

# KOMMUNIKATION 3.0

agile communication & communication in agile environments

## Sascha Demarmels – Publikationen – Workshops – Referate

- ∞ Fachbücher
- ∞ Referate und Workshops für die Praxis
- ∞ Artikel und Aufsätze für die Praxis
- ∞ Wissenschaftliche Bücher
- ∞ Aufsätze für die Wissenschaft
- ∞ Rezensionen
- ∞ Referate für die Wissenschaft
- ∞ Romane

### upcoming

- Referat      gemeinsam mit Rafael Huber: „*Take a more relaxed approach to collaboration with Emotional Hacks.*“ Teamboostday 2020, 3. November 2020, Baden.
- Aufsatz      gemeinsam mit Reto Kessler und Vera Calenbuh: „*Förderung einer Arbeitskultur der Selbstorganisation und Partizipation – Fallbeispiele zu einem spielerisch-experimentellen Ansatz. Ein Praxisbeitrag.*“ In: S. Wörwag & A. Cloots (Hgg.) *Arbeitskulturen im Wandel.* Wiesbaden: Springer, 2020.

### Highlights

- Sachbuch      *Agilität & Kommunikation. Agile Kommunikation und Kommunikation im agilen Kontext.* Zürich: Versus und Nomos, 2019.
- Workshop      *Konflikte Lösen im agilen Kontext.* Agile Beyond IT, 12. bis 14. März 2019, Berlin.
- Referat      *Why communication is crucial in an agile environment and how we can communicate in an agile way.* Agile Tour Zürich, 24. November 2018, Zürich.
- Workshop      gemeinsam mit Alexandra Thieme: *Kommunikation im agilen Kontext. Konflikte, Entscheidungen und Transformation.* CH Open Workshop-Tage, 13. September 2018, Zürich.
- Referat      *Agile Kommunikation – Wann sind wir wirklich auf Augenhöhe?* Agile Talks Day 18, 7. Juni 2018, Hamburg.
- Referat      *Agile Kommunikation – Bin ich auf Augenhöhe?* Meetup Agile HR, 3. Mai 2018, Zürich.
- Workshop      gemeinsam mit Alexandra Thieme: *Kommunikation im agilen Umfeld: Aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze.* Workshop an der 9th Lean, Agile & Scrum Conference (LAS), Zürich, 14. September 2017.
- Lehrbücher      gemeinsam mit Bruno Frischherz, Adrian Aebi & Sylvia Bendel Larcher: *Erfolgreiche Gespräche. vorbereiten – führen – auswerten.* Zürich: Versus, 2. Auflage, 2017.
- gemeinsam mit Bruno Frischherz & Adrian Aebi: *Wirkungsvolle Reden und Präsentationen. vorbereiten – halten – auswerten.* Zürich: Versus, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage, 2017.

**Fachbücher**

- 2019 Agilität & Kommunikation – Agile Kommunikation und Kommunikation im agilen Kontext. Zürich: Versus und Nomos.
- 2017 gemeinsam mit Bruno Frischherz, Adrian Aebi & Sylvia Bendel Larcher: Erfolgreiche Gespräche. vorbereiten – führen – auswerten. Zürich: Versus, 2. Auflage.
- 2017 gemeinsam mit Bruno Frischherz & Adrian Aebi: Wirkungsvolle Reden und Präsentationen. vorbereiten – halten – auswerten. Zürich: Versus, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage.

**Referate und Workshops für die Praxis**

- 2020 gemeinsam mit Reto Kessler: „Wie gelingt Kulturveränderung? – Good Practice: Ein spielerisch-experimenteller Ansatz, erfahrbar gemacht anhand eines Fallbeispiels mit Soziokratie 3.0.“ HR Panel „New Work“: 3. St. Galler New Work Forum, 8. Januar 2020, St. Gallen.
- 2019 „Agile Communication Tools.“ Workshop. European Academy for Taxes, Economics, and Law: Strategic Communications Congress for Research / Higher Education Institutions, 28th to 30th October 2019, Berlin.
- 2019 "Wie man Menschen zur Zusammenarbeit verführt..." AgileTalksDay19, 17. September 2019, Hamburg.
- 2019 „Konflikte Lösen im agilen Kontext.“ Workshop. Agile Beyond IT, 12. bis 14. März 2019, Berlin.
- 2018 „Why communication is crucial in an agile environment and how we can communicate in an agile way.“ Talk. Agile Tour Zürich, 24. November 2018, Zürich.
- 2018 gemeinsam mit Alex Thieme: „Kommunikation im agilen Kontext. Konflikte, Entscheidungen und Transformation.“ Workshop. CH Open Workshop-Tage, 13. September 2018, Zürich.
- 2018 „Agile Kommunikation – Wann sind wir wirklich auf Augenhöhe?“ Referat. Agile Talks Day 18, 7. Juni 2018, Hamburg.
- 2018 „Agile Kommunikation – Bin ich auf Augenhöhe?“ Interaktives Referat. Meetup Agile HR, 3. Mai 2018, Zürich.
- 2017 gemeinsam mit Alexandra Thieme: „Kommunikation im agilen Umfeld: Aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze.“ Workshop an der 9th Lean, Agile & Scrum Conference (LAS), Zürich, 14. September 2017.
- 2016 „Klartext: Was neben Klarheit sonst noch nötig ist für die Verständigung oder: Die Verarbeitungsmotivation als Schlüssel für verständliche Texte.“ Vortrag im Rahmen der Fachkonferenz „Klartext! Damit alle mitreden, mitarbeiten, mitentscheiden können.“ von capito Hamburg, nueva Hamburg und atempo. 7. Oktober 2016, Hamburg.
- 2016 „,Fände ich eine gute Idee, wenn ich Stromprodukte aus erneuerbaren Energien wählen könnte‘ – Wenn Informationen zu Stromprodukten nicht gelesen werden“ Vortrag und Workshop im Rahmen des EVU-Events „Market meets Science“. 14. Juli 2016, Bern.
- 2015 „Information oder Manipulation? Abstimmungskampagnen im Kanton Solothurn.“ Vortrag und Gesprächsrunde. Rahmenprogramm zur Machtausstellung im Museum Blumenstein. 3. März 2015, Solothurn.
- 2015 „Respektvolle Kommunikation“. 2-tätiges Modul im Rahmen des Executive-Programm Philosophie + Management der Universität Luzern.
- 2014 „Respektvoll kommunizieren“ Netzwerktreffen Kaderfrauen Campus Luzern, 28. Oktober 2014, Luzern.
- 2013 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: „Promoting Green Power – Influence of Attitudes, Comprehensibility, and Involvement on Persuasion in the Context of Renewable Electricity Products.“ European Association of Work and Organizational Psychology eawop. 22. bis 25. Mai 2013, Münster.

