

# Publikationen

Prof. Dr. rer.pol. Marco A. Gardini

## Monographien und Herausgeberwerke

- Digital Leadership im Tourismus – Digitalisierung und Künstliche Intelligenz als Wettbewerbsfaktor der Zukunft, Springer Gabler, Wiesbaden 2023. *(zusammen mit Sommer, G.)*
- Szenarien für den Städtetourismus in Bayern, Kempten 2023. *(zusammen mit Bauer, A., Fink, A., Jürgensmeier, H.)*
- Marketing-Management in der Hotellerie, 4.Aufl., DeGruyter, Berlin/Boston 2022.
- Leadership im Marketing - Sechs strategische Leitprinzipien als Erfolgstreiber für eine führende Markt- und Wettbewerbsposition, Springer Gabler, Wiesbaden 2021.
- The Routledge Companion to International Hospitality Management, Routledge, London/New York 2021 *(zusammen mit Ottenbacher, M., Schuckert, M.)*.
- Szenarien für den Bayerischen Tourismus 2040 - Impulse für die Zukunft, Kempten 2021. *(zusammen mit Bauer, A., Sommer, G., Fink, A.)*
- Grundlagen des Tourismus, 3. Aufl. (1. Aufl. 2010), DeGruyter, Berlin/Boston 2021. *(zusammen mit Schulz, A., Berg, W., Eisenstein, B., Kirstges, T.)*
- Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements, 3. Aufl. (1. Aufl. 2010), DeGruyter, Berlin/Boston 2020.
- Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte – Fallstudien - Best Practices, ESV, Berlin 2017.
- Tourismus – E-Tourismus – M-Tourismus: Herausforderungen und Trends der Digitalisierung im Tourismus, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Bd.20 der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V., ESV, Berlin 2017. *(zusammen mit Landvogt, M., Brysch A.)*
- Personalmanagement im Tourismus: Erfolgsfaktoren erkennen – Wettbewerbsvorteile sichern, ESV, Berlin 2014 *(zusammen mit Brysch A.)*
- Mit der Marke zum Erfolg: Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Matthaes, Stuttgart 2011.
- Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2009.
- Management- Lexikon Hotellerie und Gastronomie, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2008. *(zusammen mit Gruner, A., Buer, C., Berg, W., Maxeiner, M.)*
- Einführung in das Marketing-Management, Oldenbourg, München, Wien 2007.
- Management internationaler Dienstleistungen: Kontext-Konzepte-Erfahrungen, Gabler, Wiesbaden 2004. *(zusammen mit Dahlhoff, H.D.)*
- Qualitätsmanagement in Dienstleistungsunternehmen – dargestellt am Beispiel der Hotellerie, Peter Lang, Frankfurt/Main et al. 1997, zugl. Diss. Gießen 1996.

