

# Publikationsliste (Auswahl)

Stand: 26.05.2020

## Eigenständige Veröffentlichungen & Monografien

2020

- Bauer, Matthias Johannes; Jestaedt, Dirk: Claims und Slogans als Instrumente der strategischen Markenführung. Grundlagen, Visualisierungsmodelle und relevantes Markenrecht, Wiesbaden : Springer Gabler, eBook ISBN 978-3-658-30051-7, DOI 10.1007/978-3-658-30051-7, Softcover ISBN 978-3-658-30050-0, <https://www.springer.com/de/book/9783658300500>
- Bauer, Matthias Johannes; Müßle, Tim: Psychologie der digitalen Kommunikation, München : utzverlag, Softcover ISBN 978-3-8316-4836-8, <https://www.utzverlag.de/catalog/book/44836>

## Publikationen in Herausgeberschaft

2020

- Bauer, Matthias Johannes; Seppelfricke, Thomas (Hrsg.): Stress im Studium. Stressempfinden und Stressbewältigung bei Studierenden, München : utzverlag, Softcover ISBN 978-3-8316-4830-6, <https://www.utzverlag.de/catalog/book/44830> [vsl. ab Mai 2020 erhältlich]

## Beiträge in Herausgeberbänden, Tagungsbänden & Zeitschriften

2020

- Bauer, Matthias Johannes; Sobolewski, Sarah: Themen- und zeitpunktorientiertes Fundraising. Das Kampagnenmanagement des DBHW auf dem Prüfstand, in: Stiftung & Sponsoring 02/2020, 21-23, [https://www.researchgate.net/publication/341323697\\_Themen-und\\_zeitpunktorientiertes\\_Fundraising\\_Das\\_Kampagnenmanagement\\_des\\_DBHW\\_auf\\_dem\\_Prufstand\\_in\\_Stiftung\\_Sponsoring\\_022020\\_21-23](https://www.researchgate.net/publication/341323697_Themen-und_zeitpunktorientiertes_Fundraising_Das_Kampagnenmanagement_des_DBHW_auf_dem_Prufstand_in_Stiftung_Sponsoring_022020_21-23)
- Bauer, Matthias Johannes: Duales Studium als Unique Selling Proposition in der Markenführung? Das Studienmodell und seine Rolle im Naming und Claiming deutscher Hochschulen, in: Journal Duales Studium 1/2020, print (gekürzt) und online: <https://www.duz-medienhaus-teilt-wissen.de/api-v1/article/!/action/getPdfOfArticle/articleID/2752/productID/30/filename/article-id-2752.pdf>

2019

- Bauer, Matthias Johannes; Sobolewski, Sarah: Sonderfall Spezialmuseum. Die Zielgruppenansprache und -kommunikation des Deutschen Klingensmuseums in Solingen, in: Public Marketing 10/2019, 58-60
- Bauer, Matthias Johannes: Social-Media-Nutzung und Hochschulträgerschaft. Trends digitaler Kommunikation von 2017 bis heute, in: Wissenschaftsmanagement 1/2019, 62-67

- Bauer, Matthias Johannes: Hochschulen im Dilemma zwischen Forschung und Anwendung: Erhebungen zur digitalen Kommunikation von Digitalisierungstreibern, in: Stumpf, M. (Hrsg.): Digitalisierung und Kommunikation, Springer VS : Wiesbaden 2019, 483-502

## 2018

- Bauer, Matthias Johannes: Der Campus, welch kompliziertes Lehnwort. Zur Pluralbildung eines nahezu alltäglichen Begriffs aus Hochschulmarketing und -kommunikation, in: Wissenschaftsmanagement 5-6/2018, 89 – Download: <https://www.wissenschaftsmanagement.de/weiterbildung/der-campus-welch-kompliziertes-lehnwort>
- Bauer, Matthias Johannes: Digitale IHK-Welt. Eine aktuelle Studie geht der Frage nach, wie die Kammern in den sozialen Netzwerken kommunizieren, in: Public Marketing 11/2018, 42-44
- Bauer, Matthias Johannes: Wie digital sind Schulen in ihrer Kommunikation? Eine Bestandsaufnahme aus Mönchengladbach und Viersen, in: IHK Magazin. Wirtschaftsnachrichten der IHK Mittlerer Niederrhein 10/2018, 46f – Download: <http://bk.ihk-krefeld.de/>
- Bauer, Matthias Johannes: Auf den Punkt bringen. Claims auf dem Seziertisch: Die Markenführung des Deutschlandstipendiums [...], in: duz Wissenschaft & Management 7/2018, 28-31
- Bauer, Matthias Johannes: Markenführung und -kommunikation auf der Homepage und in Social Media. Schulen im Bergischen Städtedreieck zwischen Strategie und Ressourcenknappheit, in: Schulmanagement 2/2018, 25-28 – kostenpflichtiger Download: <https://www.aldenbourg-klick.de/zeitschriften/schulmanagement/2018-2>
- Bauer, Matthias Johannes: Know-How: Studie zu Schulmarketing. Hallo, Wirtschaft!, in: Bergische Wirtschaft 01/2018, 46f – Download: [http://www.bergische-wirtschaft.net/downloads/BW\\_012018\\_web.pdf](http://www.bergische-wirtschaft.net/downloads/BW_012018_web.pdf)

