

## **Forschungsbericht 2014**

### **Vorwort**

Der Forschungsbericht 2014 der Karlsruhochschule International University umfasst deren Forschungsaktivitäten im Kalenderjahr 2014.

Im Berichtszeitraum konnte die Karlsruhochschule 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. Sechs Aktivitäten, die dies beispielhaft illustrieren, sind ...

- | die Durchführung und Koordination des EU-geförderten Projekts „DIVERSE“,
- | die Organisation zweier (inter-)nationaler Tagungen,
- | das Vortreiben dreier hochschuleigener Publikationen im Rahmen der Schriftenreihe *Management-Culture-Interpretation*, dem *Journal of Consumer Culture* sowie im transcript Verlag,
- | die Vertiefung der kooperativen Promotion mit der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe,
- | die Weiterentwicklung der internationalen Kooperation hinsichtlich der Management-Simulation Emerald Forest,
- | sowie die Durchführung eines Forschungsprojektes zur „Sinnökonomie“.

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

gez. Prof. Dr. Stephan Sonnenburg

Beauftragter des Präsidiums für Forschung

Dekan der Fakultät „Management & Performance“

## **Inhaltsverzeichnis**

1. Drittmittelprojekt „DIVERSE“
2. Internationale Konferenz „ReThinking Management: The Impact of Cultural Turns“
3. (Inter-)Nationale Konferenz „Popkongress 2014“
4. Live-Action-Research Projekt „Emerald Forest“
5. Forschungsprojekt „Sinnökonomie“
6. Kooperatives Promotionskolleg „Performing Media“
7. Publikationen zur internationalen Konferenz „Touring Consumption“
8. Publikation „New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur“
9. Internationale Verstärkung des Forschungs- und Lehrkörpers der Karlshochschule
10. Vorträge, Konferenzbeiträge und Gastvorlesungen der ProfessorInnen
11. Veröffentlichungen der ProfessorInnen

## **1. Drittmittelprojekt „DIVERSE“ (Diversity Improvement as a Viable Enrichment Resource for Society and Economy)**

Rahmenbedingungen:

EU-gefördertes Projekt (Integration Fund), 18 Monate Laufzeit (Start: Dez. 2013), 10 teilnehmende Länder, Koordination durch die Katholische Universität Mailand (WELL Research Centre), geschätztes Gesamtvolumen rund 900t Euro

Partner:

Katholische Universität Mailand (Italien), Universität Huelva (Spanien), Neue Universität Lissabon (Portugal), Karlsruhschule International University (Deutschland), Radboud Universität Nijmegen (Niederlande), Universität Waasa (Finnland), Universität Umea (Schweden), Universität Lodz (Polen), Universität Tartu (Estland), Menedek Gesellschaft für Migration (Ungarn), Stiftung für die Forschung zu Multiethnizität ISMU (Italien), drei weitere Non-for-Profit Organisationen

Allgemeine Zielsetzung:

Das Hauptziel des Projekts ist die Entwicklung eines innovativen und effektiven Integrationsmodells für Migrantinnen und Migranten aus Drittstaaten (Nicht-EU-Bürger). Die Entwicklung erfolgt durch die Anpassung und Verbesserung der Praxis von Multi-Stakeholdern, die mit der Einschätzung und Bewertung der Potentiale dieser Migrantinnen und Migranten für die aufnehmende Gesellschaft, und zwar in sozialer und ökonomischer Hinsicht, befasst sind. Besonderes Augenmerk gilt non-formalen Kenntnissen und Kompetenzen der drittstaatlichen Migranten, dem relationalen Zusammenhang zwischen ihnen und den Institutionen im Kontext von Migration und Integration sowie insbesondere auch den aktuellen diesbezüglichen Maßnahmen in Organisationen (Diversity Management). Zu den anvisierten Projektergebnissen zählen Vorschläge für die Öffentlichkeit und die Politik zur Stärkung der bürgerlichen Teilhabe.

Arbeitsprogramm:

- | Wissenslücken schließen. Zunächst erfolgt eine umfangreiche parallele Datenerhebung in zehn EU-Ländern. Auf der Basis qualitativer Studien wird empirisch erforscht, a) welche Diversity Management Praxis in Profit- und Non-for-Profit-Organisationen gepflegt wird, b) welche Instrumente bei der Bewertung und Anerkennung von formalen, informalen und non-formalen Kompetenzen und Fähigkeiten von drittstaatlichen Migranten gebraucht werden, c) welche ehrenamtlichen Aktivitäten diese Migranten entfalten. Alle Daten gehen in eine komparative Analyse ein.

- | Anerkennungspraxis verbessern. Diese Komponente entwickelt, und zwar auf der Basis eines synergetischen Dialogs zwischen Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher Stakeholdergruppen, einen neuen Ansatz zur Anerkennung des Wissens und der Fähigkeiten von drittstaatlichen Migranten. Dabei werden insbesondere auch die informellen Kompetenzen, die in den Herkunftskulturen erworben wurden, berücksichtigt. Das Ergebnis ist ein prototypisches und länderübergreifendes Modell zur Bewertung und Anerkennung von deren Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen. Beteiligt sind hier die Länder Italien, Deutschland, Portugal, Schweden und Niederlande.
- | Anwendungen und Integration. In der Zusammenarbeit mit Migrantenselbstorganisationen (MSO) und einzelnen in den Ländern in der Anerkennungspraxis tätigen Einrichtungen wird das neu entwickelte Format getestet. Parallel dazu konzentriert sich die Analyse in der fortgeschrittenen Phase auf die Beteiligung drittstaatlicher Migrantinnen und Migranten an freiwilligen und ehrenamtlichen Zusammenschlüssen und Vereinigungen und diesbezüglich auf die Möglichkeiten der Verbesserung ihrer bürgerlichen Teilhabe (Schwerpunkt Italien und die Niederlande).

#### Ergebnisse und Verbreitung:

Das Projekt entwickelt auf der Basis partizipativer Vorgehensweisen einen innovativen, zeitgemäßen und angewandten Zugang zu Fragen der Integration und der Anerkennungspraxis in europäischen Ländern. Das Modell und das Konzept werden in Seminaren und in Briefings vorgestellt und diskutiert. Die Zusammenarbeit mit Partnern in Profit- und Non-Profit-Umgebungen, in der Praxis sowie auch in der Öffentlichkeit und der Politik gewährleistet einen nachhaltigen Effekt.