## Buchkapitel

- Digitalisierung im Tourismus – Tradition muss laufen lernen! in: Gardini, M.A., Sommer, G. (Hrsg.): Digital Leadership im Tourismus: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz als Wettbewerbsfaktoren der Zukunft, Springer Gabler, Wiesbaden, 2023, S.3-41 (*zusammen mit Sommer, G.*).
- Tourismus in Bayern 2040 – Impulse für die touristische Zukunft, in: Bieger, T., Beritelli, P., Laesser, C. (Hrsg.): Alpiner Tourismus in disruptiven Zeiten, Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2022/2023, ESV, Berlin, 2023, S.279-295 (*zusammen mit Bauer, A., Sommer, G., Fink, A.*).
- Brand Architecture, in: Buhalis, D. (ed.), Encyclopaedia of Tourism Management and Marketing, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2022, pp.348-352.
- Brand Portfolio, in: Buhalis, D. (ed.), Encyclopaedia of Tourism Management and Marketing Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2022, pp.362-365.
- Gastgewerbe zwischen Resilienz und Vulnerabilität, in: Rüdiger, J., Wagner, D., Dreyer, A., Stöck, A.F. (Hrsg.): Kulinarischer Tourismus und Weintourismus, Springer Gabler, Wiesbaden, 2021, S.3-10.
- Brand Relevance and Relevance of Brands in the Global Hotel Industry: A Look at Research and Practice, in: Gardini, M.A., Ottenbacher, M., Schuckert, M. (Eds.): The Routledge Companion to International Hospitality Management, Routledge. London/New York 2021, pp.246-259.
- Vom Produkt zum Kundenerlebnis: Experience-Design als innovative Methode der Dienstleistungsgestaltung, in: Pfannstiel M., Kassel K., Rasche C. (Hrsg.): Innovationen und Innovationsmanagement im Gesundheitswesen, Springer Gabler, Wiesbaden, 2020, S.493-517. (*zusammen mit Seppälä-Esser R.*)
- Marketing goes Digital – Schöne neue Welt im Tourismusmarketing? in: Bieger, T., Beritelli, P., Laesser, C. (Hrsg.): Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2018/2019, Berlin 2019, S.131-148.
- Leadership und Exzellenz im Tourismusmarketing: Was Tourismusunternehmen leisten müssen! in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte – Fallstudien - Best Practices, ESV-Verlag, Berlin 2017, S.9-38.
- Viele Marken, wenig Profil? Eine kritische Betrachtung der Markenlandschaft im Tourismus, in: Bieger, T., Beritelli, P., Laesser, C. (Hrsg.): Markt- und Branchenentwicklungen im alpinen Tourismus, Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2016/2017, Berlin 2017, S.53-69.
- Dienstleistungen mithilfe von Service Design systematisch gestalten und optimieren, in: Freyberg, B., Gruner, A., Schmidt, L. (Hrsg.): Innovationen managen in Hotellerie und Gastronomie, Matthaes, Stuttgart 2016, S.112-117.
- Zukunft Personal – Personal der Zukunft: Plädoyer für eine neue personalpolitische Agenda im Tourismus, in: Bieger, T., Beritelli, P., Laesser, C. (Hrsg.): Gesellschaftlicher Wandel als Herausforderung im alpinen Tourismus, Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2015/2016, Berlin 2016, S.99-113.
- Mit der Marke zum Erfolg - Brand Leadership in der Gastronomie, in: Böltz, M., Fladung, U., Seidl, M. (Hrsg.): Modernes Verpflegungsmanagement, Matthaes, Stuttgart 2015, S.304-326.
- Marketingexzellenz - Fünf Leadership-Prinzipien die man beherrschen sollte, in: Peinelt, V., Wetterau, J. (Hrsg.): Handbuch der Gemeinschaftsgastronomie:

Anforderungen-Umsetzungsprobleme-Lösungskonzepte, Band 1, Berlin, 2015, S.137-160.

