A. (2012): Bridging the Gap in rougher Times: Bringing together the Demand and the Supply Side to secure the Future of Arts Management Education, in: Center for International Arts Management (Ed.): International Arts Management Concepts. Higher Education for the Market? Köln, S. 213-226.

Hausmann, A./Pöllmann, Lorenz (2012): Auswirkungen und Potenziale von Social Media im Kulturmanagement, in: Evangelische Akademie Loccum (Hrsg.): Die Zukunft der kulturellen Infrastruktur, 56. Loccumer Kulturpolitisches Kolloquium, Jena, S. 105-111.

Hausmann, A. (2011): Erfolgsfaktor Mitarbeiter im Kulturtourismus - Personalpolitische Handlungsoptionen für Kulturbetriebe, in: Steinecke, A./Kargermeier (Hrsg.): Kulturtourismus, München, S. 35-46.

Hausmann, A. (2011): Theatermarketing, in Klein, A. (Hrsg.): Kompendium für Kulturmanagement, Wiesbaden, S. 217-235.

Hausmann, A. (2011): Zur Bedeutung personalpolitischer Maßnahmen für den Erfolg touristischer Strategien von Kulturbetrieben, in: Hausmann, A./Murzik, L. (Hrsg.) (2011): Neue Impulse im Kulturtourismus, Wiesbaden, S. 91-109.

Hausmann, A. (2011): Audience Development: Besuchergewinnung und Besucherbindung in Kulturbetrieben, in: Zentrum für Internationales Kunstmanagement, III. Jahrbuch CIAM, Köln, S. 98-105.

Hausmann, A. (2010): Kultur und Tourismus: Marketingimplikationen für eine erfolgreiche strategische Allianz, in: John, H./Schild, H./Hieke, K. (Hrsg.): Museen und Tourismus, Bielefeld, S. 75-85.

Hausmann, A. (2009): Implikationen des demografischen Wandels für das Marketing von Kultureinrichtungen, in: Hausmann, A./Körner, J. (2009): Demografischer Wandel und Kultur. Veränderungen im Kulturangebot und der Kulturnachfrage, Wiesbaden, S. 132-148.

Hausmann, A. (2008): europa. macht. kultur - Aber wie? Anforderungen an eine europäische Kulturpolitik der Zukunft, in: Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): kultur.macht.europa, Bonn, S. 114-117.

Hausmann, A. (2008): Das Marktsegment Kulturtourismus - Handlungsstrategien für Museen, in: Looock, F./Scheytt, O. (Hrsg.): Kulturmanagement und Kulturbetriebe, Berlin, H 2.5, S. 1-18.

Hausmann, A. (2007): Erfolgreiches Innovationsmanagement in Kulturbetrieben, in: Looock, F./Scheytt, O. (Hrsg.): Kulturmanagement und Kulturbetriebe, Berlin, D 1.4, S. 1-11.

Hausmann, A. (2006): Marketing für Theater - Überlegungen zur Königsdisziplin des Kulturmanagement, in: Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder (Hrsg.): Universitätschriften 2006, Frankfurt/Oder, S. 170-191.

Hausmann, A. (2006): Mit Benchmarking die Wirtschaftlichkeit im Kulturbetrieb erhöhen, in: Bendixen, P. (Hrsg.): Handbuch für KulturManagement, Berlin, B 6.10, S. 1-16.

Hausmann, A. (2006): Kulturfinanzierung im Kontext der Besucherorientierung von Kulturbetrieben, in: Hausmann, A./Helm, S. (Hrsg.): Kundenorientierung von Kulturbetrieben, Wiesbaden, S. 91-108.

Helm, S./Hausmann, A. (2006): Kundenorientierung im Kulturbetrieb: Eine Einführung, in: Hausmann, A./Helm, S. (Hrsg.): Kundenorientierung im Kulturbetrieb: Grundlagen, innovative Konzepte und praktische Umsetzungen, Wiesbaden, S. 13-27.

Hausmann, A. (2006): Marketing und Management in Museen, in: Landschaftsverband Rheinland (Hrsg.): Planungen für die Zukunft, Lindlar, S. 18-20.

Hausmann, A. (2006): Die Kunst des Branding: Kulturbetriebe im 21. Jahrhundert erfolgreich positionieren, Höhne, S. (Hrsg.): Kulturbranding?!, Leipzig, S. 47-58.

