

Forschungsbericht 2013

Vorwort

Der Forschungsbericht 2013 der Karlshochschule International University umfasst den Zeitraum 2012 und 2013. Die Forschungsrahmenthemen der Karlshochschule, die in dem letzten Forschungsbericht dokumentiert sind, liegen dem hier vorliegenden Dokument inhaltlich zugrunde. Ab dem akademischen Jahr 2012/2013 wurde im Hinblick auf den Sitzungsturnus der Gremien die Berichterstattung auf das Kalenderjahr umgestellt. Somit ist der Betrachtungszeitraum dieses Berichtes von September 2012 bis Dezember 2013.

Im Berichtszeitraum konnte die Karlshochschule ihre Forschungsposition in der Scientific Community mit ihren Aktivitäten verbessern. Gerade die Außenwahrnehmung konnte auf Grund der Profilbildung und Forschungsrahmenthemen (Fakultät für Betriebswirtschaft und Management: Vielfalt/ Interkulturalität und Interaktion/ kommunikatives Handeln; Fakultät für Management und Performance: Raum und Inszenierung) gesteigert werden. Vier Aktivitäten, die dies beispielhaft illustrieren, sind a) die Durchführung von zwei internationalen Tagungen, b) die erfolgreiche Verantwortung für ein EU-Konsortium (Grundtvig Lernpartnerschaft), c) Anbahnung einer Forschungsk Kooperation mit dem Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung ISI sowie d) die Vereinbarung zur kooperativen Promotion mit der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe.

Im Berichtszeitraum war die Karlshochschule mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestrebt, die Initiativen der Professoren im Einzelnen zu unterstützen und die Forschungsrahmenthemen – insbesondere in der Zusammenarbeit mit neu hinzugekommenen Kolleginnen und Kollegen – weiterzuentwickeln.

Inhaltsverzeichnis

1. Drittmittelbasierte Projekte
2. Grundtvig-Projekt „Age-Related Leadership“
3. Internationale Konferenz „(re-)Th!nking Diversity“
4. „Karlsexpeditionen in die Finanzwelt“
5. „Perceived Signs of Success“
6. Hochschulschriftenreihe Management – Culture – Interpretation
7. Vorträge der Professorinnen und Professoren
8. Veröffentlichungen der Professorinnen und Professoren

1. Drittmittelbasierte Projekte

- a. LLP Grundtvig-Lernpartnerschaft „Age-Related Leadership: Workshop for Managers, who lead elder employees“. Vier europäische Partner, Laufzeit vom 01.08.2011 bis 31.07.2013. Gesamtsumme 18.000 Euro. Die Mittel werden vom Management Institut der Karlsruhochschule verwaltet. Folgende partnerschaftliche Treffen fanden im Berichtszeitraum statt: Helsinki 12.-13.09.2011, Karlsruhe 06.12.2011, Zürich 14.03.2012, Helsinki 14.-15.06.2012, Karlsruhe 19.09.2012, Baveno 06.-07.02.2013, Baveno 10.-11.06.2013.
- b. LLP Leonardo da Vinci Transfer of Innovation Projekt „Teacher training to improve attractiveness and quality of management education through the simulation tool ‘Emerald Forest’ (MST-EF)“. Acht europäische Partner aus sieben Ländern, Laufzeit vom 01.10.2010 bis 30.09.2012, Gesamtsumme rund 300.000 Euro, Gesamtvolumen an der Karlsruhochschule rund 40.000 Euro, jeweils inklusive Eigenanteil. Ziel des Projekts war der Transfer des Management Simulationstools „Emerald Forest“ auf die beteiligten Partnerinstitutionen, um die Managementausbildung für Unternehmer zu verbessern. Dabei wurde die Simulation zweimal an der Karlsruhochschule mit Studierendenteams getestet; beim zweiten Mal (Eigeninitiative, nach Ablauf des Förderzeitraums) wirkten Unternehmensvertreter aus dem Tourismusmanagement in der Jury mit.
- c. Für die Durchführung der internationalen Konferenz „(re-)Th!nking Diversity“ wurde im August 2012 von der Volkswagenstiftung ein Zuschuss in Höhe von 10.500 Euro gewährt.
- d. Karlsexpeditionen, eine Kooperation der Karlsruhochschule mit CGI zur Förderung von angewandter Forschung und Lehre, Laufzeit von März 2011 bis unbegrenzt, Gesamtsumme 15.000 Euro.
- e. Diversity Improvement as a Viable Enrichment Resource for Society and Economy (Diverse) Projekt: Förderlinie: EIF Community Actions, 14 Partnerinstitutionen, Laufzeit von Oktober 2013 bis April 2015, Gesamtsumme rund 895.000 Euro, Gesamtvolumen an der Karlsruhochschule 80.000 Euro, jeweils inklusive Eigenanteil. Ziel des Projekts ist, die Teilhabe von Angehörigen aus Nicht-EU-Staaten bei der Schaffung einer inklusiven europäischen Gesellschaft durch folgende Aktivitäten zu fördern: a) Sichtbarmachung und Förderung der Anerkennung der Fähigkeiten und Kompetenzen von Drittstaatenangehörigen; b) Schaffung eines Bewusstseins für die Vorteile des Diversity Managements in verschiedenen Arten von Organisationen; c) Befürwortung einer proaktiven Rolle von Drittstaatenangehörigen, die ihr Potenzial sowohl in der Wirtschaft als auch im zivilen Bereich entfalten können, mit besonderer Betonung ihres Beitrags zu freiwilligen gemeinnützigen Organisationen.

2. Grundtvig-Projekt „Age-Related Leadership: Workshop for Managers, who lead elder employees”

In dem Projekt ging es um die soziale Segregation der Mitglieder in Organisationen, um die kulturellen Milieus und deren sozial-interaktive Verfasstheit, um die mentalen Repräsentationen der entsprechenden sozialen Kategorien und um die für den Umgang zur Verfügung stehenden Werkzeuge (also etwa: Wie werden ältere Mitarbeiter wahrgenommen, wie wird das eigene Altern im Rahmen von Führungskommunikation reflektiert u. a.). Von besonderem Interesse war die Frage, wie das Alter(n) als soziale Kategorie aus dem sozialinteraktiven Handeln von Mitgliedern der Organisation (Belegschaft, Führung) entsteht, wie mit der Kategorie gearbeitet wird und welchen ideologischen Stellenwert man ihr im Management gibt. Darauf aufbauend sind strukturelle und interaktive Handlungsempfehlungen für die Unternehmenspraxis möglich. Das Projekt wurde im Rahmen eines europäischen Grundtvig-Konsortiums von der EU-Kommission gefördert. Die Partnerschaft entwickelte einen interkulturellen Workshop und ein Trainingskonzept, das Führungskräfte dabei unterstützt, ihr Wissen zum Thema Führung einer alternden Belegschaft zu verbessern und dieses Wissen im Führungsalltag anzuwenden. Dabei sollte Sensibilität bei Trainern und Führungskräften zu dem Thema Alter(n) entwickelt und Wissen über die Individualität auch des eigenen Alternsprozesses erworben werden. In dem Workshop wurden Lernmethoden für Ältere angewandt; die Trainer berücksichtigten bei der Konzeptentwicklung insbesondere die kulturell unterschiedlichen Charakteristika alternder Belegschaften.



