

PROF. DR. MICHAEL KLEINJOHANN

Publikationen

Artikel

KLEINJOHANN, M. (2022). Touchpoint mit Potenzial. *Markenartikel : das Magazin für Markenführung* (5), pp. 16-18.

KNOPF, J., HODECK, A., KLEINJOHANN, M. (2021). Digitale Tools in Fußballstadien. Eine empirische Analyse der Anforderungen der Generation Z an Stadionbesuche. *Leipziger Sportwissenschaftliche Beiträge*, 62 (2), 156-176.

Monografien

KLEINJOHANN, M. (2024). *Grundlagen der Werbung. Theorie - Markt - Ethik - Recht* (1. ed.). Wiesbaden: Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (2024). *Grundlagen des Werbemanagements. Konzeption - Werbeträger - Evaluation* (1. ed.). Wiesbaden: Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (2021). *Marketingkommunikation mit Corporate Architecture. Markenstärkung von Unternehmen durch wirkungsvolle Innen- und Außenarchitektur* (1 ed.). Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (2021). *Marketingkommunikation mit Out-of-Home-Medien. Planung, Einsatz und Wirkung von Außen- und Verkehrsmittelwerbung* (1 ed.). Wiesbaden: Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (2020). *Marketingkommunikation mit Acoustic Branding. Planung, Einsatz und Wirkung von Stimme, Ton und Klang für die Corporate Identity* (1 ed.). Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M., REINECKE, V. (2020). *Marketingkommunikation mit der Generation Z. Erfolgsfaktoren für das Marketing mit Digital Natives* (1 ed.). Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (1987). *Sportzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Bestandsaufnahme - Typologie - Themen - Publikum; Theoretische-empirische Analyse eines sportpublizistischen Mediums*. Berlin: Peter Lang.

Buchbeiträge & Kapitel

KLEINJOHANN, M. (2023). The New Normal Out of Home. Mobile Marketing und Out of Home-Werbekommunikation mit dem "Post-Corona- Homo Mobilis". In Proff, Heike (Eds.), *Towards the New Normal in Mobility. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte* (pp. 973-991). Wiesbaden: Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (2015). Berufsorganisation der Public Relations (1 ed.). In Lies (Ed.), *Theorien des PR-Managements: Geschichte - Basiswissenschaften - Wirkungsdimensionen* (pp. 21–25). Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M. (2015). Medienordnung (1 ed.). In Lies (Ed.), *Theorien des PR-Managements: Geschichte - Basiswissenschaften - Wirkungsdimensionen* (pp. 430–435). Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M., LIES, J. (2015). Corporate Publishing. Mitarbeiterzeitschrift (1 ed.). In Lies (Ed.), *Praxis des PR-Managements: Strategie - Instrumente - Anwendung* (pp. 54–64). Springer Gabler.

KLEINJOHANN, M., LIES, J. (2015). Online-Kommunikation. Bürgerjournalismus (1 ed.). In Lies (Ed.), *Praxis des PR-Managements: Strategie - Instrumente - Anwendung* (pp. 82–89). Springer Gabler.

- KLEINJOHANN, M., LIES, J. (2015). Werbung. Advertorial (1 ed.). In Lies (Ed.), *Praxis des PR-Managements: Strategie - Instrumente - Anwendung* (pp. 453–459). Springer Gabler.
- KLEINJOHANN, M. (2009). Sportzeitschriften (1 ed.). In Horky, Schauerte et al. (Eds.), *Sportjournalismus* (pp. 155–169). UVK-Verl.-Ges.
- KLEINJOHANN, M. (2008). Berufsorganisationen der Public Relations (1 ed.). In Lies (Ed.), *Public Relations: Ein Handbuch* (pp. 21–26). UVK-Verl.-Ges.
- KLEINJOHANN, M. (2008). Corporate Publishing. Mitarbeiterzeitschrift (1 ed.). In Lies (Ed.), *Public Relations: Ein Handbuch* (pp. 73–76). UVK-Verl.-Ges.
- KLEINJOHANN, M. (2008). Medienordnung (1 ed.). In Lies (Ed.), *Public Relations: Ein Handbuch* (pp. 333–339). UVK-Verl.-Ges.
- KLEINJOHANN, M., LIES, J. (2008). Advertorial (1 ed.). In Lies (Ed.), *Public Relations: Ein Handbuch* (pp. 623–627). UVK-Verl.-Ges.
- KLEINJOHANN, M., LIES, J. (2008). Online-Kommunikation. Bürgerjournalismus (1 ed.). In Lies (Ed.), *Public Relations: Ein Handbuch* (pp. 376–382). UVK-Verl.-Ges.
- KLEINJOHANN, M. (2005). TV SPIELFILM. Vom Erfinder zum Qualitätsmarktführer des 14-tägigen Programmzeitschriftenmarktes (1 ed.). In Büsching (Ed.), *Mediengeschäftsmodelle der Zukunft* (pp. 57–70). Baden-Baden: Nomos.
- KLEINJOHANN, M. (1988). Funktion und Wirkungspotential von Sportzeitschriften. Erfahrungen, Ergebnisse und Erkenntnisse (1 ed.). In Hackforth (Ed.), *Sportmedien und Mediensport: Wirkung - Nutzung - Inhalte* (pp. 127–145). Vistas Verlag.
- KLEINJOHANN, M., HACKFORTH, J. (1987). Der Sport- und Freizeitjournalist als „Kommunikateur“ (1 ed.). In Haag, Heinemann (Eds.), *Berufsfeld Sport: Texte zu Tätigkeitsfeldern und Berufschancen* (pp. 196–207). Schorndorf: Hofmann.