

Schwerpunktt Themen:

- Tourismusmarketing / -management
- Stadtmarketing / -entwicklung; Städtetourismus
- Geographische Regionalstudien / Regionalentwicklung (Schwerpunkt Freizeit und Tourismus)
- Kultur- / Sport- /Eventmanagement

Seit 2010 (Hochschule Bremen, Masterthesis)

- ▶ Community Plattformen als Live Communication Marketingtool im Web 2.0. Eine Untersuchung der Eignung von Community-Marketing im Eventbereich anhand der Begleitung der „Bakugan Summer Tour 2010“ (Annemarie Hannig, 2011)
- ▶ Damit nicht nur Müllers lustig wandern. Modellentwicklung einer übergreifenden Profilierungsstrategie für Wanderregionen in Deutschland (Petra Rörsch, 2010)
- ▶ „Green Economy“ und Tourismus. Ein LOHAS spezifisches Marketingmodell für Reiseveranstalter (Bianca Wichmann, 2010)

Seit 2009 (Hochschule Bremen, Bachelorthesis)

- ▶ Markenbildung in Destinationen. Die Positionierung als Chance im touristischen Wettbewerb, dargestellt am Bsp. der Hansestadt Stade (Carmen Wiechern, 2011)
- ▶ Barrierefreier Tourismus in Schleswig-Holstein. Aktuelle Situation und Handlungsempfehlungen (Ilka Jasmin Leutritz, 2011)
- ▶ Potentialanalyse zur Wiedereröffnung der ersten Surferunterkunft in Gerupuk/Südlombok (Lina Marlen Werner, 2011)
- ▶ Potenzialanalyse für eine philosophische Erlebniswelt (Vera Hüning, 2011)
- ▶ Kooperationsstrategien gemeinnütziger Kultur- und Veranstaltungszentren. Status Quo und zukünftige Entwicklungspotenziale im Rahmen des Kulturmarketing (Ina Foßhag, 2011)
- ▶ Kulturveranstaltungen mit Event-Charakter am Beispiel der „Langen Nacht der Theater“ (Tanja Kunze, 2011)
- ▶ Nachhaltiger Wintersporttourismus. Eine empirische Untersuchung zur Diskrepanz von Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der Generation Y im alpinen Wintersporttourismus (Enrica Biallas & Claudia Meincke, 2011)
- ▶ Township Tourismus. Eine touristische Potenzialanalyse südafrikanischer Townships (Verena Nagel, 2011)
- ▶ Krisen- und Gefahrenbewältigung im Tourismus. Analyse von touristischen Akteuren des Erdbebengebiets 2010 in Zentralchile (Maren Walter, 2011)
- ▶ Eventmarketing als Erfolgsfaktor für Kooperationen im Stadtmarketing? Dargestellt am Stadtteilmanagement Neustadt in Bremen (Catharina Behl, 2011)
- ▶ Mobile Anwendungen und Dienste im Städtetourismus. Analyse des Kundenverhaltens und die Erstellung von Handlungsempfehlungen für die Hamburg Tourismus GmbH (Andrea Kaesler, 2011)
- ▶ Stadtmarketing Norden. Eine Analyse und Entwicklung von Handlungsempfehlungen (Annika Rabbe, 2011)