Hausmann, A. (2005): Kooperationen zwischen Kultur und Wirtschaft - neue Wege in der Finanzierung öffentlicher Kulturbetriebe, in: Keuper, F./Schäfer, Ch. (Hrsg.): Führung und Steuerung öffentlicher Unternehmen - Probleme, Politiken und Perspektiven entlang des Privatisierungsprozesses, Berlin, S. 109-129.

Hausmann, A. (2004): Kennzahlen und „best practices“ im Kulturmanagement, in: Heinze, Th. (Hrsg.): Neue Ansätze im Kulturmanagement, Wiesbaden, S. 89-106.

Hausmann, A. (2003): Benchmarking zur Verbesserung der Besucherorientierung - Vorschläge für die Museumspraxis, in: John, H. (Hrsg.): Benchmarking als effektives Instrument des Museumsmanagements, Bielefeld, S.67-75.

Hausmann, A. (2002): Die Kunstmesse als Marketinginstrument: Erfolgsfaktoren für Galerien in: Fesel, B./Holzweißig, H. (Hrsg.): Strategien im Kunstmarkt: Die Kunstmesse als Marketinginstrument, Köln, S. 115-125.

Günter, B./Hausmann, A. (2002): Zur Entwicklung des Kunstmarktes - Thesen aus der Sicht des Marketing, in: Meyer, J./Even, R. (Hrsg.): Die Zukunft des Kunstmarktes - Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst, Köln, S. 195-210.

Hausmann, A. (2001): Das Internet als Marketing-Instrument für Galerien?! in: Fesel, B./Holzweißig, H. (Hrsg.): Neue Chancen für Galerien im Internet, Köln, S. 3-5.

Günter, B./Hausmann, A. (1999): Museumsmanagement als übergreifende Arbeitsform, in: Deutscher Museumsbund (Hrsg.): Museumsmanagement, Stuttgart, S. 81-94.

### **Proceedings und begutachtete Konferenzbeiträge**

Hausmann, A./Pöllmann, L. (2012): Broadcast your services! Impact of Social Media on the Marketing of Performing Arts Organizations, Proceedings of the 17th International Conference on Cultural Economics (ACEI 2012) in Kyoto.

Hausmann, A. (2010): Art Entrepreneurs and the Need for Entrepreneurial Marketing, ANZMAC 2010: Doing more with less: Proceedings of the 2010 Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, ANZMAC, Christchurch, New Zealand.

Hausmann, A. (2007): Entrepreneurship in the Cultural Sector - background, theoretical framework and success factors for establishing and ensuring the growth of cultural start-ups in Germany, in: AIMAC (Hrsg.): Proceedings of the Ninth International Conference on Arts and Cultural Management, Valencia 2007, S. 1-15.

Hausmann, A. (2006): Optimising Revenue for Arts and Cultural Organisations Through a Marketing and Visitor Orientation, in: Bennett, R. (Hrsg.): Proceedings of the First Joint Workshop of the Nonprofit and Arts/Heritage Marketing Special Interest Groups of the Academy of Marketing, London, S. 53-69.

Hausmann, A. (2006): The Tightrope Walk Between Financial Bottlenecks, Resource Bundling and Conflicts of Interest, in: ICCPR (Hrsg.): Proceedings of the Fourth International Conference on Cultural Policy Research, Wien 2006, S. 102-116.

### **Beiträge in Lexika**

Hausmann, A. (2011): Finanzierung, in: Lüddemann, S./Lewinski-Reuter, V. (Hrsg.): Glossar Kulturmanagement - in 60 Stichwörtern, S. 56-62, Wiesbaden.

Hausmann, A. (2011): Benchmarking, in: Lüddemann, S./Lewinski-Reuter, V. (Hrsg.): Glossar Kulturmanagement - in 60 Stichwörtern, S. 27-33, Wiesbaden.

### **Rezensionen**

Hausmann, A. (2010): Rezension zu Glogner, Patrik/ Föhl, Patrick S. (Hrsg.) (2010): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung, in: Kulturmanagement.Net Monatsmagazins „Kultur und Management im Dialog“, Nr. 43, S. 40.