Die Beteiligung von vier EU-Forschungsinstituten – Karlshochschule Management Institut, Finnish Institute of Occupational Health (FIOH), Helsinki, Fondazione ISTUD (ISTUD), Baveno, Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaft (ZAHW), Zürich – kombinierte eine interkulturelle und interdisziplinäre Betrachtung des Themengebietes aus soziologischer, psychologischer, betriebswirtschaftlicher, Führungs- und arbeitsmedizinischer Perspektive. Aufbauend auf einer umfassenden empirischen Untersuchung (Stichprobe > 755 Manager aus Deutschland, Finnland, Italien und der Schweiz) verbanden die vier Partnerorganisationen theoretische Forschung mit praktischer Anwendung. Die Ergebnisse wurden auf Konferenzen in Schweden, Finnland, Deutschland, Italien und Südafrika vorgestellt und mündeten in fachspezifischen Publikationen. Einen wirkungsvollen Abschluss des zweijährigen Forschungsprojektes

bildete ein intensives Trainingsprogramm im April 2013 an der Karlshochschule International University. Der entwickelte „Age-related Leadership Workshop for Managers who lead elder Employees“ eröffnete Teilnehmern, altersgerechte Führung unter verschiedenen kulturellen Gesichtspunkten zu analysieren, zu reflektieren und neue Konzepte für ihre eigenen Unternehmen zu entwickeln. Nach zwei Jahren intensiver Arbeit trug die Forschungskooperation auf verschiedenen Ebenen Früchte und bildete eine bereichernde Lernerfahrung für alle Beteiligten.



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Projektkoordination: Prof. Dr. Cordula Braedel-Kühner, Karlshochschule International University

Partnerinstitutionen: Finnish Institute of Occupational Health (FIOH), Fondazione ISTUD (ISTUD), Züricher Hochschule für angewandte Wissenschaft (ZAHW), Karlshochschule Management Institut

3. Internationale Konferenz „(re-)Th!nking Diversity“

Im September 2012 fand an der Karlsruhochschule International University die zweitägige internationale Konferenz (re-)Th!nking Diversity statt. Im Zuge des interdisziplinären, konstruktivistischen und interpretativen Ansatzes des Karlsruhochschule greift (re)Th!nking Diversity als zweite Konferenz der Reihe „Narrative and Innovation“ den Forschungsschwerpunkt „Vielfalt/Interaktion“ auf.

In einer Welt, die durch zunehmende Vielfältigkeit und Komplexität gekennzeichnet ist, steigt der Bedarf eines innovativen Verständnisses aktueller, dynamischen Entwicklungen. Gesellschaften wachsen zusammen und erzeugen neue Dimensionen von ethnischer Vielfalt, veränderten Demographien und neuen Herausforderungen für Organisationen, politische Institutionen und gesellschaftliche Gruppen aller Art. Mit der Überzeugung, dass monokausale Sichtweisen zur Beschreibung von „Diversity“ zu kurz greifen und eine Zuschreibung von „Diversity“ zu ausschließlich einer gängigen Variablen, wie Alter, Geschlecht oder Nationalität etc., nicht zu einer adäquaten Analyse des komplexen Phänomens führen, stand die Entwicklung neuer Perspektiven unter Verwendung interdisziplinärer, multimethodischer und grenzüberschreitender Ansätze im Mittelpunkt der Konferenz.

Das Hauptziel und die thematische Fokussierung der Konferenz lagen auf der Zusammenführung aktueller theoretischer und angewandter wissenschaftlicher Ideen, Konzeptionen und Perspektiven zu „Diversity“. Mehr als 100 Vertreterinnen und Vertreter sowohl aus der Wissenschaft, die den aktuellen Forschungsstand präsentierten und diskutierten, als auch aus der Praxis, die vielfältige Anwendungen an den Schnittstellen von „Diversity“ zeigten, traten in einen explanativen und innovativen Diskurs. Ein zentrales Element der Konferenz war ein abgestimmter Mix aus Vorträgen, offenen, thematischen Diskussionen und Open-Space-Formaten. An dieser Stelle zeigte die Karlsruhochschule eines ihrer wichtigsten Potenziale für kreative und innovative Problemlöseverfahren und dialogische Prozessoptimierungen. Die Open-Space-Veranstaltungen, ebenso wie die gesamte Rahmung der Veranstaltung, waren richtungsweisend, und zwar sowohl für künftige Veranstaltungen an der Hochschule, als auch für die Außenwelt.



This project has been funded with support from the Volkswagen Foundation. This publication reflects the views only of the author, and the VW-Foundation cannot be held responsible for any

use which may be made of the information contained therein.

Projektkoordination: Prof. Dr. Cordula Braedel-Kühner, Karlsruhochschule International University
Prof. Dr. Andreas Müller, Karlsruhochschule International University

4. „Karlsexpeditionen in die Finanzwelt“

Ganz im Sinne einer *praxisnahen Lehr- und Forschungsphilosophie* sowie einer kulturwissenschaftlich geprägten, *interpretativen Wirtschaftswissenschaft* erkunden Studierende, Professoren und Partner der Karlsruhochschule gemeinsam im Rahmen intensiver Exkursionen und Forschungsreisen die Finanzwelt.

Diese sind dank der *vielfältigen Unterstützung von Förderern* der Karlsruhochschule sowie Partnern der beteiligten Professoren möglich. Insbesondere durch die dankenswerterweise im Frühjahr 2011 von CGI, einem Unternehmen für IT-Beratung und IT-Services in der Finanzindustrie, zur Verfügung gestellten, zweckgebundenen Mittel sind diese Karlsexpeditionen und die damit verbundenen Aktivitäten zur Förderung der Wissenschaft und Forschung an der Karlsruhochschule möglich.