- ▶ Potenzialanalyse der touristischen Marktsegmente Irlands und deren Nutzbarmachung für den Reiseveranstalter TUI Wolters Reisen (Sandra Schmidt, 2011)
- ▶ Interkulturelle Begegnungen auf Reisen in Entwicklungsländer – Eine Betrachtung und Bewertung von Spezial-Reiseanbietern und ihren Programmen (Paula Führer, 2010)
- ▶ Entwicklung eines Marketing-Konzepts für Community Based Tourism – Am Beispiel des sozialverträglichen Tourenanbieters „VUK South Africa“ (Johanna Botzkowski, 2010)
- ▶ Benchmarking deutscher Mittelgebirge aus der Perspektive des Erzgebirges. Analyse und Handlungsempfehlungen für den Tourismusverband Erzgebirge e.V. (Dominique Lenk, 2010)
- ▶ Outdoor-Teamtraining als Instrument der Personalentwicklung – eine kritische Betrachtung (Lin Jenrich, 2010)
- ▶ Die Zukunft des Hochseilgartens als handlungsorientierte Beratungsmethode in der Organisationsentwicklung – Zugpferd oder Nischenprodukt? (Meike Kolling, 2010)
- ▶ Nachhaltiger Inseltourismus – Fallstudie über die Integration von nachhaltiger Entwicklung in den mauritischen Hotelgruppen (Annett Bielefeldt & Miriam Lemke, 2010)
- ▶ Work-Life-Balance von Studierenden im Kontext von Hochschulreformen – Möglichkeiten zur Optimierung des Selbstmanagements (Sina-Miriam Hillger, 2010)
- ▶ Beeinflussung der Zielgruppe Best Ager auf die Marketingstrategien von Einkaufszentren – Eine Untersuchung am Beispiel Weserpark Bremen (Dela Wunderlich, 2010)
- ▶ „The Best Job in the World“ vs. „Die Botschafter der Ostfriesischen Inseln“ – Möglichkeiten für Social Media als neues Marketingtool im Destinationsmarketing (Michaela Herwig, 2010)
- ▶ Marketingkonzeption für das Projekt „Skiflugsimulator am Hocheck“ (Carmen Glaser, 2010)
- ▶ Untersuchung der gegenwärtigen Imagepositionierung der Urlaubsdestination El Salvador bei Reiseveranstaltern und ableiten von möglichem Handlungsbedarf (Maïke Otten, 2009)
- ▶ Die derzeitige Positionierung der Austragungsorte der FIFA Frauen Fußball WM 2011 und ihre Potenziale hinsichtlich geeigneter Marketingstrategien (Mirco Erdmann, 2009)
- ▶ Neue Marketingstrategien zur Kommunikation des Besucherzentrums Königsstuhl im Nationalpark Jasmund (Antje Spletstößer, 2009)
- ▶ Erarbeitung eines systematischen Überblicks über Gegenstand, Gestaltung und mögliche Erfolgsfaktoren von Kooperationen zwischen Handwerk und Tourismus (Dorothea Dürkop, 2009)
- ▶ Entwicklung eines Konzeptes zur Integration einer Corporate Social Responsibility-Strategie in Kreuzfahrtunternehmen (Bianca Wichmann, 2009)
- ▶ Potenzialanalyse des Standortes Bremen für den Musical-Markt (Sibel Öztürk, 2009)
- ▶ Auswirkungen von Sportevents auf die touristische Entwicklung des Austragungsortes – Dargestellt am Beispiel des Colgate Kitesurf Worldcups 2008 in St. Peter-Ording (Anja Frackowiak, 2009)

2006-2010 (Hochschule Bremen, Diplomarbeiten)

- ▶ Marketing in Nonprofit-Organisationen – eine Analyse der Marketingstrategien und Entwicklung eines Marketingkonzepts für das biz Bremen (Katrin Stuhr, 2010)
- ▶ Corporate Volunteering und Teamtraining: Erstellung eines Konzeptes für die Dreptefarm Wulsbüttel (Birte Jaacks, 2010)
- ▶ 87 Meter ü.N.N. in Deutschlands Norden – Eine Potenzialanalyse mit Planungsansätzen für das Freizeitareal Bassumer Utkiek (Saskia Stahmer, 2010)

- ▶ Qualität im Kulturtourismus. Erarbeitung eines Kriterienkatalogs als Instrument zur Qualitätsprüfung im Burgen- und Schlössertourismus (Anna Julia Michalik, 2010)
- ▶ Städtereisen als Marktsegment von Studienreiseveranstaltern – ein zukunftsfähiges Produkt? Angebotsanalyse unter besonderer Berücksichtigung von Trends (Anne Rumohr, 2010)
- ▶ Machbarkeitsstudie eines Lernbauernhofs – am Beispiel der Kooperation zwischen der AWO Karlsruhe und dem Birkenhof (Daniela Grünbacher, 2009)
- ▶ Machbarkeitsstudie für den Neubau des Olbers-Planetariums in Bremen (Falk Ramcke, 2009)
- ▶ Umsetzung von Corporate Social Responsibility in der deutschen Systemgastronomie (Kira Baturin, 2009)
- ▶ Entwicklung eines touristischen Bonusprogramms für den Welterbestätten Deutschland e.V. (Rebekka Reichardt, 2009)
- ▶ Lüdenscheid, Stadt des Lichts – eine Idee mit Zukunft? Analyse eines Stadtmarketingkonzeptes (Marie-Luise Apitzsch, 2009)
- ▶ Die Anschlussfähigkeit einer nachhaltigen Entwicklung in der Eventbranche. Entwicklung eines Nachhaltigkeitskonzepts für einen Marketing-Event (Judika Bachmann, 2009)
- ▶ Russland als Quellmarkt für den Incoming-Tourismus in Deutschland. Dargestellt am Beispiel der Stadt Bremen (Ekaterina Shmideberg, 2009)
- ▶ Corporate Social Responsibility – Empfehlungen zur strategischen Ausrichtung des bürgerschaftlichen Engagements der Jones Lang LaSalle GmbH (Theresa Schütte, 2009)
- ▶ Bedarfsanalyse und Kurzkonzeption für einen Fernstudiengang Gesundheitstourismus an der APOLLON Hochschule der Gesundheitswirtschaft, Bremen (Christian Mayer, 2009)
- ▶ Business Improvement Districts in Australien – Status Quo und Besonderheiten (Bianca König, 2008)
- ▶ Corporate Social Responsibility bei Reiseveranstaltern – Eine Bestandsaufnahme der Implikation von CSR bei deutschen Unternehmen (Melisa Krause, 2008)
- ▶ „Machbarkeitsstudie zur Bewertung der Erfolgchancen eines Wellness-Hotels als Erweiterung der „Oase im Weserpark GmbH & Co. KG“ in Bremen“ (Sebastian Tonnemacher, 2008)
- ▶ Community Based Ecotourism in Äthiopien – Untersuchung am Beispiel des Projekts „Trekking in the Bale Mountains“ (Judith Groeneveld, 2008)
- ▶ „Das Image von Deutschland als Reiseland in Schweden“ (Malin Bohn, 2008)
- ▶ „Eine Personalbeschaffungskonzeption für eine wissensbasierte Touristenattraktion in einer wirtschaftlich schwach strukturierten Region – Das Klimahaus in Bremerhaven“ (Macus Scherff, 2008)
- ▶ „Der Effekt von Low Cost Airlines auf den Städtetourismus – Das Fallbeispiel Ryanair in Bremen“ (Nicole Krumrey, 2008)
- ▶ „Erfolgskontrolle im Eventmarketing am Beispiel des Global Sportstyle Awards auf der ispo winter 07“ (Steffi Händel, 2007)
- ▶ „Markenbildung und Imageentwicklung im Destinationsmanagement am Beispiel der Insel Sylt“ (Gesa Baer, 2007)
- ▶ „Potentiale für Marketingkooperationen zwischen Kultureinrichtungen und Hostels – dargestellt am Beispiel des Jüdischen Museums Berlin“ (Daniela Brouwer, 2007)
- ▶ „Reittourismus im Landkreis Verden – Potentialanalyse und Handlungsempfehlungen zur regionalen Reitwegeplanung“ (Hanna C. Wittkau, 2007)
- ▶ „Jugendliche als Individualbesucher im Museum – ein Marketingkonzept am Beispiel Hamburger Kunsthalle“ (Britta Balbier, 2006)

