

Wissen teilen, Wissen gewinnen

Hier finden Sie die Liste meiner Fachartikel zu Themen wie »Markenführung«, »Storytelling«, »Corporate Publishing« oder »Corporate Identity«. Einige dieser Artikel publizierte ich in meiner Funktion als Leiter Strategische Planung für verschiedene Kommunikationsagenturen, andere Publikationen verdanke ich Einladungen der jeweiligen Redaktionen.

Publish or Perish?

Diese Redewendung kenne ich aus dem Umfeld der Universitäten, an denen ich studierte. Wer von den Forschenden nicht ausreichend publiziert, wird nicht wahrgenommen und existiert für den Wissenschaftsbetrieb nicht.

Das ist in der Tat so, auch wenn es zu bedenken gilt, dass nicht die Quantität, sondern die Qualität von Publikationen den entscheidenden Nutzen mit sich bringt.

Denn Publizieren heisst, Wissen zugänglich machen. In unserer komplex vernetzten Welt ist kaum eine Entdeckung möglich, wenn sie nicht auf dem aktuellen Forschungsstand aufbauen kann. Wissen teilen heisst also auch, Bestehendes weiter entwickeln, Know-how verbreiten und zur Verfügung stellen. Nur so ist Fortschritt möglich.

In diesem Sinne gebe ich weiter, was ich entdeckt, entwickelt und erforscht habe.

Davon profitieren nicht nur meine Studentinnen und Studenten. Von meinen Publikationen ziehen auch meine Auftraggeber einen Nutzen, indem ich ihnen helfe, gute Ideen publik zu machen und die redaktionellen Programme ausgewählter Medien mit Branded Content zu bereichern.

Fachartikel

»No Bullshit. Wie das Sales Publishing der klassischen Werbung den Rang abläuft.«

In: Jahrbuch Marketing 2013/23. S. 92

»Image-Aufbau und Kostenreduktion neutralisieren sich gegenseitig.«

In: Schweizer Versicherung, 30.11.2012

»Content ist out, Commitment ist in.«

Auf: www.cpwissen.de

»Storyselling - Geschichten verkaufen.«

In: Werbeweche 13/2012, S. 22

»Wer die Revolution gewinnen will, muss die Kreuzungen besetzen.«

In: Werbeweche 07/2012, S. 25

»Unbequem lösungsorientiert«

In: persönlich 10/2010, S. 90-91

»Consumer Insight Sourcing«

In: Jahrbuch 2010, Markt- und Sozialforschung, S. 54 - 55

»Storytising und Happyternity. Adaption und Interkulturalität in der Werbung«

In: Hieronymus 4/2009, S. 88 - 91

»Vom Mauerblümchen zur Lovemark.«

In: Marketing und Kommunikation 10/2007, S. 41

»Mythos Messe: No satisfaction?«

In: Expodata 6/2005, S. 6

»Mythos Marke. Denksystem zur integrierten Markenführung.«

In: Jahrbuch Marketing und Kommunikation 2005/2006, S. 18 - 21

»Beyond Advertising«

In: Jahrbuch Marketing und Kommunikation 2004/2005, S. 238 - 239

»Strategische Planung. Aufgabenbereiche, Integration und Kapitalisierung«

In: Lowe (Hg.) Diversity, Zürich, 2005, o.S.

»Design Culture, Ein Plädoyer zum Open Space des Nachdiplomstudiengangs Design Culture der HGKZ«

In: Design Culture, Zürich 2004, o.S.

»Die Vertreibung aus dem Paradies und was die Werbung dagegen tun kann.«

In: Fachhefte grafische Industrie 6/2004, S. 30

»Das Zielpublikum der Expo: alle«

In: Persönlich, 5/2002, S. 28 - 32

Hans Magnus Enzensbergers produktionsorientierte Moral. Konstanten in der Ästhetik eines Widersachers der Gleichheit.

Martin Fritsche, Diss. New York, Paris, Berlin 1996



Successful in 30 Seconds.

Martin Fritsche, Amazon, 2013



Live Storytelling

Der Vortrag ist der erste Schritt zum Dialog. Präsentationsbasierte Vorträge, Vorlesungen und Seminare ermöglichen es mir, mit Interessierten in Kontakt zu kommen und Gedanken und Projekte gemeinsam weiter zu spinnen.