- The Challenge of Branding and Brand Management: Perspectives from the Hospitality Industry, in: Pechlaner, H., Smeral, E. (Eds.): Tourism and Leisure: Current Issues and Perspectives of Development, Springer, Wiesbaden, 2015, S.247-268.
- Der Mitarbeiter als Erfolgsfaktor? Personalmanagement im Tourismus zwischen Anspruch und Wirklichkeit, in: Gardini, M.A., Brysch, A.A. (Hrsg.): Personalmanagement im Tourismus: Erfolgsfaktoren erkennen-Wettbewerbsvorteile sichern, ESV-Verlag, Hamburg 2014, S.35-67.
- Branding in the Hospitality Industry: Current Practices and Future Challenges, in: Zongqing, Z. (Ed.): Hospitality and Tourism Management, Series on Western Research in the Humanities and Social Sciences, Series Editor: Shuming Lu, 2014, S.187-216.
- Marken-Relaunch und strategische Markenführung, in: Pepels, W. (Hrsg.): Praxishandbuch Relaunch: Potenziale vorhandener Marken richtig ausschöpfen, Symposium Verlag, Düsseldorf, 2013, S. 119-144.
- Qualitätsimage durch integrierte Kommunikation: Möglichkeiten und Grenzen der Darstellung von Wellnessangeboten, in: Krzcal, A., Krzcal, E., Weiermair, K. (Hrsg.): Qualitätsmanagement in Wellnesseinrichtungen: Erfolg durch Kundenorientierung und hohe Standards, ESV-Verlag, Hamburg, 2011, S.61-87.
- Grundlagen des Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Mit der Marke zum Erfolg: Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Matthaes Verlag, Stuttgart 2011, S.12-67.
- The Aging Society: Strategies for Managing the Demographic Change in the Hospitality Industry, in: Bornemeyer, C., Schneider, J. (Eds.): Aging Society and its Implications on Service Marketing Approaches in the Tourism and Hospitality Industry, Bad Honnefer Schriften zum Dienstleistungsmanagement 2011, S. 101-126.
- Paradigmenwechsel in der Hotellerie - Aufbruch in die Managementmoderne? in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Frankfurt 2009, S.19-49.
- Zur Relevanz der Unternehmenskultur als Koordinations- und Integrationsmechanismus in der internationalen Konzernhotellerie, in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Frankfurt 2009, S.115-142.
- Trends und Entwicklungen in der Hotellerie – ein Ausblick, in: Trendgutachten Hospitality 2009/2010, TREUGAST International Institute of Applied Hospitality Sciences, München 2009, S.6-12.
- Internationalisierung von Dienstleistungen - Reflexionen zur Multikulturalität internationaler Dienstleistungskontexte, in: Gardini, M.A., Dahlhoff, H.D. (Hrsg.): Management internationaler Dienstleistungen: Kontext-Konzepte-Erfahrungen, Wiesbaden 2004, S.11-35.
- Einflussfaktoren der Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung in Professional Service Firms – eine empirische Untersuchung am Beispiel von IT-Professionals der IBM Schweiz, in: Gardini, M.A., Dahlhoff, H.D. (Hrsg.): Management internationaler Dienstleistungen: Kontext-Konzepte-Erfahrungen, Wiesbaden 2004, S.393-414.(zusammen mit Stefan Vogel)
- Hochschulen im globalen Wettbewerb der MBA-Anbieter, in: Brackmann, H.J., Kran, D. (Hrsg.): Der MBA-Guide 2004, München 2004, S.35-42.
- Die Globalisierung von Telekommunikationsunternehmen – dargestellt am Beispiel der Deutschen Telekom AG, in: Holtbrügge, D. (Hrsg.): Management in

Multinationalen Unternehmungen, Festschrift zum 60. Geburtstag von Martin K. Welge, Berlin 2003, S.121-137. *(zusammen mit Böttcher, R.)*

- TQM und Personalmanagement - strategische Herausforderung für die Hotellerie, in: Feuchthofen, J.E., Sievering, E. (Hrsg.): Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement in der Weiterbildung, Neuwied, Kriftel, Berlin, 1995, S.282-305.