Das Projekt wird seitens der Karlsruhochschule verantwortet von:

Prof. Dr. Andreas P. Müller (Projektkoordination)

Prof. Dr. Javier Montiel (Wissenschaftliche Mitarbeit)

Roman Lietz, M.A. (Wissenschaftliche Mitarbeit)

Dr. Jutta Walz (Administration)



## 2. Internationale Konferenz „ReThinking Management: The Impact of Cultural Turns”

Management thinking and management practice are largely influenced by traditional economic approaches that seek to conceptualize the economy positivistically and functionalistically according to rational-objectivist principles. For a longer time and in light of present crises, there has been no lack of calls for fundamental reformations of the economics and management theory, to conceive them anew as part of the social sciences and humanities. Although initial attempts for such reorientation and reconceptualization are evident, they are still in their infancy and in need for further advancement and realisation.

With the establishment of fields such as critical management studies (cf. Spicer, Alvesson, and Kärreman 2009) or the cultural economy (cf. Grossberg 2010) in academia, new ways of thinking and approaches have developed that supplement and often go against mainstream management theory and practice. What these approaches have in common is that they all are trying, in very different ways, to open up management for cultural studies, the social sciences and the humanities and to promote, in a broad sense, an independent “cultural turn” both for corporate and management theory as well as for management practice.

The conference on “ReThinking Management 2014: The Impact of Cultural Turns” begins with these orientations and pursues the goal of initiating a systematic dialog between current core concepts of the social sciences, humanities and management theory and practice. Here, in the spirit of Bachmann-Medick (2010), we believe that “cultural turns” are to be conceived as a plurality today. Following the general orientation of the humanities and social sciences towards culturally relevant issues, the plural “cultural turns” represent current moves, or new orientations that cut across and go beyond the cultural sciences. Topics and concepts such as performance, materiality, embodiment, space, mediality, narration, and sense-making as well as translation, interculturality and transculturality, have moved more and more into the forefront in the last few decades.

“ReThinking Management 2014: The Impact of Cultural Turns” pursues the main idea that management theory is not to be understood as a sub-discipline of economic sciences, but rather as an inter- and trans-disciplinary field with a decidedly *cultural* perspective. In fact, the topics and concepts listed above, along with related issues, questions and methods, play an increasingly important role. Their relevance, potential, and influence both in management theory as well as in practice are the central foci of this conference.

For the conference, Karlshochschule invited researchers and practitioners from various disciplines and fields who share the outlined understanding. They were called to present their ideas, models, theories or empirical findings or insights of different practices with regard to the topic of “ReThinking Management”; in particular contributions that

- | understand the cultural perspective and the cultural turns as a bridge between management theory and practice,
- | outline possibilities and experiences or cases of re-doing practices of management,
- | open up boundaries between different (sub-)disciplines with the goal of genuine inter- and trans-disciplinary practices,
- | replace the monolithic, methodological orientations with a pluralism of methods and an integral methodology,
- | pursue the goal of overcoming traditional ways of thinking with their classical subject/object and other dichotomies and develop an understanding of management practice that is radically contextual and reflected through a cultural post-representational and critical perspective,
- | discuss the role of responsibilities, applied ethics and sustainability for a culturally reflected re-thought understanding and practice of management.

The conference featured the two keynotes from Dr. Doris Bachman-Medick, leading researcher on the cultural turns, and Dr. André Spicer, one of the most discussed, up and rising scientists in the economic field today; alongside 30 academics and practitioners who covered a brought range of topics on a variety of disciplines and managerial, economic, societal and cultural levels. The follow-up of this conference will bring a publication in Karlshochschule’s publication series *Management-Culture-Interpretation* in early 2016.

For further information on the conference please visit <http://www.rethinkingmanagement.org>.

People responsible for the project are:

Prof. Dr. Wendelin Küper (Conference Co-Chair)

David Sixt, B.A. (Head of Project)

Prof. Dr. Stephan Sonnenburg (Conference Co-Chair)

Prof. Dr. Martin Zierold (Conference Co-Chair)

### **3. (Inter-)Nationale Konferenz „Popkongress 2014. Zwischen Emergenz und Strategie: Managing Popular Culture?“**

Wie entsteht Populäre Kultur? Diese bewusst weit gefasste Frage steht im Mittelpunkt der sechsten Jahrestagung der AG Populäre Kultur und Medien. Dabei soll insbesondere die Intersektion ökonomischer, kultureller und sozialer Aspekte der Entstehung von Pop in den Blick genommen werden. Häufig geht es in diesem Kontext um strategisch ausgerichtete Plan- und Machbarkeitshoffnungen einerseits und die Betonung der emergenten, kreativen, subversiven und mithin: unkontrollierbaren Seite populärer Phänomene andererseits. Während die erstgenannte Perspektive tendenziell mit ökonomisch orientierten Managementansätzen verknüpft ist, d.h. eine bewusste Steuerung und Richtungsweisung chaotischer Grundsituationen anstrebt, steht die letztgenannte eher in der Tradition von ästhetischen und gesellschaftsanalytisch orientierten Forschungsansätzen, die bisweilen die konkreten und oftmals kommerziellen Produktionsbedingungen von Pop ausblenden.

Die Fragestellung der Tagung strebt an, die hier schematisch skizzierte Dichotomie von Strategie und Emergenz, top-down- und bottom-up-Prozessen, von Planung und Rhizomatik zu hinterfragen, neu zu tarieren oder gar aufzulösen. Ziel ist es, die kommerziellen, medienkulturellen und sozialen Mechanismen und Automatismen sichtbar zu machen und zu analysieren, die zu Trends, Hypes sowie populärkulturellen Praktiken und Diskursen führen.

