

PROF. DR. ECKHARD MARTEN

Publikationen

Artikel

MARTEN, E., APPENRODT, A. (2023). Kreativ rekrutieren. *Personal.magazin : Impulse zur Gestaltung der Arbeitswelt* (8), pp. 80-84.

MARTEN, E., SCHNEIDER, K. (2023). Unternehmen sollten sich auf ein modernes ERM konzentrieren. *HR Performance* (3), pp. 50-54.

MARTEN, E. (2021). Der Kampf um das Personal der Zukunft. Mit Guerilla-Taktiken zum Erfolg?. HR Performance (1), pp. 24-28.

SCHÄFER, N., MARTEN, E. (2021). Mit emotionaler Mitarbeiterbindung zum Erfolg. *Pflegezeitschrift*, 74 (8), 10-14. doi:10.1007/s41906-021-1094-7.

ZERNER, V., MARTEN, E., BRANDT, J. (2021). Commitment in the German banking and consulting industry. Influence of different leadership styles on employee commitment. *Central European Management Journal*, 29 (4), 196–214. doi:10.7206/cemj.2658-0845.65.

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 PRIer keine Freunde sind..