### **Beiträge in Wissenschaftlichen Journals und Konferenzen (Peer Reviewed)**

- Overtourism aus Sicht der einheimischen Bevölkerung: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse einer Fallstudie aus dem Allgäu, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, Jg.14, H.1, 2022, S.1-21. *(zusammen mit Bauer, A., Skock, A.)*
- Overtourism im Spannungsverhältnis zwischen Akzeptanz und Aversion, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaften, Jg.12, H.1, 2020, S.88-114. *(zusammen mit Bauer, A., Skock, A.)*
- Corona – der Kairos-Moment der Tourismusindustrie?, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaften, Jg.12, H.1, 2020, S.2-6.
- The Role of Brands and Branding in the Hotel Industry: Insights from a Systematic Literature Review, EuroChrie Conference Proceedings, 2018, 7-9 November 2018, Dublin, Ireland.
- Zur Kontextualisierung der Unternehmenskultur als Führungsgröße international operierender Hotelunternehmen: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse, Zeitschrift für Tourismuswissenschaften, Jg.10, H.2, 2018, S.185-210.
- Academia Versus Practice? Toward a Debate on the Value of Academic Education in the German-Speaking Hospitality Industry, in: Journal of Hospitality & Tourism Education, Vol.30, (4), 2018, pp.250-256.
- Evidenzen und Realitäten im Markenmanagement in der Hotellerie, in: Ehlen, T., Scherhag, K. (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie – Innovationen und Trends, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Tagungsband der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. im Rahmen der 20. Jahrestagung der DGT an der Hochschule Worms vom 10. bis 11. November 2016, Berlin 2018, S.191-203.
- Evolution oder Revolution? – Tourismusmarketing in der digitalen Welt, in: Landvogt, M., Brysch A., Gardini, M.A. (Hrsg.): Tourismus – E-Tourismus – M-Tourismus: Herausforderungen und Trends der Digitalisierung im Tourismus, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Tagungsband der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. im Rahmen der 19. Jahrestagung der DGT an der Hochschule Kempten vom 9. bis 11. November 2015, Berlin 2017, S.43-52.
- Zwischen Tradition und Managementmoderne - Zur Relevanz der akademischen Ausbildung in der deutschsprachigen Hospitality-Industrie, in: ZfTW - Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, Jg.8, Nr.1, 2016, S.3-22.
- Personalmanagement im Tourismus zwischen theoretischen Anforderungen und betrieblicher Realität: Eine kritische Bestandsaufnahme, in: ZfTW - Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, Jg.6, Nr.1, 2014, S.57-73.
- Outsourcing Services to other Firms: A Framework for the Analysis of Consumer Satisfaction, in: Proceedings of the 10th International Research Seminar in Service Management, La Londe Conference, La Londe les Maures, France, May 27-30, 2008, p. 39-57. *(zusammen mit Böttcher, R.)*

- @ Your Service – A study on the online sales efficiency of upscale and luxury hotels in Germany, Switzerland and Austria, in: Advances in Hospitality and Leisure, Volume 3, 2007, S.177-196.
- Determinants of Consumer Satisfaction in B2B Industries: An Analytical Framework, in: The Academy of Management Annual Meeting – Knowledge, Action and Public Concern, Atlanta, Georgia – August 11-16, 2006 (*zusammen mit Böttcher, R.*)
- Zum Management von Kundenzufriedenheit in der Hotellerie: Ein prozessualer Ansatz zur Modellierung kundenorientierter Dienstleistungen, in: Tourismus Journal – Zeitschrift für tourismuswissenschaftliche Forschung und Praxis, 3.Jg., H.1, 1999, S.5-29.

### **Beiträge in wissenschaftsbasierten Fachzeitschriften (peer-review oder editorial review)**

- Führung gehört die Zukunft, in: Personalwirtschaft, H.6, 2023, S.8-9.
- Beyond Purpose: Von der Haltung zur Handlung, in: Markenartikel, 83.Jg., H.10, 2021, S.100-103.
- Lost in Translation – Warum Marketingtheorie und Marketingpraxis oftmals keine Freunde sind, in: Absatzwirtschaft, H.10, 2021, S.50-52.
- Overtourism als Forschungsgegenstand der Tourismuswissenschaft und praktische Herausforderung für die Tourismusindustrie, in: WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium - Zeitschrift für Studium und Forschung, Jg.49, H.11, 2020, S.10-14 (*zusammen mit Bauer, A.*)
- Overtourism – eine Studie aus Sicht des Reisenden, in: Tourismus Wissen Quarterly, April 2019, S.99-103. (*zusammen mit Bauer, A.*)
- Fünf-Sterne-Hotel auf Sparkurs, Expert View, Harvard Business Manager, Juli 2015, S.88.
- Mythos Hotelmarke: Zwischen Anspruch und Wirklichkeit, in: Markenartikel, 75. Jg., H.8, 2013, S.62-65.
- Strategische Markenführung in der Hotellerie in: TourHP, Heft 6, 2009, S.6-13.
- Vom Produktkonzept zur Markenidentität: Markenbildung in der Hotellerie, in: TourHP, Heft 5, 2009, S.14-20.
- Die Botschaft der Hotelmarke, in: TourHP, Heft 3, 2009, S.6-11.
- Marken zwischen Schein und Sein, in: TourHP, Heft 2, 2009, S.6-10.
- Hotelmanagement: Erhöhte Anforderungen erzwingen Perspektivenwechsel, Teil II, in: TourHP, Heft 8, 2008, S.6-8.
- Hotelmanagement: Erhöhte Anforderungen erzwingen Perspektivenwechsel, Teil I, in: TourHP, Heft 7, 2008, S.7-10.
- Marke statt Sterne, in: Absatzwirtschaft - Science Factory, H.1, 2006, S.1-4.
- MBA – die Testate renommierter US-Schulen sind begehrt, in: Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, 45.Jg., H.5, 2002, S.98-100.
- Menschen machen Marken - Dienstleister müssen ihre Markenperspektive erweitern, in: Markenartikel, 63.Jg., H.6, 2001, S.30-45.
- Das Management globaler Synergien, in: Gabler's Magazin, 12.Jg., H.3, 1999, S.18-21. (*zusammen mit Böttcher, R.*)
- Service-Garantien für Dienstleistungen, in: Marketing Journal, 32.Jg., H.3, Juni/Juli, 1999, S.160-166.