Die konkreten Arbeitsziele der „Karlsexpeditionen“ lassen sich auf folgende drei verdichten und unterstützen damit direkt und indirekt die *Lehr-, Forschungs- und Finanzierungsaktivitäten* der Karlsruhochschule:

Ermöglichung konstruktiver Didaktik in Finanzmodulen durch realistische, effektive Lernumgebungen

Die Finanzmodule an der Karlsruhochschule sind bereits von vielen Elementen konstruktivistischer Didaktik geprägt. Um den Studierenden *realistische, effektive Lernumgebungen* zu ermöglichen, werden im Rahmen der Karlsexpeditionen, u. a. nach London und Frankfurt, ganz unterschiedliche Akteure der Finanzwelt besucht und deren Verhalten zusehen in „*freier Wildbahn*“ realitätsnah erforscht. Dabei erarbeiten sich die Studierenden wesentliche Lernziele selbst und vermitteln sich diese im Sinne von „*Lernen durch Lehren*“ gegenseitig. So kann der Wissenserwerb individuell in Abhängigkeit des persönlichen Vorwissens und des selbsterlebten Handlungskontexts konstruiert werden. Durch die persönlichen Gespräche mit erfahrenen Akteuren, die sich durch teilweise langjährige Berufs- und Lebenserfahrung in der Finanzwelt auszeichnen, können die Studierenden Unternehmen der Finanzindustrie als Organisationen von wandelbaren Größen erleben, die sich in Zeit und Raum jeweils auf spezifische Weise neu definieren müssen. Dieses Wissen ist – angeregt durch den eingebetteten, aktiven Erwerb – im Idealfall mit anderen Bereichen *vernetzt* und *übergreifend transferfähig* und *anwendbar*.

Unterstützung der Forschungsaktivitäten der Karlsruhochschule durch den Aufbau einer empirischen, multimedialen Datenbasis

Die Karlsexpeditionen in die Finanzwelt sind ganz im Geiste der *interdisziplinären Forschungsaktivitäten* und unterstützen diese zugleich in ihrer weiteren Entfaltung. Dabei werden finanzwirtschaftliche Vorgänge – wie das gesamte wirtschaftliche und organisationale Handeln – nicht als isoliert zu betrachtende Aktivitäten verstanden und erforscht. Sie sind vielmehr in engem Maß an *gesellschaftliche und kulturelle Kontexte* gebunden, in denen die Zuschreibung, die Interpretation und das Aushandeln von Sinn und Bedeutung im Rahmen von *Inszenierungen* und *kommunikativen Konstruktionen* stattfinden.

Die Aktivitäten sind eingebettet im *Themenfeld Interaktion / Kommunikatives Handeln* der Fakultät I und sollen dazu beitragen, die *kommunikative Herstellung sozialer Wirklichkeit* in Finanzunternehmen zu untersuchen. Die relevanten Herstellungsprozesse werden dabei sowohl in ihrer konkreten Gestalt als auch in ihrer systemischen Beschaffenheit betrachtet. Das Erkenntnisinteresse richtet sich auf die *Rekonstruktion von Ordnungen im kommunikativen Handeln*, und, darauf aufbauend, auf die Entwicklung innovativer Perspektiven für Akteure der Finanzindustrie.

Konkret wird durch die Karlsexpeditionen und den damit verbundenen Aktivitäten eine *empirische, multimediale Datengrundlage* für einen Verbund von Arbeiten zu dem tatsächlichen Agieren von Managern in der Finanzdienstleistungsbranche zusammengetragen. Zum Beispiel geht es bei diesen Arbeiten um die Frage, mit welchen darstellenden Mitteln die Manager in Präsentationen und Gesprächen Glaubwürdigkeit, Authentizität, Erfolgzuschreibung und assertativen Wahrheitsgehalt erzeugen. Um die Forschung auf authentischen, audiovisuellen Materialien aufbauen zu können, werden zum Beispiel Interviews mit Fondsmanagern geführt und eine wissenschaftlich auswertbare Bilddatenbank von Fonds- und Relationship-Managern aufgebaut. Diese können mit Hilfe *qualitativer und quantitativer Methoden*, etwa mit konversationsanalytischen Sequenzanalysen und der Analyse von Inszenierungsstrategien, untersucht werden.

Damit werden zugleich individuelle *Publikationsaktivitäten* von Mitgliedern beider Fakultäten sowie der Hochschule als Ganzes unterstützt.

Vernetzung mit Akteuren der Finanzindustrie zum Ausbau des Kreises der Partner und Förderer der Karlsruhochschule

Durch die Identifizierung konkreter Akteure der Finanzindustrie, deren *Ansprache* und dem Aufbau einer *nachhaltigen Beziehung* wird als ein weiteres wichtiges Ziel der Karlsexpeditionen der Kreis der Partner und Förderer der Karlsruhochschule mittel- und langfristig weiter ausgebaut. So konnte im

Rahmen der bisherigen Aktivitäten bereits der Kontakt beispielsweise zu Vertretern von Barclays Capital, Morgan Stanley, der DZ Bank, der Commerzbank, der Fidor Bank sowie der Berenberg Bank gepflegt bzw. aufgebaut werden. Durch die anstehenden Aktivitäten wird das Netzwerk beispielsweise um Goldman Sachs, Henderson Global Investor, London Metal Exchange und Barclays Wealth erweitert.

Nicht nur die Karlshochschule selbst profitiert von dieser persönlichen Vernetzung, auch teilnehmende Studierende erfahren unmittelbaren Nutzen über den Wissenserwerb hinaus. So sicherten sich im Anschluss einzelne Studierende *Praktika* bei im Rahmen der Karlsexpeditionen besuchten, renommierten Finanzinstituten.

Projektkoordination: Prof. Dr. Bernd Ankenbrand, Karlshochschule International University

5. „Perceived Signs of Success“

„Experimentelle Wirtschaftsforschung über wahrgenommene Persönlichkeitsmerkmale basierend auf dem ersten visuellen Eindruck von Personen der Investmentbranche“

Dieses Forschungsthema ist Teil des Forschungsprojektes an der Fakultät I zu „Inszenierungsstrategien von Managern in der Finanzdienstleistungsbranche“. Zentrum dieses Projektes ist die Forschungsfrage, „mit welchen darstellenden Mitteln die Manager in Präsentationen und Gesprächen Glaubwürdigkeit, Authentizität, Erfolgzuschreibung und assertativen Wahrheitsgehalt erzeugen.“ (Karlsruhehochschule 2013). Mit Hilfe einer Bandbreite qualitativer und quantitativer Methoden wurden und werden verschiedene Facetten und Perspektiven beleuchtet. Da insbesondere Personen der Investmentbranche davon ausgehen, (Finanz-) Entscheidungen rational zu treffen bzw. zumindest rational zu begründen, ist dies ein besonders interessantes Forschungsgebiet. Zwar zeigen zahlreiche empirische Forschungen aus der Verhaltensökonomie, dass viele Menschen – oft unbewusst – durch zahlreiche verhaltensökonomische Effekte in Entscheidungen beeinflusst werden (Kahneman 2011, Ariely 2010); inwieweit diese Effekte in der Investmentbranche auftreten, ist jedoch bisher nur unzureichend untersucht worden.