Die Tagung ist offen für vielfältige Interpretationen und Verbindungen der Begriffe Pop, (nicht nur monetärer) Ökonomie und Management, die jeweils als kulturelle Phänomene verstanden werden. Vor diesem Hintergrund sind beispielsweise Arbeiten eingeladen, die zu populären Finanzierungsmodellen wie Crowdfunding, zur kommerziellen App-Culture, zum Phänomen der Creative Commons oder zu rechtlichen Rahmenbedingungen digitaler Kultur forschen. Ebenso willkommen sind Beiträge, die die genannten Begriffe weit interpretieren und beispielsweise nach *populären Ökonomien* jenseits klassischer finanziell-kommerzieller Prozesse fragen oder untersuchen, wie Wirtschaft selbst zu Pop werden kann – etwa beim *Popstatus* von Marken (etwa *Apple* oder *RedBull*) oder Managerfiguren von Rockefeller bis Steve Jobs.

Die Jahrestagung der AG Populäre Kultur und Medien ist interdisziplinär angelegt und richtet sich an WissenschaftlerInnen aller Forschungsfelder, die sich mit Phänomenen ‚Pop‘ bzw. populärer Kultur auseinandersetzen. Theoretische, empirische und kritisch angelegte Projekte sind gleichermaßen willkommen.

Als aktives Mitglied der AG Populäre Kultur und Medien in der Gesellschaft für Medienwissenschaft brachte Prof. Dr. Martin Zierold diese Jahrestagung an die Karlshochschule.

Für weitere Informationen zur Tagung besuchen Sie bitte <http://popkongress.de/archivseite2014/>.

Das Projekt wird seitens der Karlshochschule verantwortet von:  
Prof. Dr. Martin Zierold (Projektkoordination)

#### 4. Live-Action-Research Projekt „Emerald Forest“

Participants' (including a majority of students from Karlshochschule) develop their entrepreneurial, collaboration and communication skills by engaging each other in a virtual, internet-based simulation game that models the management of a hotel business. This is set in an interactive environment that facilitates guest lectures, group dialogues and team presentations and requires spontaneity, adaptability and efficient time management.

The game combines virtual and real-life components. Teams of university students and young professionals compete for profits and creativity points via an online platform coordinated by NHTV Breda and supported by experienced coaches from the Karlshochschule and its partner universities (Belgium, England, Estonia). Tasks include developing a strategy for the hotel, preparing a trade fair, analyzing the competition, responding to crisis, generating press releases, developing promotional material and advertising the hotel using social media, as well as, making financial decisions that will contribute to profit maximization.

This project does not involve a research project in the strict senses. However, the results are very interesting for university work. The objective is to provide students with conditions in step with actual practice for acquiring management know-how and practice-related knowledge. The system being used is sufficiently complex to simulate multifactorial and realistic corporate contexts. Among other things, the instrument can be used to construct and operate a holiday park or an hotel. This project is based on an EU-funded Leonardo da Vinci Transfer of Innovation project (2010 - 2012) with a consortium of partners from seven European countries and coordinated by our partner university in Valmiera, Latvia. As part of the project, the management simulation game developed by NHTV Breda was tested at the different universities and then continuously upgraded.

People responsible for the project at Karlshochschule are:

Dr. Jutta Walz (Administration)

Prof. Dr. Dirk Wagner (Project coordination)

Prof. Dr. Desmond Wee (Project coordination)



Education and Culture DG

**Lifelong Learning Programme**

## 5. Forschungsprojekt „Sinnökonomie“

Aufbauend auf dem konstruktivistischen Verständnis, dass *„wirtschaftliche und organisationale Realitäten durch Zuschreibung, Interpretation und Aushandeln von Sinn und Bedeutung konstruiert und inszeniert werden“* (Karlshochschule 2014 Akademische Profil), wird in dem postdisziplinären Forschungsprojekt „Sinnökonomie“ untersucht, wie der Wert von Produkten und Arbeit umfassender durch deren Sinn als durch deren Nutzen erfasst werden kann und wie wir diesen Sinn von Produkten und Arbeit konstruieren. Zukünftig werden Sinnkonstruktionen, welche immer vielschichtiger und kurzlebiger werden, eine größere volkswirtschaftliche, betriebswirtschaftliche und organisatorische Relevanz haben, da – so die Arbeitsthese – wir nach der Agrar-, Industrie- und Informationsökonomie nun eine Epoche der Sinnökonomie betreten.

Das Forschungsprojekt baut auf verschiedenen Arbeiten zur Konstruktion von ökonomischen Werten, also der Frage, wie unsere wirtschaftlichen Wirklichkeiten inszeniert und wahrgenommen werden, auf. Insbesondere Ausarbeitungen zur Identifizierung und Bewertung immaterieller Vermögenswerte (Ankenbrand 2003) und zur Verbriefung und Bewertung von Namensrechten. (Ankenbrand 2007) dienen als Grundlage. Aktuellere Forschungen beinhalten u.a. Veröffentlichungen zur partizipatorische Modellierung von Geschäftsmodellen ökonomischer Werte (Buur, Ankenbrand, Mitchell 2013) sowie Teile des Forschungsprojektes an der Karlshochschule zu *„Inszenierungsstrategien von Managern in der Finanzdienstleistungsbranche“* bei dem es bereits darum ging, *„mit welchen darstellenden Mitteln die Manager in Präsentationen und Gesprächen Glaubwürdigkeit, Authentizität, Erfolgzuschreibung und assertativen Wahrheitsgehalt erzeugen.“* (Svetlova, Ankenbrand 2012).

Parallel zum Studium der einschlägigen Literatur erfolgte die Datenerhebung in Form von dialogischer Feldforschung mit Hilfe von Interviewreisen. Diese wurden in Form von Blog- und Videobeiträgen in sozialen Medien begleitet und können u.a. auf <https://www.facebook.com/sinnoekonomie> verfolgt werden. Dadurch konnten zum einen verschiedene Facetten des Phänomens „Sinnökonomie“ beleuchtet und zum anderen die Gesprächspartner in den Entstehungsprozess eingebunden werden.