- ▶ „Seniorenmarketing im Tourismus – Handlungsempfehlungen für ein integratives Marketingkonzept für den Städtetourismus im Freistaat Sachsen“ (Janine Trobisch, 2006)
- ▶ Cross Marketing als Kooperationsstrategie im Tourismus – dargestellt am Beispiel Visit Denmark“ (Melanie Stelljes, 2006)
- ▶ „Destination Branding. Ein neues Image Georgiens für den deutschsprachigen Reisemarkt“ (Heike Cronqvist, 2006)

2002-2006 (ISM Dortmund u.a. , Diplomarbeiten)

- ▶ „Symbiotische Verbindung zwischen Verein und Stadt – Die „Fohlen“ als Unique Selling Proposition von Mönchengladbach“ (Claire Neidhardt, 2006)
- ▶ „Bedeutung und Einsatzmöglichkeiten des Eventmarketings im wertorientierten Kundenmanagement – dargestellt an Beispielen der Kundenbindung von Automobilherstellern auf dem deutschen Markt“ (Christine Joachim, 2005)
- ▶ „Touristische Nutzungsmöglichkeiten für Kulturerbe-Stätten – dargestellt am Beispiel des niederdeutschen Gräftenhofs „Schäferei Reckfort“ in Nordwalde/Münsterland“ (Johanna Müller, 2005)
- ▶ „Finanzierungsmöglichkeiten einer Betreibergesellschaft für den Bereich Sport und Erholung im Allerpark Wolfsburg, unter besonderer Berücksichtigung der erforderlichen Tätigkeiten, unter Bezugnahme auf innovative Finanzierungsformen“ (Friederike Fischer, 2005)
- ▶ „Erfolgskontrolle im Stadtmarketing am Beispiel von Business Improvement Districts. Entwicklung eines Indikatorensets für das Bermuda3Eck Bochum“ (Julia Eva Peters, 2005)
- ▶ „Erfolgskontrolle im Eventmarketing. Dargestellt am Beispiel des Tages der internationalen Hanse in Münster“ (Juliana Möhl, 2005)
- ▶ „E-Commerce im Kreuzfahrttourismus – Strategie zur Optimierung der Onlinekommunikation für die Zielgruppe 50-plus am Beispiel der Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH“ (Kerstin Markus, 2005)
- ▶ „Entwicklung der Low-Cost-Carrier und der spezifischen Nachfrage für dieses Reisesegment in Deutschland – untersucht anhand einer Fallstudie am Flughafen Dortmund“ (Mildred Keymer, 2004)
- ▶ „Der Kommunikationsmix von Themenrouten und dessen Einfluss und Wirkung auf Touristen“ (Franziska Prade, 2003) - FH Harz
- ▶ „Benchmarking im Tourismus“ (Andrea Schmidt, 2002) - FH Wilhelmshaven