- Total Quality Management - Revolution, Modeerscheinung, Managementkonzept? in: GdWZ - Grundlagen der Weiterbildung, 6.Jg., H.3, 1995, S.138-140.
- TQM und das Management von Qualität in Dienstleistungsunternehmen - Managementkonzepte im Spiegel der betriebswirtschaftlichen Literatur, in: GdWZ - Grundlagen der Weiterbildung, 6.Jg., H.3, 1995, S.152-155.
- Qualitätsmanagement in Industrie und Dienstleistung, in: GdWZ - Grundlagen der Weiterbildung, 5.Jg., H.1, 1994, S.22-25.
- Integriertes Qualitätsmanagement in der Hotellerie, in: Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr (Hrsg.): Jahrbuch für Fremdenverkehr, 38. Jg., München 1994, S.71-92.

### **Beiträge in Publikumszeitschriften, Zeitungen, Sozialen Medien**

- New Work braucht nicht weniger, sondern mehr Führung, in: Cost&Logis, 25.Jg., H.4, 2023, S.6-8.
- Digitale Transformation – Leadership ist gefragt, in: Cost&Logis, 24.Jg., H.8, 2022, S.6-8.
- Strategie statt Taktik – Was wirklich zählt, in: Top Hotel, Heft 9, 2022, S.46.
- Was echte Beziehungsqualität ausmacht!, in: Top Hotel, Heft 7/8, 2022, S.46.
- Kundenerleben zahlt sich aus!, in: Top Hotel, H.6, 2022, S.30.
- Erfolgsfaktor HR, in: Top Hotel, H.4/5, 2022., S.34
- Warum Unternehmen oftmals keine Kundenversther sind, in: Absatzwirtschaft, <https://www.absatzwirtschaft.de/diagnose-beziehungsunfaehig-warum-unternehmen-oftmals-keine-kundenversther-sind-185060/> vom 11.2.2022.
- Letzte Ausfahrt Personal – Warum die Zukunft des Gastgewerbes im Personal-Management geschrieben wird, in: Cost&Logis, 26.Jg., H.1, 2022, S.6-7.
- Warum Corona den Tourismus besser machen kann, in: Hotel & Touristik, H.12, 2020, S.30-31.
- Corona kann uns besser machen! in: Tophotel, H.11, 2020, S.46-47.
- Corona zwingt uns zu einem Blick in den Spiegel, in: Cost&Logis, 24.Jg., H.11, 2020, S.14-15.
- COVID-19: Is the Tourism Industry at a Crossroads?, in: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4099269.html>, vom 18.06.2020.
- Die Zukunft des Tourismus beginnt jetzt, Gastkommentar, <https://stammgast.online/news/detail/gastkommentar-die-zukunft-des-tourismus-beginnt-jetzt.html> vom 5.06.2020.
- Die Zukunft beginnt jetzt, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung vom 23. Mai 2020, S.20.
- Die Tourismuszukunft beginnt genau jetzt, in: fvw, H.5, 54.Jg., vom 22.Mai 2020, S.43.
- Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft, in: Cost&Logis, 24.Jg., H.5, 2020, S.24.
- Verkauft sich die deutsche Hotellerie unter Wert, Herr Professor Gardini? in: Cost&Logis, 22.Jg., H.11, November 2018, S.12-13.
- Leadership und Exzellenz im Marketing: Was Hotels leisten müssen, in: Tophotel, H.1/2, 2017, S.22.
- Charakter statt Klon, in: First Class, 24.Jg., H.11, November 2016, S.3.
- Die verkaufte Seele, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung vom 29. Oktober 2016, S.8.