Das Projekt wird verantwortet von:

Prof. Dr. Bernd Ankenbrand

## 6. Kooperatives Promotionskolleg „Performing Media“

(Praxen und) Praktiken in der Mensch-Medien-Hybridität

Der Wandel der Medien und der Mediennutzung prägen Gesellschaft(en) und zwischenmenschliche Beziehungen. Dieser Wandel läuft in Paradigmen ab von semi-oralen Kulturen über die Buchkultur und die Kultur der Massenmedien bis zu digitalen Medienkulturen. Gegenwärtig zeichnet sich eine neuerliche Wende ab, die durch die technischen Medieninnovationen wie Smartphones, Tablets, 3D oder Social Media eingeleitet worden ist. Die Konsequenzen dieses Medienkulturwandels sind heute noch nicht annähernd abzusehen. Vieles spricht jedoch dafür, dass nach einer Phase der Hybridisierung von Medientechnologien (bspw. der Verschmelzung von Text, Bild und Bewegtbild im World Wide Web) mit Entwicklungen wie mobilen Medien, *wearable media* und auch ‚smarten‘ Alltagsgegenständen zunehmend die Grenze zwischen Mensch und Medium selbst hybride wird.

Das Promotionsprogramm *Performing Media: Praxen und Praktiken in der Mensch-Medien-Hybridität* nimmt diese Entwicklung in den Fokus und will sie transdisziplinär ausgehend von drei Grundthesen untersuchen:

(1) Wir gehen davon aus, dass Medientechnologien jeweils abstrakt gleichzeitig Handlungs- und Kommunikationsspielräume eröffnen und begrenzen. Die Bedeutung von Medientechnologien wird dabei jedoch immer erst in konkreten Praxen und Praktiken der Anwendung bzw. Nutzung erkennbar. In diesem Sinne ist jede Form der Mediennutzung als performativer Akt zu verstehen, der in einem rekursiven Verhältnis *gleichzeitig* durch das Medium und seine dispositiven Eigenschaften geprägt ist und es mit seinen konkreten Bedeutungen und Wirkungspotentialen erst hervorbringt. (Es ‚gibt‘ kein Medium außerhalb konkreter Nutzungen.) Medien und ihre Bedeutung werden in diesem Sinne erst durch und in der Nutzung performativ hervorgebracht.

(2) Gleichzeitig sind Medientechnologien durch ihre dispositiven Eigenschaften selbst Akteure im Sinne der Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT): Die Verfügbarkeit von Medien macht gesellschaftlich und kulturell einen Unterschied, wie mediengeschichtliche Forschung spätestens seit Harold A. Innis belegt: Gesellschaften und Kulturen sind immer auch geprägt von den verfügbaren Medienensembles ihrer Zeit. Mithin werden Medien nicht nur von Menschen in der Anwendung ‚performt‘, sie können auch selbst als ‚performative‘ Akteure gesellschaftlicher und sozialer Entwicklung verstanden werden. Der Titel des Promotionsprogramms *„Performing Media“* lässt sich vor diesem Hintergrund bewusst doppeldeutig lesen und spiegelt das skizzierte Verständnis einer ‚doppelten Performanz‘ des Medialen wider.

(3) Technologien wie der Buchdruck, aber auch das (stationäre) Telefon, die Schallplatte, der Film oder das Fernsehen in ihren analogen Formen sind in dem oben beschriebenen Sinne von Menschen sehr unterschiedlich genutzt worden und haben so historisch wie kulturell unterschiedliche Bedeutungen getragen – zugleich haben sie als mediale Dispositive ihrer jeweiligen Zeit Gesellschaften geprägt und (zum Teil grundlegend) verändert. Für all diese Technologien gilt jedoch, dass es jeweils vergleichsweise klare Grenzen zwischen menschlichen Nutzern und den Medientechnologien als nicht-menschlichen Akteuren (im Sinne der ANT) gab. In der heutigen digitalen Medienkultur, die von der Omnipräsenz mobiler Medientechnologien geprägt ist, wird diese Grenzziehung zunehmend fragwürdig. Medientechnologien wie Smartphones, Tabletcomputer, Google Glass und mit ihnen verbundene Phänomene wie „constant availability“, Augmented Reality u.ä. führen zu einer komplexen Verwebung und Verfilzung zwischen Mensch und Medientechnologien, die nicht nur (wie frühe Formen der digitalen Kultur) das Verhältnis verschiedener Medien zueinander hybrid werden lässt, sondern auch die Mensch-Medien-Grenze selbst. Erschien McLuhans These von Medien als ‚extensions of man‘ in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts noch als metaphorisch, so wird sie heute durch ein Versprechen von Medien als jederzeit verfügbarer *Teil* des Menschen überholt.

Die Hauptzielsetzung des Promotionskollegs ist es, sich mit diesen neuen Formen des Hybriden bzw. mit den Zusammenhängen, Verschmelzungen sowie Wechselwirkungen von Menschen und Medien in verschiedenen gesellschaftlichen Kontexten (bspw. Medienbildung in Schule und Hochschule, mediale Managementtherausforderungen in Wirtschaft und non-profit-Organisationen, Kunstvermittlung in Kultureinrichtungen u.a.) zu beschäftigen. Dieses Verständnis von Hybridität hat Auswirkungen z.B. auf das Verhältnis von Text und Bild, Handlungskompetenzen, Medium und Körper oder Medium und Kommunikation sowie zwischenmenschliche Beziehungen. Eine entscheidende Frage wäre im Sinne der oben erläuterten ‚doppelten Performanz‘ im Prozess der Mediennutzung dabei, wer oder was in spezifischen medialen Situationen handelt und wie ‚agency‘ angesichts der hybriden Mensch-Medien-Konstellation konzipiert werden kann.

Im Jahr 2014 konnte die Karlsruhochschule International University drei Promotionsvorhaben in das Kolleg einbringen. Es wird erwartet, dass bis Ende 2015 vier bis fünf Doktoranden der Karlsruhochschule im Rahmen der Kooperation mit der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe auf eine Promotion hin studieren werden. Das Promotionskolleg ist ein logischer Schritt in der strategischen Weiterentwicklung des Ausbildungs- und Forschungsangebots der Hochschule und wird die Akademisierung der Hochschule nachhaltig vorantreiben.