Fabula docet

Tatsächlich ist die mündliche Erzählung nach wie vor die effizienteste Art, Wissen zu vermitteln und zu teilen.

Seit ich mein Studium als Lehrer an Gymnasien, verschiedenen Oberstufen und privaten Bildungsinstitutionen mit über 6000 Unterrichtsstunden finanzierte, habe ich mein Interesse für Pädagogik und die Wissensvermittlung von Mensch zu Mensch immer gepflegt.

Heute sind es vor allem die Fachhochschulen, an denen ich Vorlesungen halte und Seminare in den Bereichen Marketing, Markenführung, Story Telling, Corporate Identity und Brand Design durchführe.

Meine Lehrtätigkeit fordert mich heraus, fachlich stets à jour zu sein. Davon profitieren nicht nur meine Studentinnen und Studenten, sondern auch meine Kunden, Kongresse und Symposien, an die ich immer wieder eingeladen werde, die wissenschaftlichen Fundamente zeitgemässer Markenführung darzulegen, Cutting Edge Cases zu präsentieren oder das Publikum als Keynote Speaker unterhaltsam und informativ auf ein Thema einzufuchsen.

Referate und Vorlesungen

»Brand Implementation«

Seminar im CAS »Brand Design«, HoLu/Design&Kunst, Luzern, November 2012

»Markenwelten - Eine Welt der Marken?«

Podiumsdiskussion an der Hochschule Luzern, August 2012

»Corporate Identity erlebbar machen« Jahresversammlung von Hôtellerie Suisse, Olten, April 2012

»flow«

pro:campaigning, November 2011

»Werbung reloaded. Neukonzeption klassischer Instrumente«

Seminar im CAS »Online-Marketingkonzeption integriert« der Fachhochschule Nordwestschweiz, Olten, 2011 - 2012

»Look&Feel as Online Brand Positioning«

Design-Konferenz des Internet Briefing, Zürich, November 2010

»Corporate Identity«

Seminar im CAS »Art Direction«, HoLu/Design&Kunst, Luzern, August 2010

»Grundlagen des Marketings«

Vorlesung, Departement für Angewandte Linguistik der ZHAW, seit Frühlingsemester 2009/2010

»Storytising und Happyternity. Adaption und Interkulturalität in der Werbung«

STTI-Jahreskongress equivalences 09. Bern, Oktober 2009

»Lovemarks«

REMP/WEMF. Genf, Juli 2007

»Lovemarks - Loyalty Beyond Reason«

Suisse Emex. Zürich, August 2007

»Campaigning. Unternehmenskommunikation zwischen Subversion und Affirmation«

Vorlesung mit Peter Metzinger an der ZHdK, Zürich, September 2006

»CrossMedia. In Zukunft bleibt alles anders. Von der Kommunikation zum Brandtouchpoint-Management«

Benteli/Hallwag. Bern, November 2006

»Corporate Design - Vom Lallen zu visuellen Sprachsystemen«

CAS mit Evert Ypma, ZHdK. Zürich, Dezember 2005

»Branding Story«

7. Deutscher Eventtag. Düsseldorf, November 2005

»Mythos Management und Story Telling« Xongress. Zürich, August 2005

»Brand Management«

MAS Corporate Communications Management der FHNW. Olten, seit Wintersemester 2005

»Design und Demokratie«

Salon de recherche, ZHdK. Zürich 2004

Performances

1996

Forum:Claque, Baden, Text-Performance für das Projekt »Rochade«

1995

Theater am Spittel, Bremgarten, Text-Performance »Lyrik für Wurf und Wandlung«

1988

Projekt »Nordtangente«, Luzern, Text-Performance »Karst« mit Stephan Pfäffli

1987

Projekt »Mixed Grill«, Zürich, Text-Performance »Out of a poet's diary«

Kuratorien und Projekte aus Kunst und Kultur

1998

»Entwürfe«, Schweizer Literaturzeitschrift, Zürich, Leitung Vertrieb und Marketing, redaktioneller Beirat

1987

Mitbegründer des literarischen Forums »Die postnukleare Nacht« und Mitherausgeber des »LiTERRaturbriefs«

1986

Fotopreis »Tourismus« der Stadt Zürich