Auch in der Investmentbranche stellt insbesondere der erste Eindruck, der in Bruchteilen einer Sekunde erfolgt und von höchst langlebiger Wirkung ist, solch einen Einflussfaktor dar (Todorov, Said, Engell, Oosterhof 2008). Auf Basis von ethnographischen Feldforschungen konnte gezeigt werden, dass z. B. die getragene Armbanduhr einen zwar oft unbewussten, aber dennoch nachhaltigen Effekt auf das wahrgenommene Persönlichkeitsprofil und damit auf die Investitionsentscheidung hat (Ankenbrand 2012).

Darüber hinaus wurde mit Hilfe von Methoden der experimentellen Wirtschaftsforschung der erste visuelle Eindruck von Personen aus der Investmentbranche anhand von Portraitfotos empirisch gemessen. Aus vorangegangenen Studien u. a. von Alexander Todorov vom Social Cognition and Social Neuroscience Lab an der Princeton University (Todorov 2013) wissen wir bereits, dass Menschen automatisch und beständig aus Gesichtern Rückschlüsse auf die jeweilige Persönlichkeit (Todorov, Said, Engell, Oosterhof 2008) ziehen und dass diese Charakterurteile in sehr kurzer Zeit gefällt werden (Willis, Todorov 2006). Analog zu Versuchsreihen mit Portraitfotos von CEOs (Rule, Ambady 2008) und Politikern (Berggren, Jordahl, Poutvaara 2010, Todorov, Mandisodza, Goren, Hall 2005) wurden in dieser Studie Porträtfotos von insgesamt zehn Asset Managern, Sales Managern, Investment Consultants sowie Investoren zur Begutachtung vorgelegt. Von September bis Oktober 2012 konnten Daten von 448 brancheninternen und externen Teilnehmern gewonnen werden, die ihren persönlichen Eindruck auf Basis eines Portraitfotos quantifizierten und angaben, wie gut sie die

jeweilige Person kannten. Diese detaillierten empirischen Daten, wie vertrauenswürdig, kompetent, sympathisch, durchtrieben und wie attraktiv Personen aus der Investmentbranche auf den ersten bzw. zweiten Blick eingeschätzt werden, und ihre Kombination mit anderen Datenpunkten erlaubten interessante Schlussfolgerungen hinsichtlich der Einflussfaktoren auf Investmententscheidungen: Personen aus der Investmentbranche hinterlassen mit ihrem Portraitfoto einen recht einheitlichen ersten Eindruck, und dies sowohl bei Branchenfremden als auch bei Brancheninsidern. Die Streuung der jeweils wahrgenommenen Persönlichkeitsmerkmale um den jeweiligen Mittelwert ist mit einer Standardabweichung von 0,7 bis 1,0 sehr gering. Eine Person wird also auf den ersten Eindruck mehrheitlich und mit recht geringer Streuung beispielsweise als stark vertrauenswürdig, mittelmäßig attraktiv oder im geringen Maße durchtrieben wahrgenommen. Jedoch gibt es entgegen zahlreicher Belege aus anderen Branchen für Männer in der Investmentbranche so etwas wie einen „Fluch des Adonis“ („Adonis Curse“). Aus den Daten der Männer konnte eindeutig eine starke negative Korrelation von -0,7 zwischen Attraktivität und Vertrauenswürdigkeit gelesen werden. In anderen Worten: Je attraktiver ein Investmentprofessional eingeschätzt wurde, desto weniger vertrauenswürdig wurde er beschrieben.

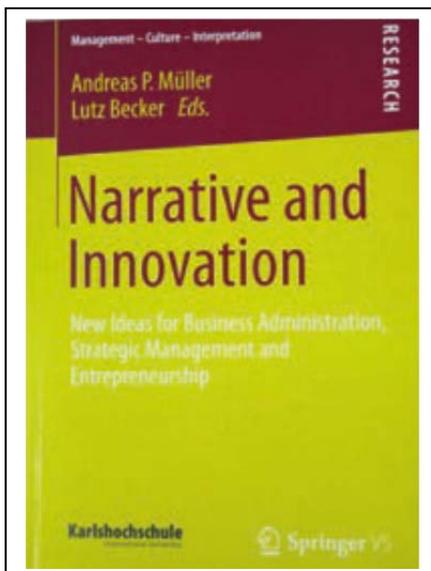
Diese Forschungsaktivitäten wurden im Laufe des Sommersemesters durch experimentelle Forschungen mit Fokus auf Barträger sowie Frauen in der Investmentbranche ergänzt.

Projektkoordination: Prof. Dr. Ekaterina Svetlova, Karlsruhehochschule International University
Prof. Dr. Bernd Ankenbrand, Karlsruhehochschule International University

6. Hochschulschriftenreihe Management – Culture – Interpretation

Die Hochschulschriftenreihe der Karlsruhochschule International University betrachtet aus einem kulturellen und interpretativen Blickwinkel neue Ideen und Ansätze zu Management, Organisationen und Wirtschaft. Ziel der Reihe Management – Culture – Interpretation ist es, verschiedene Perspektiven der Themenkomplexe Wirtschaft, Kultur sowie Gesellschaft zu integrieren. Dementsprechend werden Management und organisationale Themenfelder nicht losgelöst von ihrem Kontext betrachtet, sondern kontextgebunden und bedingt durch die Kulturen, Gesellschaften und Ökonomien, die sie umgeben. Sinnstiftung innerhalb dieser Kontexte erfolgt durch (organisationale) Aktivitäten mittels Zuweisung, Interpretation und Aushandlung von Bedeutungen aber auch in performativen Prozessen und sozialen Konstruktionen von Bedeutung durch Interaktion. Die Schriftenreihe Management – Culture – Interpretation strebt sowohl in der Formulierung neuer Forschungsfragen als auch der Entwicklung bedarfsgerechter methodischer Forschungsdesigns nach innovativen Ansätzen. Die Buchbände vereinen thematisch fokussierte und interdisziplinäre Sichtweisen/Erkenntnisse zur Integration von Management, Kultur und Interpretation. Die beiden ersten Bände der Reihe, „Narrative and Innovation“ und „Branded Spaces“ entstanden aus den gleichlautenden Konferenzen an der Karlsruhochschule 2010 und 2011 und wurden 2013 veröffentlicht. Der dritte Band, „Rethinking Diversity“, befindet sich derzeit im Lektorat.