Hausmann, A. (2006): Rezension zu Steffen Höhne (Hrsg.): „Amerika, Du hast es besser“? Kulturpolitik und Kulturförderung in kontrastiver Perspektive, Leipzig, in: Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen, Heft 4, S. 465-466.

Hausmann, A. (2003): Rezension zu Heinze, D./Schütz, D. (Hrsg.): Erfolgreich Kultur finanzieren, Stuttgart 2003, in: Das Orchester - Zeitschrift für Orchesterkultur und Rundfunk-Chorwesen, Heft 10, S. 78-79.

## Sonstige Veröffentlichungen

### *Fernstudienmaterial/Lehrtexte*

Günter, B./Hausmann, A. (2005): Marketing-Konzeptionen für Museen, Hagen.

### *Interviews / Zeitungsartikel*

Hausmann, A. (2015): Die Wissenschaft des Gründens - Interview zum 5. Viadrina Kulturmanagement Symposium, veröffentlicht unter:

[http://kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v\\_\\_d/ni\\_\\_2959/index.html](http://kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v__d/ni__2959/index.html).

Hausmann, A. (2013): Erfolgsfaktor Personalentwicklung. Wissenswertes für Kulturbetriebe, in: Kultur und Management im Dialog (KM Monatsmagazin), Nr. 82, September, S. 11-14.

Hausmann, A. (2013): Personalentwicklung im Konzert- und Theaterbetrieb, in: Theater Management Heute, September, 17. Jg., Nr. 68, S. 10-11.

Hausmann, A. (2013): Kunstvermittlung 2.0, in: Kultur und Management im Dialog, Nr. 83, S. 38-39.

Hausmann, A. (2012): Von Kunst leben? in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Karriere Newsletter, 19. Januar 2012, veröffentlicht unter: [http://fazjob.net/ratgeber\\_und\\_service/sprungbrett/2012/01/03/](http://fazjob.net/ratgeber_und_service/sprungbrett/2012/01/03/).

Hausmann, A. (2011): Jedem Erfolg wohnt ein Zauber inne, in: Tagesspiegel, Nr. 21 115, 4. Oktober 2011, S. 29.

Hausmann, A. (2011): Mitarbeiter als Erfolgsfaktoren in Kunst und Kultur, in: Kultur und Management im Dialog (KM Monatsmagazin), Nr. 60, Oktober, S. 41-45.

Hausmann, A. (2010): Mit mehr Qualität zur Kulturmarke, in: Osnabrücker Zeitung, 9. Juni 2010, S. 10.

Hausmann, A. (2010): Kulturfinanzierung, in: Märkische Oderzeitung, 24. April 2010, S. 9.

Hausmann, A. (2009): Zur Qualitätssicherung im Kulturtourismus, in: Kultur und Management im Dialog (KM Monatsmagazin), Nr. 34, August, S. 13-17.

Hausmann, A. (2009): Demographischer Wandel und Kultur, gesendet auf: WDR 3, Resonanzen, 26. Februar 2009.

Hausmann, A. (2007): Maßnahmenplanung für ein erfolgreiches Stadtmarketingkonzept, in: Causales (Hrsg.): Kulturmarken, Berlin S. 174-175.

Hausmann, A. (2007): Werben mit der Universität und Kleist, in: Märkische Oderzeitung vom 3./4. November 2007, S. 20.



### *Kommentare / Infoshots*

Initiatorin und Mitautorin der „Infoshots“ des Kulturmanagement.Net Monatsmagazins „Kultur und Management im Dialog“ (2009-2011); Themen u.a.: *Guerilla Marketing*, Nr. 31, Mai 2009, S. 27; *Web 2.0*, Nr. 33, Juni 2009, S. 3; *Mitarbeiterführung / Leadership*, Nr. 37, November 2009, S. 17-18; *Change Management in Museen*, in: Nr. 41, März 2010, S. 19-20, *Cultural Entrepreneur*, in: Nr. 44, Juni 2010, S. 15-16, *Personalmanagement*, in: Nr. 47, September 2010, S. 33-34; *Öffentliche Kulturförderung*, in: Nr. 52, Februar 2011, S. 30-31, *Motivation von Mitarbeitern*, in: Nr. 55, Mai 2011, S. 40-41; *Netzwerke(n)* Nr. 62, Dezember 2011, S. 24-25.

*Stand: April 2017*