Seitens der Karlshochschule sind für das Projekt verantwortlich:

Prof. Dr. Stephan Sonnenburg (Projektkoordination)

Prof. Dr. Martin Zierold (Projektkoordination)

## **7. Publikationen zur internationalen Konferenz „Touring Consumption“**

The ways in which we consume our contemporary world is becoming increasingly complex and fascinating, especially as we consider enhanced economies, technologies and competencies. Inasmuch as consumption is commonly construed in terms of demand and supply, it is also pertinent to explore consumption as an inherent part and productive activity of the everyday (de Certeau 1984). In this sense, consumption and its relation to markets and culture can be considered in terms of social practices and as a phenomenon to understand processes involved in the creation and reproduction of practices. Warde (2005) relates consumption not as a practice in itself, but a moment in every practice in which appropriation occurs within practices and determines how practice is organized. It becomes apparent that practice accommodates both the holistic role of habituation alongside notions of agency and embodiment.

Touring in terms of travel, tourism or varying aspects of mobilities contribute substantially to particular conventions and rituals of consumer practices, especially with an eye towards the enactment of scripts. However, touring consumption delineates a kind of performance that is not only reproduced, but is productive and emergent in its own right. Hence, the more traditional conceptions of tourist, pilgrim, vagabond, refugee, expatriate, international student or business traveler are becoming more and more diffused with notions of what are considered local, regular or insider, and need to be re-examined in the light of a differentiated, complex and individualized everyday perspective. On the other hand, it is as important to consider a touristification of society (Picard 1996) in which touring as an everyday metaphor can be used to encapsulate new forms of mobilities as societal, economic, consumptive or scientific phenomena.

Tourism has become a significant area of scholarship especially given the industry's product development opportunities on a global scale. However, the emphasis placed on such research has largely been from a supply-side perspective, reviewing economic value within market segments. What needs to be explored is the shift towards the agencies of the tourist/traveler as consumer, and consumption as being embodied as a moment of practice in continuous states of touring. This conference attempts to confront spatial, performative and cultural interrelations between tourism and social/economic behavior by providing a critical platform for articulation and discussion of possibilities, problems and effects of the complexities of touring consumption in our contemporary world. It focuses on how agents engage with places and spaces as performance, encounter and experience, and explores how these insights may contribute to our understanding of mobile and fluid states of consumption practic-

es. The conference engaged 'Touring Consumption' through interdisciplinary and cross-methodological approaches that collapse the poles of materialities and discourses, exteriority and interiority, body and mind, interpretation and meaning, presence and representation, ethics and aesthetics, and form and performance.

- | How do we look at touring consumption as part of practices? What kinds of practices are consumed? How are they differentiated? How are they combined? How are they engaged by different individuals and in different cultural contexts?
- | How does tourism unfold as practice? To what extent are touring practices performed, enacted and embodied? Who and what is the tourist/traveler in this context as opposed to predisposed ideas of what a tourist already is?
- | How do we position a touristification of society in terms of the everyday? How are agent mobilities organized in terms of the everyday?

Themes include, but are not restricted to:

- | Reordering tourist spaces and arenas
  - Re-branding and re-interpreting consumption through destinations
  - Representations of place and beyond
  - Substance, materialities and atmospheres (Böhme 1993)
  - Ethnicity, gender, queer
  - Issues on how tourism is consumed relating to planning, development and sustainability
  - New forms of touring and tourism like home tourism and balconia
- | Tourism/touring and cultural identities of agents
  - Cross-cultural frameworks
  - Identity building and belonging
  - Social encounters
  - Transnationalism
  - Cosmopolitanism
- | Touring consumption in terms of
  - Performance and performativity
  - Body and embodiment
  - Creativity and Transformation

- Senses and sensualities
- Pro-sumption and co-creation

| Emergence of touring consumption

- Impacts of travel mobilities for society
- Travelling theories, concepts, ideas, products, meanings, narratives and metaphors (Bal 2002)
- Social, cultural and material networks
- Innovation and design on agents and objects of travel
- Appropriation of human and material resources
- New technological applications and implications

Two publications have been pushed forward in the follow-up to this conference: a volume for Karlshochschule's publication series *Management-Culture-Interpretation* with 13 article contributions by researchers from various fields and disciplines (to be published in spring 2015), and a Special Issue in the internationally renowned, highly ranked academic *Journal of Consumer Culture* (to be published in 2015) whose chief editor Dr. Steve Miles has become a good acquaintance and partner of Karlshochschule in the past years.

For further information on the conference please visit <http://www.tc2013.org>.

People responsible for the project are:

David Sixt, B.A. (Project coordination)

Prof. Dr. Stephan Sonnenburg (Conference Co-Chair and Editor)

Prof. Dr. Desmond Wee (Conference Co-Chair and Editor)

## **8. Publikation „New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur“**

Das Netz ist eine Brutstätte für mediale Phänomene wie etwa digitale Realitäten, Avatars, Memes, Selfies, Transmedia Storytelling, Shitstorms, Gamification, Ultra Fandom, Big Data oder hybride Medienformen, die direkten Einfluss auf Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft haben. Doch welche Auswirkungen hat die Netzkultur auf unsere tagtägliche Wahrnehmung von Kommunikation, Arbeitsbedingungen, sozialen Beziehungen, Konsumprodukten und ästhetischen Entwürfen? Dieser Band versammelt grundlegende Annäherungen an die medialen Ausformungen digitaler Kulturen und ermöglicht Studierenden und Lehrenden – aber auch PraktikerInnen – verschiedener Disziplinen, diese zu überdenken, weiterzuspinnen und zu hinterfragen.

Die Publikation wurde im Kalenderjahr 2014 vorangetrieben und erscheint im transcript Verlag im Mai 2015: <http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2907-1/new-media-culture-mediale-phaenomene-der-netzkultur>.

Das Projekt wird verantwortet von:

Patrick Breitenbach (Lehrbeauftragter der Karlsruhochschule & Herausgeber der Publikation)

Prof. Dr. Christian Stiegler (Herausgeber)

Thomas Zorbach (Lehrbeauftragter der Karlsruhochschule & Herausgeber der Publikation)

## **9. Internationale Verstärkung der Forschungs- und Lehrkörpers der Karlsruhochschule**

Die folgenden Professoren und Professorinnen konnten 2014 für die Hochschule gewonnen werden, um nicht alleine neue Möglichkeiten in der Lehre, sondern im Besonderen auch in der Forschung zu eröffnen:

### **Prof. Dr. Björn Bohnenkamp**

An der Hochschule seit dem 1. April 2014.