Narrative and Innovation

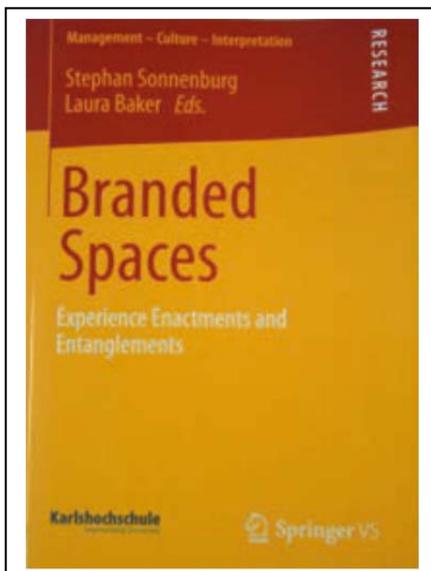


Die Herausgeber Prof. Dr. Andreas P. Müller und Prof. Dr. Lutz Becker vereinen in diesem Band auf interdisziplinäre und interaktive Weise die beiden Begriffe „Narrativ“ und „Innovation“. Narrative sind allgegenwärtig und besitzen das Potenzial, auf zukünftige Entwicklungen in Politik, Ökonomie und Märkten hinzudeuten. Als „Stressoren“ und Stabilisatoren von Organisationen weisen Narrative und Veränderungen im „consensus narrative“ auf einen Bedarf an strategischer Entwicklung oder organisatorischer Stasis hin und können somit zur frühzeitigen Gewinnung von Erkenntnissen im strategischen Management verwendet werden. Der Gebrauch von Narrativen im Management erfordert jedoch neuen Perspektiven. Dieser Band bietet durch die Einführung diverser Instrumente beispielsweise aus der Semiotik, Sprachwissenschaft, Narratologie, einen polyphonen Ideenraum für die Entwicklung eines interpretativen Ansatzes gegenüber der Betriebswirtschaft, dem strategischen Management

und dem Entrepreneurship. „Narrative and Innovation“ bietet einen umfassenden Überblick wissenschaftlicher und industrieller Perspektiven, die über den wirtschaftswissenschaftlichen Mainstream hinausgehen.

Müller, A. P. und Becker, L. (Hrsg.) (2013): Narrative and Innovation. New Ideas for Business Administration, Strategic Management and Entrepreneurship. Wiesbaden: Springer VS.

Branded Spaces



Die durchgreifende Umwandlung von Marken hat einen berechtigten Bedarf an Raum für Markenperformanz hervorgebracht. „Branded Spaces“ ermöglichen Akteuren wie Konsumenten oder anderen Stakeholdern Markenerlebnisse, die auf unterscheidende Sinneserfahrungen zurückzuführen sind. In einer sich schnell verändernden Welt entwickeln sich „Branded Spaces“ zu Leuchttürmen für Marken, deren Image sowie ihr Verhältnis zu Akteuren. Oftmals werden geschichtenähnliche Rahmenkonzepte verwendet, um die Annäherung an „Branded Spaces“ sowie das Maß, in dem diese tatsächlichen Erfolg erzeugen, zu erforschen. Management, Branding, Marketing, Soziologie, Psychologie und Philosophie sind nur einige der Bereiche, die „Branded Spaces“ zu einem Gegenstand ihres Gebietes machen.

Um die Komplexität und die multidisziplinäre Herausforderung, vor die uns „Branded Spaces“ stellen, effektiv thematisieren zu können, werden diese über verschiedene Kategorien angesprochen.

Sonnenburg, S. und Baker, L. (Hrsg) (2013): Branded Spaces. Experience Enactments and Entanglements. Wiesbaden: Springer VS.

7. Vorträge der Professorinnen und Professoren

Bernd Ankenbrand

Ankenbrand, B. (2013): Wie die Verhaltensökonomie Ihren Finanzalltag bestimmt, Augsburger Aktienbank Partnertag, Augsburg, 16.05.2013.

Ankenbrand, B. (2013): Fonds Insights 2013, Vorhersehbare Irrationalitäten in der Vermögensverwaltung, München, 25.04.2013.

Ankenbrand, B. (2013): Vom geschickteren Umgang mit vorhersehbaren Irrationalitäten im Wealth Management, Private Wealth Management Gipfel, Frankfurt am Main, 15.04.2013.

Ankenbrand, B. (2013): Denkste?! Update Behavioral Finance, FONDS professionell Kongress, Wien, 06.03.2013.

Ankenbrand, B. (2013): Denkste?! Angewandte Forschungserkenntnisse der Verhaltensökonomie, FONDS professionell Kongress, Mannheim, 30.01.2013.

Ankenbrand, B. (2012): Behavioral Finance & regelbasierte Ansätze, Trendfolgekonferenz, Frankfurt am Main, 20.11.2012.

Ankenbrand, B. (2012): Vertrauen auf den ersten Blick, Hedgework Conference, Frankfurt am Main, 06.11.2012.

Louise Bielzer

Bielzer, L. (2013): Sustainability in Sports, Culture and Event Management, Guest Lectureship given at Fachhochschule Kufstein, Tirol, Austria, June 2013.

Bielzer, L. (2013): Intercultural Communication. Seminar given at the Asia-Europe Cross-Cultural Summer Academy at the University Kebangsaan Malaysia (UKM), Bangi/Malaysia, August 2013.

Bielzer, L. (2013): Sport and Event marketing. Lecture held at the JAMK University of Applied Sciences Summer School, Jyväskylä/Finland, May 2013.

Bielzer, L. (2013): Innovative products in global tourism. Lecture held at the JAMK University of Applied Sciences Summer School, Jyväskylä/Finland, May 2013.

Cordula Braedel-Kühner

Braedel-Kühner, C. (2012): Age-related leadership: An international comparison among managers' attitudes and behaviors towards age and ageing in four European countries. Ageing in the light of crises: Economic crisis, demographic change, and the search for meaning, Mid-term conference of the Research Network on Ageing in Europe, organized in cooperation with the Department of Sociology, at Umea University and the Swedish Gerontological Society, Sweden, 05.10.2012.

Braedel-Kühner, C., Eberhardt, D. und Wallin, M. (2012): Age related leadership-presentation and discussion of a workshop concept for managers. Rethinking Diversity 2nd International Conference on Narrative and Innovation, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 21.-22.09.2012.

Braedel-Kühner, C. und Müller, A.P. (2012): How to re-Think Diversity as a socio-discursive construction and contingency of diverse relational identities. Rethinking Diversity 2nd International Conference on Narrative and Innovation, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 21.-22.09.2012.