- Leere Worthülse, in: Cost & Logis, 20.Jg., H.12, 28.Oktober 2016, S.4.
- Service Design statt cooler Look, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung vom 21.11.2015, S.8.
- Macht gute Personalarbeit, in: Personal & Entwicklung in der Touristik, August 2015, S.9.
- Zukunft Personal - Personal der Zukunft, in: fww, H.10, 49.Jg., 8.5.2015, S.8-9.
- Aufwachen aus dem Dornröschenschlaf, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung vom 8.11.2014, S.8.
- Viele Marken, wenig Botschaft, in: First Class Supplement Marken in Deutschland, H.12, 2013, S.4-6.
- Dem richtigen Gast, das Richtige bieten, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung, vom 5. April 2011, S.3
- Gutes Geld für gute Mitarbeiter, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung vom 11.12.2010, S.8
- Zug um Zug zum Erfolg, in: First Class Supplement „Marken in Deutschland“, H.12, 2009, S.4-5.
- Die Zauberformel im Hotelmarketing, in: hottelling, H.3, 2006, S.6-8.
- Jeder Klick kann Umsatz sein – die Hotellerie nutzt das Vertriebspotenzial ihres Internetauftritts nicht effektiv genug, in: AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung, 18. Februar 2006, S.18.
- Nutzen Sie das Vertriebspotenzial ihrer Website? - Hotelunternehmen müssen die Optimierung ihrer Online-Vertriebseffizienz vorantreiben, in: hottelling, H.10, 2005, S.16-17.
- Amerikas Business Schools erobern die Welt – Deutsche Anbieter sind nur begrenzt gerüstet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2. September 2002, Nr. 203, S.20.
- In länderübergreifenden Synergien liegt der Erfolg, in: DIHT- Deutscher Industrie- und Handelstag (Hrsg.): DIHT-Artikeldienst, Nr.1, Bonn, 1999, S.28-31. (Zusammen mit Böttcher, R.)
- Kundenorientierung messbar umsetzen - Implementierungslücke im Maschinen- und Anlagenbau, in: Blick durch die Wirtschaft, 15.Mai 1998, Nr.93, S.5.
- Qualität total! in: NGZservice manager - Neue Gastronomische Zeitung, H.3, 1994, S.94-99.

### **Rezensionen und Lexika-Einträge**

- Handbook of Human Resource Management in the Tourism and Hospitality Industries, Ronald J. Burke and Julia C. Hughes (Editors), in: Tourism Analysis, Vol. 24, 2019, pp.259–260. (Rezension)
- Diverse Lexika-Einträge, in: hospitality inside, Hospitality ABC, 2009-2019.
- Diverse Lexika-Einträge, in: Gruner, A., Gardini, M.A., Buer, C., Berg, W., Maxeiner, M.: Management- Lexikon Hotellerie und Gastronomie, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2008.
- Besser - schneller - schlanker: TQM-Konzepte in der Unternehmenspraxis, Mehdorn, H., Töpfer, A. (Hrsg.), Luchterhand Verlag, Neuwied 1994, in: GdWZ - Grundlagen der Weiterbildung, 6.Jg., H.1, 1995, S.56. (Rezension)
- Business Reengineering: Die Radikalkur für das Unternehmen, Hammer, M., Champy, J., Campus Verlag, Frankfurt/Main, New York 1994; in: GdWZ - Grundlagen der Weiterbildung, 6.Jg, H.2, 1995, S.119. (Rezension)