## 2017

- Bauer, Matthias Johannes: Das verschenkte Marketing-Potential. Claims als Instrument der Markenführung bei Hochschulen, in: Wissenschaftsmanagement 3/2017, 40-44
- Bauer, Matthias Johannes: Sozial-medial aktiv und mobile friendly? – Hochschulen als Akteure der Wissensgesellschaft und ihre digitale Kommunikation darin, in: Stumpf, M. (Hrsg.): EUKO 2017 – Kommunikation und Digitalisierung, Proceedings zur 17. interdisziplinären Tagung des Forschungsnetzwerkes Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation – European Cultures in Business and Corporate Communication (EUKO), 19. bis 21. Oktober 2017, Frankfurt am Main, Essen (= KCM Schriftenreihe der FOM, Bd. 3), 86f – Download: [https://www.fom.de/fileadmin/fom/forschung/KCM/KCM\\_Bd3\\_EUKO\\_Proceedings\\_final\\_2017-10-05\\_ONLINE.pdf](https://www.fom.de/fileadmin/fom/forschung/KCM/KCM_Bd3_EUKO_Proceedings_final_2017-10-05_ONLINE.pdf)
- Bauer, Matthias Johannes: Nicht besonders freundlich: Sind die Internetauftritte deutscher Hochschulen bereit für die Nutzung auf mobilen Endgeräten?, in: duz Magazin 09/2017, 14f
- Bauer, Matthias Johannes: Wie digital sind deutsche Studierendenwerke?, in: Public Marketing 9/2017, 36-38
- Bauer, Matthias Johannes: Einfach auf professioneller Ebene in Kontakt kommen. Social Media Business Plattformen: Sinnvolle Kommunikationskanäle zwischen Hochschulen und

Unternehmen, in: Thema Wirtschaft 7-8/2017, 8f – Download: [https://www.ihk-niederrhein.de/blob/duihk24/topnavigation/presse/tw-archiv/3897792/1572130f19ef9f3209a4870c0026689a/tw\\_2017\\_07\\_08-data.pdf](https://www.ihk-niederrhein.de/blob/duihk24/topnavigation/presse/tw-archiv/3897792/1572130f19ef9f3209a4870c0026689a/tw_2017_07_08-data.pdf)

- Bauer, Matthias Johannes: Wo sind deutsche Hochschulen in den Social Media?, in: Die Neue Hochschule 4/2017, 22-25

#### Vor 2017

- Bauer, Matthias Johannes: Komplementäre Finanzierung von Hochschulstipendien. Das Deutschlandstipendium als Reverse Matching Funds-Konstruktion zwischen Hochschul fundraising und Public Private Partnership, in: Ziegele, Frank und Vossensteyn, Hans (ed.): Tagungsbeiträge 10 Jahre Hochschul- und Wissenschaftsmanagement in Osnabrück: Auf dem Weg der Professionalisierung, Osnabrück 21./22.02.2013, Osnabrück 2013 – Download: [https://www.hs-osnabrueck.de/fileadmin/HSOS/Studium/Studienangebot/Studiengaenge/Masterstudiengaenge/WiSo/Hochschul-und\\_Wissenschaftsmanagement/Kolloquium/10/Bauer\\_Das\\_Deutschlandstipendium.pdf](https://www.hs-osnabrueck.de/fileadmin/HSOS/Studium/Studienangebot/Studiengaenge/Masterstudiengaenge/WiSo/Hochschul-und_Wissenschaftsmanagement/Kolloquium/10/Bauer_Das_Deutschlandstipendium.pdf)
- Bauer, Matthias Johannes: Komplementäre Finanzierung von Hochschulstipendien. Das Deutschlandstipendium als Reverse Matching Funds-Konstruktion zwischen Hochschul fundraising und Public Private Partnership (zugl.: Master-Thesis, Hochschule Osnabrück, 2012), Osnabrück 2012 – Download: <https://opus.hs-osnabrueck.de/frontdoor/index/index/docId/217>