Wendelin Küpers

Küpers, W. (2013): Zur Kunst praktischer Weisheit in Organisation und Führung: die Relevanz von Emotion und Intuition, Internationaler Kongreß High Touch – Emotionen und Intuitionen in Führung und Management, Hochschule Luzern, Schweiz, 07.-08.11.2013.

Küpers, W. (2013): De-+-Touring Consumption through 'Inter-Place', Touring Consumption Conference, Karlsruhochschule, Karlsruhe, Germany 24.25. 10. 2013.

Küpers, W. (2013): Embodied Inter-Be(com)ing of the emergence of Novelty in Organization, Fifth International Symposium on Process Organization Studies Theme: The Emergence of Novelty in Organizations, Chania, Crete, Greece, 22.06.2013.

Küpers, W. (2013): Embodied and integral Inter-knowing' & Inter-learning in Organising, European Academy of Management (EURAM) Conference, "Knowledge and Learning" General Track, Istanbul, Turkey, 29.06.2013.

Küpers, W. (2013): Embodied Inter-Be(com)ing as emergent, creative De-Construction in Organization, SCOS - Conference, Warsaw, Poland, 16.07.2013.

Küpers, W. and Howard, C. (2012): Somewhere between everywhere and nowhere: Travelling as Embodied and Inter-Placed 'Be(com)ing' in the age of digital Ge-stell, ASCP Conference, Auckland, New Zealand, 01.12.2012.

Küpers, W. (2012): Between Non- and Post-Disciplinarity?! Perspectives on Integral Inter- & Trans-Disciplinary Re-Search, Cross-disciplinary seminar series, Massey University, Auckland, 2012.

Andreas P. Müller

Braedel-Kühner, C. und Müller, A.P. (2012): How to re-Think Diversity as a socio-discursive construction and contingency of diverse relational identities. Rethinking Diversity 2nd International Conference on Narrative and Innovation, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 21.-22.09.2012.

Francisco Javier Montiel Alafont

Montiel Alafont, F.J. (2013): Crisis: 1 - Messi: 0 -Sobre el mundo vital de la sociedad española durante la crisis financiera y por qué esto afecta a Alemania, Día Hispánico, Deutscher Spanischlehrerverband, Instituto Cervantes, Frankfurt/Main, 07.09.2013.

Montiel Alafont, F.J. (2013): La Crisis, el Soberanismo y el Business – Neue Entwicklungen und Herausforderungen im Spanien des 21. Jahrhunderts, 14. Interkulturelle Sommerakademie, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Jena, 02.09.2013.

Montiel Alafont, F.J. (2013): Acquisition of intercultural competence, 4th Summer Academy of Intercultural Experience, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 05.-09.08.2013.

Montiel Alafont, F.J. (2013): Der kulturelle Stil der Transición in der spanischen Werbung. Ein erschöpftes Paradigma? Kulturwissenschaft Spanien, Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 27.06.2013.

Montiel Alafont, F.J. (2013): Spanische Kontraste, Einführungstagung für neuausreisende deutsche Jahresstipendiaten nach Frankreich, Spanien, Portugal und in die Niederlande, DAAD, Bonn, 06.05.2013.

Montiel Alafont, F.J. (2013): Intercultural Communication: Facilitation and Competence, Trinationaler Master Mehrsprachigkeit - WS: Employability, PH-Karlsruhe, Karlsruhe, 12.04.2013.

Montiel Alafont, F.J. (2012): Europe at a Crossroads. Cultural Diversity and Multilingualism: the Spanish Case, Re-thinking diversity, 2nd international conference on Narrative & Innovation, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 20.-21.09.2012.

Stephan Sonnenburg

- Sonnenburg, S. und Baker, L. (2013): Deconstructing Brands auf der 31st Standing Conference on Organizational Symbolism "Creative De-Construction", Warschau, 13.-16.07.2013
- Sonnenburg, S. und Baker, L. (2013): Co-Creativity as Normal Business auf der 31st Standing Conference on Organizational Symbolism "Creative De-Construction", Warschau, 13.-16.07.2013

Christian Stiegler

- Stiegler, C. (2013): Freud on Facebook, Interface 2013 Conference: Creative and Critical Approaches in the Digital Humanities, Ottawa, Canada, 03.-05.05.2013.
- Stiegler, C. (2013): The New Media Dispositif, International Association for Media and Communication Research: Crisis, Creative Destruction and the Global Power and Communication Orders, Dublin, Ireland, 25.-29.06.2013.
- Stiegler, C. (2013): Shit Storms and Bananas, International Communication Association Annual Conference, London, UK, 17.-21.06.2013.
- Stiegler, C. (2013): Travel Tunes: The relationship between travel experiences and music, Touring Consumption Conference, Karlshochschule International University, Karlsruhe, Germany, 24.-25.10.2013.
- Stiegler, C. (2013): Death in Pop Culture, Death in Culture and Media, Vienna, Austria, 01.-04.11.2013.

Ekaterina Svetlova

- Svetlova, E. (2013): Evaluation in financial markets, Forschungskolloquium der Social Studies of Finance Gruppe, School of Social and Political Science, University of Edinburgh, Edinburgh, 09.01.2013.
- Svetlova, E. (2012): Finanzmodelle und Komplexität der Märkte, Forschungskolloquium zu Komplexität (Prof. Baecker/Prof. Tyrell), Zeppelin Universität, Friedrichshafen, 22.10.2012.
- Svetlova, E. (2012): Complexity and diversity in financial markets, (Re)Thinking diversity, 2nd international conference on Narrative & Innovation, Karlshochschule International University, Karlsruhe, 20.-21.09.2012.

Desmond Wee

- Wee, D. (2013): Singapore in Venice: Touring spaces at home, 5th Advances in Tourism Marketing (ATMC) Conference, "Marketing Space and Place: Shifting Tourist Flows", Vilamoura, Portugal, 02.-04.10.2013.
- Wee, D. (2013): Looking back at the Tourist, as critical practice, Tourism Critical Practice, Critical Tourism Studies Group and University of Surrey, Sarajevo, Bosnia, 24.-28.06.2013.
- Wee, D. (2012): An 'I' for an Eye: Looking back at visual research, Centre for Independent Social Research, Complex Gaze at a Complex World, European University at St. Petersburg, Russia, 25.-27. 05.2012.