Studiengangleiter für Internationales Marketingmanagement.

Akademische Aus- und Weiterbildung:

- | Promotion zum Dr. phil. im Fach Theater---, Film--- und Fernsehwissenschaft and der Universität zu Köln
- | Visiting Student Research Collaborator an der Princeton University, USA
- | Auslandssemester an der Sorbonne Nouvelle Paris, Frankreich
- | Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln
- | Studium der Wirtschaftswissenschaften an der FernUniversität Hagen
- | Studium der Theater---, Film--- und Fernsehwissenschaften, Deutschen Philologie und Politikwissenschaften an der Universität zu Köln

Forschungsinteressen und -felder:

- | Medienmarketing
- | Consumer Culture Theory
- | Generation Studies
- | Neue Medien , Visuelle Kultur (Film, Fernsehen)

Aktuelle Lehr- und Forschungsprojekte:

- | Aufmerksamkeitsökonomie und Erfolgsfaktoren auf YouTube
- | Customer Engagement auf Energiemärkten
- | Implikationen von 3D-Druck für Marketing und Konsum
- | Konstruktivistische Theorien des Marketing
- | Medienmarken: Adaptionen, Fortsetzungen und Remakes
- | Schlafkultur
- | Strukturen und Konsummotive von Fernsehserien in Deutschland
- | Trash-Konsum: Geschmacks-Regimes und Rechtfertigung von Konsum
- | Veganer Konsum und Vegane Gründer
- | Zur Evidenz von Konsum- und Arbeitsgenerationen

Weitere Informationen zu Prof. Dr. Björn Bohnenkamp finden Sie auf <http://karlshochschule.de/de/hochschule/menschen/professoren/prof-dr-bjoern-bohnenkamp/>.

**Prof. Dr. Melodena Stevens Balakrishnan**

Lehrtätigkeit an der Hochschule seit Oktober 2013.

Professur für Marketing und Brands ab September 2015.

Akademische Aus- und Weiterbildung:

- | PhD in Management an der Bharati Vidyapeet University, Pune/Indien (Goldmedaillengewinnerin der Management Studies)
- | MBA im Marketing am Institute of Management and Entrepreneurship Development (IMED) an der Pune University, Pune/Indien (Grade A+ und Auszeichnung zum "Studenten des Jahres")
- | Chemiestudium (BSc) am Wilson College der Bombay University/Indien (I Class Distinction)

Forschungsinteressen und -felder:

- | Marketing
- | Brand Strategies
- | Destination und Place Branding

Weitere Informationen zu Prof. Dr. Melodena Stevens Balakrishnan finden Sie auf <http://karlshochschule.de/de/hochschule/menschen/lehrbeauftragte/prof-dr-melodena-stephens-balakrishnan/>.

**Prof. Dr. André Reichel**

An der Hochschule seit 1. September 2014.

Studiengangleiter für Internationales Energiemanagement und verantwortlich für die Spezialisierung „Sustainability“ im Management M.A. Programm.

Akademische Aus- und Weiterbildung:

- | Intercultural Communication & Public Speaking, Universität Stuttgart 2002
- | Young OR (Operational Research) 14, Bath 2005

- | "Meeting the Future" Nachwuchsseminar der Niedersächsischen Umweltstiftung, Lüneburg 2006
- | Winter School VolkswagenStiftung "Revisiting Limits to Growth", Hannover/Visselhövede 2012
- | Promotion am Institut für Volkswirtschaftslehre und Recht der Universität Stuttgart, Abschluss: Dr. rer. pol.
- | Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Stuttgart (Diplom-Kaufmann technisch orientiert)

Forschungsinteressen und -felder:

- | Bezüge zwischen gesellschaftlichem Wandel, "planetary boundaries" und betriebswirtschaftlichem Handeln
- | Interaktion zwischen Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft
- | Wechselwirkungen zwischen technischen und sozialen Innovationen
- | Postwachstumsökonomie und Collaborative Peer Production
- | Systemtheorie im Management

Lehr- und Forschungsprojekte:

- | 2011-2014: Koordinator ECS | European Center for Sustainability Research, Zeppelin Universität
- | 2008-2011: Leiter Forschungscluster "Nachhaltigkeit in der Produktion", DFG-Graduiertenschule für advanced Manufacturing Engineering, Universität Stuttgart
- | 2002-2006: Mitarbeiter INNET (FP6-Projekt zu Industriellen Netzwerken und Nachhaltigkeit), Universität Stuttgart

Weitere Informationen zu Prof. Dr. André Reichel finden Sie auf <http://karlshochschule.de/de/hochschule/menschen/professoren/prof-dr-andre-reichel/>.

Die Karlshochschule International University erhofft sich aus diesen Neueinstellungen eine Vertiefung sowie Verbreiterung der Forschungsaktivitäten und –themen. Dies gilt besonders mit Hinblick auf die Bereiche der Nachhaltigkeit, Multichannel- sowie Content und konsumentenorientierter Kommunikation, und verantwortlichem managerialem Handeln; Themen, die am Puls der Zeit und diesem voraus sind.

## **10. Vorträge, Konferenzbeiträge und Gastvorlesungen der ProfessorInnen**

### **Prof. Dr. Bernd Ankenbrand**

Ankenbrand, B. (2014): Manchmal kommt es anders, wenn man denkt. Die Entwicklung von Risikokompetenz, FONDS professionell Kongress 2014, Mannheim, 29.01.2014.

Ankenbrand, B. (2014): Der Risk Perception Radar - Manchmal kommt es anders, wenn man denkt, Deutsche Anlegermesse 2014, Frankfurt, 21.02.2014.

### **Prof. Dr. Louise Bielzer**

Bielzer, L. (2014): Risks and Opportunities of Iconic Sports Facilities as Element of Destination Marketing, 14. Hamburger Symposium Sport, Ökonomie und Medien, Hamburg.

