

Prof. Dr. Simone Besemer

Publikationsliste

Jahr	Quelle
2022	Besemer, Simone (2022): Digitalisierung im Kunst- und Kulturbereich – Aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen, Chancen und Risiken für Kunstmuseen in Deutschland: Interview mit Christiane Lange und Bernhard Maaz, in: Vaih-Baur, Christina / Pietzcker, Dominik (Hrsg.) (2022): Neue Wege für die Kultur?: Kommunikationsstrategien und -formate im europäischen Kultursektor, Springer VS, Wiesbaden, S. 197-205
2022	Besemer, Simone (2022): Strategisches Management von Kultursponsoring am Beispiel von Museen, in: Vaih-Baur, Christina / Pietzcker, Dominik (Hrsg.) (2022): Neue Wege für die Kultur?: Kommunikationsstrategien und -formate im europäischen Kultursektor, Springer VS, Wiesbaden, S. 151-180
2021	Besemer, Simone (2021): Verschiedene Stichwörter (Beschwerdemanagement, Customer Journey, Customer Touchpoint Management, Factory Outlet, Gamification, Handelsgastronomie, Home Meal Replacement, Marken, Markenführung, Markenwelten, Mystery Shopping, Shoppingtourismus, Storytelling, Texmex (Küche), Touchpoint, Urban Entertainment Center, in: Fuchs, Wolfgang (Hrsg.): Tourismus Hotellerie und Gastronomie von A bis Z, DeGruyter-Verlag, Berlin
2010-2013	Fuchs, Wolfgang; Besemer, Simone (2010-2013): Speisekartentest, regelmäßige Veröffentlichungen in der AHGZ
2009	Besemer, S. (2009): Shopping-Center der Zukunft – Planungs- und Gestaltungsaspekte in: Falk, Bernd; Bays, Wolfgang R. (Hrsg.) (2009): Shopping-Center-Handbuch. Development – Management – Marketing, Institut für Gewerbezentren, Starnberg, S. 1056-1064
2008	Besemer, Simone (2008): Verschiedene Stichwörter zum Thema Handel / Erlebnis / Gastronomie, in: Fuchs, Wolfgang; Mundt, Jörn W. und Zollondz, Hans-Dieter (Hrsg.): (2008): Lexikon Tourismus, Oldenbourg Verlag, München
2007	Besemer, Simone (2007): Shopping-Center der Zukunft. Planungs- und Gestaltungsaspekte, in: EHI Retail Institute (Hrsg.) (2007): Shopping-Center Report 2007, EHI Retail Institute, Köln, S. 1062-1070
2007	Besemer, Simone (2007): Shopping-Center der Zukunft: Planung und Gestaltung, Nachdruck, Gabler Verlag, Wiesbaden
2007	Besemer, Simone (2007): Kleine Ladenkunde, in: SchauRausch – Kunst in 50 Schaufenstern. Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas und OK Offenes Kulturhaus Oberösterreich, Folio Verlag, Wien und Bozen, S. 152-161
2007	Besemer, Simone (2007): Zukunft der Shopping-Center, in: Zukunft der Innenstadt – Herausforderungen für ein erfolgreiches Stadtmarketing – 7. Kolloquium an der Fakultät Wirtschaftswissenschaftlichen der Technischen Universität Dresden, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden, S. 124-150
2007	Besemer, Simone (2007): Die Berufsakademie Ravensburg, in: Im Oberland, Heft 18, S. 46-52
2006	Besemer, Simone (2006): Kleine Ladenkunde, in: NZZ Folio, Die Zeitschrift der Neuen Züricher Zeitung, November 2006, S. 85-87
2005	Besemer, Simone (2005): Strategische Analyse des Deutschen Shopping-Center-Marktes, Rubrik Internationales, in: German Report, Frühjahr / Sommer 2005, S. 104-107
2004	Besemer, Simone (2004): Shopping-Center der Zukunft: Planung und Gestaltung, Gabler Verlag, Wiesbaden
2004	Besemer, Simone (2004): Planung und Gestaltung von Shopping-Centern, Dissertationsschrift, Universität des Saarlandes, Juli 2004
2002	Weinberg, Peter; Besemer, Simone (2002): Direct-Marketing in der Zukunft. Appointment-Selling durch Multi-Level-Marketing-Companies aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht, in: Böhler, Heymo (Hrsg.) (2002): Marketing-Management und Unternehmens-

	führung. Festschrift für Professor Dr. Richard Köhler zum 65. Geburtstag, Schaeffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, S. 611-634
2002	Weinberg, Peter; Besemer, Simone (2002): Planning and Developing Shopping Centers from an International Point of View, in: Scholz, Christian; Zentes, Joachim (Hrsg.): (2002): Strategic Management: A European Approach, Gabler Verlag, Wiesbaden, S. 131-160
2002	Besemer, Simone (2002): Essen zwischen Kopf und Bauch, in: Ernährung und Psyche, Tagungsband zum 3. aid-Forum, Bonn, S. 42-49
2001	Weinberg, Peter; Besemer, Simone (2001): Appointment-Selling durch Multi-Level-Marketing-Companies aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht, Arbeitspapier Nr. 27 in der Reihe Konsum und Verhalten, Forschungsgruppe Konsum und Verhalten (Hrsg.), Saarbrücken, Januar 2001
2001	Weinberg, Peter; Besemer, Simone (2001): Marketing von Shopping-Centern, in: Tscheulin, Dieter K.; Helmig, Bernd (Hrsg.) (2001): Branchenspezifisches Marketing, Grundlagen – Gemeinsam Besonderheiten – Gemeinsamkeiten, Gabler Verlag, Wiesbaden, S. 515-544
1999	Weinberg, Peter; Besemer, Simone (1999): Shopping-Center in der Zukunft, in: Marketing ZFP, 21. Jg., Heft 3, S. 237-247

Auszeichnungen

Bezeichnung	Bemerkung
Otto-Beisheim-Förderpreis für die Promotionsschrift im Jahr 2005 (Preisgeld: 3.000 Euro)	Der Preis der Otto-Beisheim-Stiftung wird alle zwei Jahre an hervorragende wissenschaftliche Arbeiten mit Praxisbezug vergeben. Das Leitthema dabei lautet "Wettbewerb und Unternehmensführung."