Martin Zierold

- Zierold, M. (2013): Scandals on tour? Media scandals and (trans)national publics, Konferenz Touring Consumption, Karlshochschule International University, Karlsruhe, 24.10.2013.
- Zierold, M. (2013): Wissenschaftsmanagement als Beruf: Eine Profession im Werden, Vortrag im Rahmen einer Ringvorlesung des LMU Graduate Centre, München, 04.03.2013.*
- Zierold, M. (2013): Turning Culture on Management. Towards a Problem-Based Study of Management and Culture as if People Mattered, Vortrag im Rahmen des Berufungsverfahrens Professur Kulturmanagement und Kulturwissenschaft, Karlshochschule International University, Karlsruhe, 15.10.2013.*
- Zierold, M. (2012): Nothing new under the screen? Forgotten continuities in the history of new media“, Tagung Crossroads in Cultural Studies 2012, Paris (Sorbonne), 04.07.2012.
- Zierold, M. und Sicks, K. (2012): Efficient Affinities: Media and Emotions, Keynote Lecture auf der European Summer School in Cultural Studies 2012: Structures of Feeling, Universität Kopenhagen, Kopenhagen, 27.06.2012.*
- Zierold, M. (2012): Von Einzelmaßnahmen zu integrierten Netzwerken: Internationalisierung am International Graduate Centre for the Study of Culture (GCSC), Tagung Best-Practice-Modelle in der Nachwuchsförderung, Graduate Centre LMU München, 22.05.2012.
- Zierold, M. (2012): Internationalisierung der Graduiertenausbildung. Chancen und Herausforderungen Binationaler Promotionen, Vortrag auf Einladung des Rektorats, Universität Rostock, 16.04.2012.

Zierold, M. (2012): Das Theorie/Praxis-Missverständnis (und andere Herausforderungen) des ‚Transfer‘-Konzepts, Jahrestagung der AG Populärkultur und Medien der Gesellschaft für Medienwissenschaft, Universität Oldenburg, 13.01.2012.

8. Veröffentlichungen der Professorinnen und Professoren

Bernd Ankenbrand

Buur, J., Ankenbrand, B. and Mitchell, R. (2013): Participatory Business Modeling, In: CoDesign - International Journal of CoCreation in Design and the Arts, 9(1), 55-71.

Ankenbrand, B., Mussler, S. and Mussler, T. (2013): Brand Value in Real Estate: The Financial Contribution of Property Brands. In: Sonnenburg, S. und Baker, L. (eds.): Branded Spaces - Experience Enactments and Entanglements, 109-120.

Lutz Becker

Müller, A.P. und Becker, L. (eds.) (2013): Narrative and Innovation. New Ideas for Business Administration, Strategic Management and Entrepreneurship. Heidelberg: Springer VS-Verlag.

Becker, L. (2013): Projektmanagement als Führungskonzeption. In: Wagner, R. und Grau, N.: Basiswissen Praktisches Projektmanagement (Arbeitstitel). Düsseldorf: (erscheint 2013 bei Symposium).

Becker, L. (2013): So halten Sie Ihre Karriere in Balance. In: Harvard Business Manager 02/2013 [online: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/artikel/a-880584.html> (06.02.13)].

Becker, L. (2013): So halten Sie Ihre Karriere in Balance, in: Harvard Business Manager 02/2013 [online: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/artikel/a-880584.html> (06.02.13)]

Becker, L. (2013): Management: Der Ursprung der Führung. In: Harvard Business Manager 10/2013 [online: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/artikel/fuehrung-was-manager-aus-der-geschichte-lernen-koennen-a-928247.html> (18.10.13)]

Becker, L. (2013): Führung: Wie Du mir, so ich Dir. In: Harvard Business Manager 11/2013 [online: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/artikel/transparenz-und-klare-regeln-sorgen-fuer-fairness-a-930371.html> (11.11.13)]

Becker, L. (2012): Neue Geschäftsmodelle aufbauen. In: F.A.Z. Institut (Hrsg.): Managementkompass Neue Geschäftsmodelle. Frankfurt: F.A.Z. Institut.

Becker, L. (2012): Zehn Regeln für deutsche Unternehmen in China. In: Harvard Business Manager 11/2012 [online: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/artikel/a-868098.html> (26.11.12)].

Louise Bielzer

- Bielzer, L. (2013): Sekundärnutzen im Sport. In: Bezold, T., Thieme, L., Trosien, G. und Wadsack, R. (Hrsg.): Handwörterbuch des Sportmanagements. 2. neubearbeitete und erweiterte Auflage. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 255-264.
- Bielzer, L. (2013): Trägerschaftsmodelle. In: Bezold, T., Thieme, L., Trosien, G. und Wadsack, R. (Hrsg.): Handwörterbuch des Sportmanagements. 2. neubearbeitete und erweiterte Auflage. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 432-443.
- Bielzer, L. (2013): Corporate Branded Spaces: A Glance at Today's Diversity and Some Historic Origins. In: Sonnenburg, S. and L. Baker (eds.): Branded Spaces: Experience Enactments and Entanglements. Wiesbaden: Springer VS Verlag, 89-108.

Henk van Elst

- van Elst, H. (2013): Foundations of descriptive and inferential statistics, eprint. [arXiv:1302.2525v2 [stat.AP]]
- Svetlova, E. and van Elst, H. (2013): How is non-knowledge represented in economic theory? In: Priddat, B. and Kaballak A. (eds.): Ungewissheit als Herausforderung für die ökonomische Theorie: Nichtwissen, Ambivalenz und Entscheidung, Marburg: Metropolis, 41-72. [arXiv:1209.2204v1 [q-fin.GN]] Also published as: Svetlova, E. and van Elst, H. (2013): Феномен неполного знания будущего в экономической теории. In: Voprosy Ekonomiki, 8, 83-105.

Wendelin Küpers

- Küpers, W. (2013): Klug Nichts tun. Die Kunst engagierter Gelassenheit in der Organisations- und Führungspraxis, Zeitschrift für OrganisationsEntwicklung, 2, 4-17.
- Küpers, W. and Pauleen, D. (2013): A Handbook of Practical Wisdom: Leadership, Organization and Integral Business Practice. London: Gower.
- Küpers, W. (2013): The Art of Practical Wisdom ~ Phenomenology of an Embodied, Wise Inter-practice in Organisation and Leadership. In: Küpers, W. and Pauleen, D. (2013): A Handbook of Practical Wisdom. Leadership, Organization and Integral Business Practice, Imprint: London, Gower.
- Küpers, W. (2013): Phenomenology of Embodied Senses & 'Sense-Making' and the Making of Sense in Organisational Culture. In: International Journal of Work, Organization and Emotion, Special Issue on: "Sensually exploring Culture and affect at work", 5(4), 325-341.