Bielzer, L. (2014): Destination Branding by Event Locations and Events – How to Create Memorable Experiences of Destinations?, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finnland.

Bielzer, L. (2014): Sport and Event marketing, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finnland.

Bielzer, L. (2014): Corporate Branded Spaces as Part of Marketing Communications, Università Cattolica del Sacro Cuore, Mailand, Italien.

Bielzer, L. (2014): Messe- und Kongressmanagement, FH Kufstein Tirol, Kufstein, Österreich.

Bielzer, L. (2014): Sustainability in Sports, Culture and Events Management, FH Kufstein Tirol, Kufstein, Österreich.

### **Prof. Dr. Björn Bohnenkamp**

Bohnenkamp, B. (2014): 50 Shades of Trash. Media Taste Regimes in Germany and the Consumption, Special Session “The Pleasure of Trash Media” auf der Consumer Culture Theory (CCT) Conference, Aalto University, Helsinki, Finnland, 26.– 29.06.2014.

Bohnenkamp, B. (2014): Liebe und Geld – ein weiteres Kapitel im Gegensatz von Verstand und Gefühl?, 18. Rothenfelser Jugendtagung, Bad Rothenfels, 3.–10.8.2014.

### **Prof. Dr. Wendelin Küpers**

Küpers, W. (2014): Embodied design doing of leadership, EGOS conference, Rotterdam, Niederlande, 03.-05.07.2014.

Küpers, W. (2014): The ‘Re-’ of Re-Thinking Management, ReThinking Management conference, Karlshochschule International University, Karlsruhe, 16.10.2014.

- Küpers, W. (2014): Inter-Play(ing) – Embodied and relational possibilities of serious play at work, SCOS conference, Utrecht, Niederlande, 07.-10.7.2014.
- Küpers, W. (2014): Embodied Inter-ruption - The potential of art-based approaches for a liberating irritation of the 'Sense of Reality' and explorations through the 'Sense of Possibility' in organization and leadership, Art of Management Conference Copenhagen Business School, Kopenhagen, Dänemark, 28-31.08. 2014.
- Küpers, W. (2014): Embodied Performance and Performativity in Organizations and Management, MINES ParisTech, Paris, Frankreich, 19.-20.05. 2014.
- Küpers, W. (2014): Gefühle in der digitalen Welt, Vortrag für Salon 02: „La voix humaine“, Kunstverein München, München, 29.1.2014.
- Küpers, W. (2014): Ornament as gesture. Merleau-Ponty's paradox of expression and metaphor of chiasm as enfleshed organizing principle, World Ornamental Forum, Davos, Schweiz, 18-19.02.2014.
- Küpers, W. (2014): Aufmerksamkeit und engagierte Gelassenheit als Medien einer Kunst praktischer Weisheit, Vortrag für „Wissenschaft und Weisheit“ am Philosophischen Seminar, Fachstelle für Weiterbildung der Universität Zürich, Zürich, Schweiz, 3.2.2014.

**Prof. Dr. Javier Montiel**

- Montiel, F.J. (2014): Zur Vermittlung interkultureller Kompetenz im Spanischunterricht. Grundlegende Überlegungen und praktische Beispiele, Jornadas hispánicas 2014, Universität Bremen, Bremen, 27.-29.03.2014.
- Montiel, F.J. (2014): El desarrollo de la competencia intercultural en las clases de español. Consideraciones fundamentales y ejemplos prácticos, GMF Bundeskongress, PH Freiburg, Freiburg i. B., 26.-27.09.2014.

**Prof. Dr. Andreas Müller**

- Müller, A. (2014): Language and Hierarchy, ReThinking Management Konferenz, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 16.-17.10.2014.
- Müller, A. (2014): Neue Perspektiven im interkulturellen Lernen, Symposium „Neue Perspektiven im interkulturellen Lernen: Diskurs und didaktische Integration“, Karlsruhochschule International University, Karlsruhe, 9.-10.10.2014.

**Prof. Dr. André Reichel**

- Reichel, A. (2014): Plan P or: Postgrowth Economy, Environmental Change Institute, Uni

versity of Oxford, Oxford, Vereinigtes Königreich.

Reichel, A. (2014): Green Business Strategies in the Postgrowth World, Division of Environmental Systems Analysis, Chalmers University, Göteborg, Schweden.

Reichel, A. (2014): Genug! Grundzüge einer Wirtschaft jenseits des Wachstumszwangs, brenet 18. Statusseminar, ETH Zürich, Zürich, Schweiz, 5.9.2014.

Reichel, A. (2014): Technology as system: towards an autopoietic theory of technology, "Technology and Degrowth" workshop, Degrowth 2014 International Conference, Leipzig, 4.9.2014.

Reichel, A. (2014): Walk the line: Transformative practices for post-growth, Degrowth 2014 International Conference, Leipzig, 4.9.2014.

Reichel, A. (2014): Degrowth – Problems with Sense-Making: New Imaginaries for Management Science, Academy of Management Annual Meeting, Philadelphia, USA, 2.8.2014.

Reichel, A. (2014): Green New Deal oder Postwachstum: Welches Konzept schafft die Kehrtwende des Kapitalismus?, Podiumsdiskussion mit Ralf Fücks, Heinrich Böll Stiftung, HauptstadtCampus Zeppelin Universität, Berlin, 24.3.2014.

#### **Prof. Dr. Henk van Elst**

Van Elst, H. (2014): State spaces in cosmology and decision theory, Department of Zoology, University of Cape Town, Kapstadt, Südafrika, 24.11.2014.

#### **Prof. Dr. Dirk Wagner**

Wagner, D. und Kurz, P. (2014): How culture affects levels of entrepreneurial activity and innovation– a comparative analysis of Poland and Latvia, Innovations and emerging technologies for the prosperity and quality of life in the Polish and EU regions Konferenz, TIGER center, Kozminski University, Warschau, Polen, 27.-28.11.2014.

#### **Prof. Dr. Desmond Wee**

Wee, D. (2014): Tourism - When we travel we fabricate new societies, Performing national identities in spaces of tourism INVTUR Conference, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.

