

PROF. DR. ECKHARD MARTEN

Publikationen

Artikel

- MARTEN, E. (2021). Der Kampf um das Personal der Zukunft. Mit Guerilla-Taktiken zum Erfolg?. *HR Performance* (1), pp. 24-28.
- MARTEN, E. (2020). Der gute Ruf als Schlüssel zum Erfolg. Wie Pharmaunternehmen ihre Reputation mit gezielter Unternehmenskommunikation nachhaltig verbessern können. *PR-Magazin*, 2020 (1), pp. 72-79.
- MARTEN, E., SCHMUGLER, S. (2020). Gut geführt ist halb gewonnen. Der Zusammenhang zwischen Persönlichkeit, Führungsstil, und Mitarbeiterzufriedenheit. *HR Performance* (5 (Special: Der Mittelstand)), pp. 3-7.
- MARTEN, E., HUANG, H. -T. (2019). Mobile Payment. Bezahlen in China und Deutschland - eine Frage der Kultur. *Karten Cards Cartes : Zeitschrift für Zahlungsverkehr und Kartendienstleistungen* (1), pp. 18-23. Frankfurt.
- MARTEN, E., SCHILDBACH, F. (2019). Fluktuation als Feind. Wie können mittelständische Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter an sich binden?. *HR Performance* (5), pp. 60-63.
- WESTERMANN, A., MARTEN, E., MOSS, C., SIMON, M., ZIMMERMANN, R. (2019). Content Marketing - More than just a Buzz Word?. Empirical findings on the Attitude of Companies, Agencies and Publishing Houses. *MedienJournal - Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsforschung*, 43 (2), 45-66. doi:10.24989/medienjournal.v43i2.1739.
- MARTEN, E. (2018). Kulturschock dort, Kulturschock hier.. Wie bereiten große Unternehmen ihre Mitarbeiter auf Auslandsentsendungen vor?. *HR Performance* (6), pp. 4-6.
- LABONTÉ, T., MARTEN, E. (2017). Aufenthalte im Ausland für den Arbeitgeber - welchen Nutzen haben die Mitarbeiter?. *HR Performance*, 25 (Sonderheft: Global HR 2018), pp. 10-13.
- ZERNER, V., MARTEN, E. (2017). Führung - der Erfolgsfaktor der Zukunft. *HR Performance* (2), pp. 68–70.
- BAUER, L., MARTEN, E. (2016). Zwischen Anspruch und Wirklichkeit. *HR Performance* (5), pp. 52–53.
- MARTEN, E. (2016). Banken und Medien - der Kampf der Welten. *Bank und Markt* (7), pp. 39–43.
- WELLER, R., MARTEN, E. (2015). Kann ein Versicherungsunternehmen zur Lovemark werden?. Eine empirische Untersuchung zu den Potentialen einer Versicherungsmarke. *Zeitschrift für Versicherungswesen (ZfV)* (10), pp. 315–318.
- KIND, J., MARTEN, E. (2014). Crowdfunding = PR 2.0. Wie Non-Profit-Organisationen durch zielgerichtete Public Relations zu Crowdfunding zukunftsfähig bleiben. *PR-Magazin* (7), pp. 54–60.
- MARTEN, E. (2014). Das Schweigen der Sprecher. Zum Autismus in der Kommunikation. *Kommunikationsmanager*, pp. 68–72.
- MARTEN, E. (2014). Eine Frage der Fairness. Zum schwierigen Umgang zwischen Medien und Versicherungsunternehmen. *Zeitschrift für Versicherungswesen (ZfV)* (7), pp. 179–184.
- MARTEN, E. (2014). Kommunikation: Ziemlich beste Feinde. *Die Bank* (7), pp. 62–66.
- MARTEN, E. (2010). Entdecke die Zuversicht. Wie die Allianz einen positiven Begriff für sich besetzt. *Kommunikationsmanager* (3), pp. 30–35.