- Küpers, W. (2013): The Sense-Makings of the Senses - Perspectives on Embodied aisthesis & Aesthetics in Organising & Organisations. In: King, I. and Vickery, J. (eds): Experiencing Organisations – New Aesthetic Perspectives, Series: Management, Policy & Education, Oxfordshire: Libri, 33-56.
- Küpers, W. (2013): Embodied Inter-Practices of Leadership”, for special issue on ‘The Materiality of Leadership: corporeality and subjectivity’. In: Leadership, 9(3) 335–357.
- Küpers, W. (2013): Between The Visible and the Invisible in Organisations. In: Bell, E., Warren, S. and Schroeder (eds.): The Routledge Companion to Visual Organization, London: Routledge (19-32,).
- Küpers, W. (2012): Die Kunst der Weisheit als integrale Praxis in Organisation und Führung. In: Wirtschaftspsychologie, Sonderheft: Neo-Integrale Führung und Organisationsentwicklung, wer-tebasiert, entwicklungsorientierte und systemintegriert, 3, 14, 46-57.
- Küpers, W., Mantere, S. and Statler, M. (2012): Strategy as Storytelling: A phenomenological collaboration, In: Journal for Management Inquiry, 21(3), 1-18.
- Küpers, W. (2012): Embodied transformative metaphors and narratives in organisational life-worlds of change. In: Journal of Organizational Change Management, 26(3), 494–528.
- Küpers, W. (2012): Integral Response-abilities for organising and managing Sustainability. In: Eweje, G. and Perry, M. (eds): Business and Sustainability: Concepts, Strategies and Changes, Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability, Volume 3, London: Emerald, 25–58.
- Küpers, W. (2012): Review of D. Ladkin: Rethinking Leadership: A New Look at Old Leadership Questions. Cheltenham: Elgar, In: Leadership, 7(4) 513-520.
- Küpers, W. (2012): Inter-Communicating – Phenomenological Perspectives on Embodied Communication and Con-Textuality in Organisation. In: Journal for Communication and Culture, 2(2), 114-138.

Andreas P. Müller

- Müller, A. P. and Becker, L. (eds.) (2013): Narrative and Innovation. New Ideas for Business Administration, Strategic Management and Entrepreneurship. Wiesbaden: Springer VS Verlag.
- Becker, L. and Müller, A. P. (2013): Narrative and Innovation. In: Müller, A. P. and Becker, L. (eds.): Narrative and Innovation. New Ideas for Business Administration, Strategic Management and Entrepreneurship. Wiesbaden: Springer VS Verlag, 11-29.

Francisco Javier Montiel Alafont

Montiel Alafont, F.J. (2013): Ästhetisierung im Spanien der *Transición*: Werbung, Kunst, Alltagskultur, in: STÖCKL, H. (Hrsg.): Werbung - Keine Kunst!? Phänomene und Prozesse der Ästhetisierung von Werbekommunikation, Heidelberg: Winter, 163-183.

Stephan Sonnenburg

Sonnenburg, S. and Baker, L. (eds.) (2013): Branded Spaces: Experience Enactments and Entanglements. Wiesbaden: Springer VS Verlag.

Sonnenburg, S. and Baker L. (2013): Approaching Branded Spaces. In: Sonnenburg, S. and Baker, L. (Hrsg.): Branded Spaces: Experience Enactments and Entanglements. Wiesbaden: Springer VS Verlag, 9-29.

Sonnenburg, S. (2013): Beatles & Co. Creativity as an Emergent Phenomenon. In: Becker, L. and Müller, A. (Hrsg.): Narrative and Innovation. Wiesbaden: Springer VS, 175-194.

Baker, L. and Sonnenburg, S. (2013): Business Co-creativity with an Eye towards MENA. In: Journal of Strategy and Management, 6(2), 123-138.

Christian Stiegler

Stiegler, C. (2013): Nur ein Wort. Literatur- und medienwissenschaftliche Methode zur Analyse von Songtexten und Überblick über ihre literarische Entwicklung in deutschsprachiger Popmusik. Wien: Praesens Verlag.

Ekaterina Svetlova

Svetlova, E. and Thielmann, K.-H. (2013 in print): A general approach to risk disclosure for retail investors. In: Bahmani-Oskooee, M. and Bahmani, S. (eds.): Financial Markets: Recent Developments, Emerging Practices and Future Prospects, Nova publishers.

Svetlova, E. (2013 accepted paper): Modeling as a case for the empirical philosophy of science: The benefits and challenges of qualitative methods. In: Studies in Applied Philosophy, Epistemology and Rational Ethics (SAPERRE).

Svetlova, E. (2013 accepted paper): Models at Work – Models in Decision-making. Introduction to the special section “Models at Work”. In: Science in Context.

Svetlova, E. (2013): De-idealization by commentary: the case of financial valuation models. In: Synthese: An International Journal for Epistemology, Methodology and Philosophy of Science 190, 321-337.

Svetlova, E. and van Elst, H. (2013): How is non-knowledge represented in economic theory? In: Priddat, B. and Kaballak A. (eds.): Ungewissheit als Herausforderung für die ökonomische Theorie: Nichtwissen, Ambivalenz und Entscheidung, Marburg: Metropolis, 41-72. Also published as: Svetlova, E. and van Elst, H. (2013): Феномен неполного знания будущего в экономической теории. In: Voprosy Ekonomiki, 8, 83-105.

Martin Zierold

Zierold, M. (2013): Bauman, Zygmunt. In: Nünning, A. (Hrsg.): Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. 5. Aktualisierte und erweiterte Auflage, Stuttgart: Metzler.

Zierold, M. (2013): Digital Humanities. In: Nünning, A. (Hrsg.): Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. 5. Aktualisierte und erweiterte Auflage. Stuttgart: Metzler.

Zierold, M. und Heuser, S. (2013): Medien, digitale. In: Nünning, A. (Hrsg.): Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. 5. Aktualisierte und erweiterte Auflage, Stuttgart: Metzler.

Zierold, M. (2013): Skandalisierung. In: Nünning, A. (Hrsg.): Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. 5. Aktualisierte und erweiterte Auflage, Stuttgart: Metzler.

Zierold, M. (2012): Mass Media, Media Culture and Mediatization. In: Neumann, B.; Nünning, A. (Hrsg.): Travelling Concepts for the Study of Culture. Berlin, New York: de Gruyter, 337-352.

Zierold, M. und Neumann, B. (2012): Cultural Memory and Memory Cultures. In: Neumann, B. und Nünning, A. (Hrsg.): Travelling Concepts for the Study of Culture. Berlin, New York: de Gruyter, 225-248.

Zierold, M. (2012): Medienskandale als Grenzerfahrungen. Wenn es sie nicht schon geben würde, müsste man sie erfinden. In: Lamprecht, W. (Hrsg.): Weißbuch Kulturjournalismus: Musik, Bildende Kunst, Literatur, Tanz, Theater, Architektur, Medien. Wien: Löcker, 157-168.