Wee, D. (2014): Performance, Space and Embodiment in Tourism, Gastvorlesung im Rahmen des ERASMUS Mobilities Programms STA, Bournemouth University, Bournemouth, Vereinigtes Königreich, Juni 2014.

#### **Prof. Dr. Martin Zierold**

Zierold, M. (2014): I can't forget but I don't remember what – Aktuelle Verknüpfungen von

Pop- und Erinnerungskulturforschung, Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung „Formen und Phänomene der Populärkultur. Kritische Analysen“ des Instituts für Germanistik, KIT Karlsruhe, Karlsruhe, 22.01.2014.

Zierold, M. (2014): Musikmarketing & PR, Blockseminar im M.A. Medien und Musik, Hochschule für Musik, Theater und Medien, Hannover, 23.-25.6.2014.

Zierold, M. (2014): Be uncreative!, Workshop im Rahmen des Festivalcampus des RuhrTriennale International Festival of the Arts, Bochum, 21.-24.8.2014.

## 11. Veröffentlichungen der ProfessorInnen

### **Prof. Dr. Louise Bielzer**

Bielzer, L. (2014): The Role of Sports and Event Venues. In: Beech, J., Kaiser, S. and Kaspar, R. (eds.): The Business of Events Management. Pearson Education, 263-280.

### **Prof. Dr. Björn Bohnenkamp**

Bohnenkamp, B., Knapp, A., Hennig-Thurau, T. und Ricarda Schauerte (2014): When does it make sense to do it again? An empirical investigation of contingency factors of movie remakes. In: Journal of Cultural Economics, 39(1), 15-41.

Bohnenkamp, B. (2014): You can get anything you want. Telefonie im Film. In: Kirchmann, K. und Ruchatz, J. (Hrsg.): Medienreflexion im Film. Ein Handbuch. Bielefeld: Transcript.

### **Prof. Dr. Wendelin Küpers**

Küpers, W. (2014): To be physical is to 'inter-be-come'. Beyond empiricism and idealism towards embodied leadership that matters. In: Ladkin, D. and Taylor, S. (2014): Physicality of Leadership, Gesture, Entanglement, Taboo, Possibilities. London: Emerald.

Küpers, W. (2014): Embodied Inter-Be(com)ing – The contribution of Merleau-Ponty's relational Ontology for a processual understanding of Chiasmic Organising. In: Helin, J., Hernes, T., Hjorth, D. and Holt, R. (eds) (2014): Oxford Handbook of Process Philosophy and Organization Studies, Oxford: Oxford University Press.

Küpers, W. (2014): Zur Kunst praktischer Weisheit in Organisation und Führung. Die Relevanz von Emotion und Intuition für eine integrale Weisheitspraxis. In: Fröse, M. und Kaudela-Baum, S. (Hrsg.) (2014): High Touch – Emotionen und Intuitionen in Führung und Management. Berlin: Springer.

Küpers, W. (2014): Embodied Inter-Affection in and beyond Organisational Life-Worlds. In: Cultural Horizon – a journal of philosophy and social theory, Vol. 15(2), 150-178.

Küpers, W. (2014): Embodied artful design for a creative inter-practicing of leadership. Organisational Aesthetics. (forthcoming)

Küpers, W. (2014): Embodied and integral 'Inter-knowing' & 'Inter-learning' in Organising. International Journal of Knowledge and Learning. (forthcoming)

Deeg, J. and Küpers, W. (2014): Inter-Bridging – Bridges and Bridging as Media and Metaphor for syntegrality in organization studies. Culture & Organisation. (forthcoming)

Küpers, W. (2014): Between Non- and Post-Disciplinarity?!. In: Integral Leadership Review, 4/29 April-June 2014.

**Prof. Dr. Javier Montiel**

Montiel, F. J., Vatter, C. und Zapf, E. C. (2014): Interkulturelle Kompetenz Spanisch. Erkennen - verstehen - handeln. Stuttgart: Klett.

**Prof. Dr. André Reichel**

Reichel, A., Becker, L., Lautermann, C., Moser, P., Müller, C., Rauschmayer, F., Rost, N., Smrekar, O. und Schulz, R.: Gemeinschaftsorientierte Wirtschaftsformen und Nachhaltige Entwicklung. Ed. Reinhard Pfriem. 5. Spiekerooger Klimagespräche. Oldenburg: dbv Deutscher Buchverlag.

Reichel, A.: Green Growth or Postgrowth? In: Making It 03/2014 (No. 16), 10-13.

**Prof. Dr. Henk van Elst**

Svetlova, E. and van Elst, H. (2014): Decision-theoretic approaches to non-knowledge in economics. In: Gross, M. and McGoey, L. (eds.) (2015): Routledge International Handbook of Ignorance Studies. (forthcoming)

**Prof. Dr. Desmond Wee**

Wee, D. (2014): Performing national identities in spaces of tourism. In: Journal of Tourism and Development, 21/22(1), 13-22.

Wee, D. (2014): Hospitality on a platter, in retrospect. In: Hospitality & Society, 4(1), 93-98.

**Prof. Dr. Martin Zierold**

Zierold, M. (2014): Know Why – Die Kunst der Übersetzung. Kulturmanagement an der Karlsruhochschule International University in Karlsruhe. In: KM Magazin, 90 (6/2014), 40-45. [URL: <http://www.kulturmanagement.net/frontend/media/Magazin/km1406.pdf>, zuletzt abgerufen am 30.11.14]

Zierold, M. (2014): Von Einzelmaßnahmen zu integrierten Netzwerken: Internationalisierung am International Graduate Centre for the Study of Culture. In: von Bülow, I. (Hrsg.): Nachwuchsförderung in der Wissenschaft. Best Practice Modelle zum Promotionsgeschehen – Strategien, Konzepte, Strukturen. Berlin, Heidelberg: Springer, 183-196.

Zierold, M. (2014): Das Theorie/Praxis-Missverständnis: Mehr als ein Transferproblem in Popmusik- und Medienforschung. Sechs Thesen und ein Appell. In: Binas-Preisendörfer, S., Bonz, J. und Butler, M. (Hrsg.): Pop-Wissen-Transfers. Zur Kommunikation und Explikation populärkulturellen Wissens. Münster: Lit, 7-26.