- MARTEN, E. (2006, September). Freuen Sie sich: Sie werden alt!. Die Länger-leben-Kampagne der Allianz. *Kommunikationsmanager*, pp. 26–30.
- MARTEN, E., LIEBERT, T. (2002). Altersvorsorge - die journalistische Karriere eines Themas. *PR-Magazin* (7), pp. 49–54.
- MARTEN, E. (1989). "Siegfried or Wotan in Krauts-Country". Was amerikanische Journalisten von den "Deutschen" und "Deutschland" halten. *Publizistik*, 34 (1-2), 78–95.
- MARTEN, E. (1988). "Eher Wotan als Siegfried". *Journalist - Das Medienmagazin*, 38 (7), pp. 78–80.
- MARTEN, E. (1988). "G.I. Joe" oder "Steppenwolf"? Zu den Quellen des amerikanischen Deutschlandbildes. *Internationale Schulbuchforschung*, 10 (2), 117–126.
- MARTEN, E. (1988). "Geschätzt, gefürchtet, gelobt". *Neue Gesellschaft / Frankfurter Hefte - Zeitschrift für Politik und Kultur*, 35 (9), pp. 867–870.
- MARTEN, E. (1988). "Krauts, Nazis oder Boris Becker? Anmerkungen zum amerikanischen Deutschlandbild". *liberal*, 30 (1), pp. 15–20.
- MARTEN, E. (1988). "Siegfried oder Wotan in Krauts-Country?". *Communications*, 14 (2), 35–60.
- MARTEN, E. (1988). "Zur historischen Entwicklung des amerikanischen Deutschlandbildes". *Politik und Kultur*, 15 (2), pp. 55–64.
- MARTEN, E. (1987). Amerikanische Auslandskorrespondenten in Deutschland. *Publizistik*, 32 (1), 23–33.
- MARTEN, E. (1986). "Bonner Botschaften". *Journalist - Das Medienmagazin*, 37 (5), pp. 8–12.

Monografien

- MARTEN, E. (1989). *Das Deutschlandbild in der amerikanischen Auslandsberichterstattung. Ein kommunikationswissenschaftlicher Beitrag zur Nationenbildforschung*. Wiesbaden: DUV Deutscher Universitätsverlag.
- MARTEN, E. (1986). *Die amerikanischen Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland. Zum Tätigkeitsprofil, Selbstverständnis und Deutschlandbild einer Journalistengruppe*. Universität München.

Vorträge

- MARTEN, E. (2019). Der Wert, die Bedeutung und die Notwendigkeit von Kommunikation. Die Grundlage eines erfolgreichen Unternehmertums und erfolgreichen Zusammenarbeitens., *Mainova Führungskräfte-Meeting*.
- MARTEN, E. (2017). Intercultural Communication., *Erasmus Lecture*.
- MARTEN, E. (2017). Subareas of marketing., *Erasmus Lectures*.
- MARTEN, E. (2016). Von A wie Artefakt bis O wie Olfaktorik. Das A und O der interkulturellen Kommunikation., *Compart Annual Meeting*.
- MARTEN, E. (2015). Debt Collection in Europe. A fairytale or a nightmare., *European Conference Merchant Risk Council*.
- MARTEN, E. (2014). Aktuelle Themen der Unternehmenskommunikation., *Strategietag GIZ Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit*.
- MARTEN, E. (2013). Erfolgreich durch den Alltag und die Krise. Wie können Unternehmen die Kommunikation steuern?., *Sitzung Kuratorium der International School of Management*.

Sonstige

- MARTEN, E. (2016). Die Klaviatur der Kommunikation - die Tricks der Medien.

MARTEN, E. (2016). Manager und Medien - der Kampf der Titanen.

MARTEN, E. (2016). Ziemlich beste Feinde – warum Journalisten und Pressesprecher keine Freunde sind (und auch nicht werden können).

MARTEN, E. (2015). Ziemlich beste Feinde. Warum Journalisten und PRler keine Freunde sind..