- 2011 „Verständliche Kommunikation in der Ökostromvermarktung – Erfahrungen aus Forschungstätigkeit und Praxis.“ Neues aus dem Ökostrommarkt – Marktentwicklungen und Erfolgsfaktoren der Vermarktung. Fachtagung des Verbands Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen VSE, 26. Oktober 2011, Aarau / Olten.
- 2010 Organisation und Moderation des Panels „Interaktion/Involvement – Die Wahrnehmung der Nutzer“ an der Konferenz „Inside Out-of-Home-Displays“ zum Thema „Interaktivität – Interaktion – interaktive Erlebnisse“. 17. November 2010, Luzern.

### Artikel und Aufsätze für die Praxis

- 2020 gemeinsam mit Reto Kessler und Vera Calenbuhr: „Förderung einer Arbeitskultur der Selbstorganisation und Partizipation – Fallbeispiele zu einem spielerisch-experimentellen Ansatz. Ein Praxisbeitrag.“ In: S. Wörwag & A. Cloots (Hgg.) *Arbeitskulturen im Wandel*. Wiesbaden: Springer.
- 2017 gemeinsam mit Vinzenz Rast: Wissenschaftsfundiertes Rhetoriktraining. Beispiele aus der Praxis. In: Marcel Dräger & Martha Kuhnhenh (Hgg.): *Sprechen in Rede, Gespräch und Kommunikation. Linguistisches Wissen in der Kommunikationsberatung*. Frankfurt a. M.: Lang, S. 113–129.
- 2016 gemeinsam mit Sonja Kolberg: Die Verständlichkeit von Marketingtexten für Finanzprodukte und ihr Einfluss auf Glaubwürdigkeit und Vertrauen. In: Marcus Reinmuth, Inga Ellen Kastens und Patrick Vosskamp (Hgg.): *Kommunikation für Banken und Versicherer. Krisen bewältigen, Vertrauen schaffen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 71–86.
- 2016 Aspekte der Verständlichkeit von Fachsprache im Marketingbereich. In: Inga Ellen Kastens und Albert Busch (Hgg.): *Handbuch Wirtschaftskommunikation. Interdisziplinäre Zugänge zur Unternehmenskommunikation*. Tübingen: A. Francke, S. 214–238.
- 2014 gemeinsam mit Dorothea Schaffner & Sonja Kolberg: Verständlichkeit von Stromprodukten aus erneuerbarer Energie. Erkenntnisse aus einem Forschungsprojekt der Hochschule Luzern. In: *Bulletin, Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von electro-suisse und VSE*, 1/2014, S. 17–19.
- 2014 gemeinsam mit Dorothea Schaffner & Sonja Kolberg: Stromkunden erwarten Klartext. In: *kommunal magazin* 2/2014, S. 48–50.
- 2014 gemeinsam mit Roger Wehrli, Julianna Priscin, Dorothea Schaffner, Jürg Schwarz, Fred Truniger & Jürg Stettler: *How to communicate sustainable tourism products to customers: results from a choice experiment*. In: *Current Issues in Tourism*.
- 2013 gemeinsam mit Dorothea Schaffner, Sonja Kolberg & Anja Janoschka: *Ökopower oder Naturstrom? Handlungsempfehlungen für eine verständliche Marketingkommunikation von Stromprodukten aus erneuerbaren Energien*. Luzern: o.V.
- 2013 gemeinsam mit Roger Wehrli, Julianna Priskin, Sonja Kolberg, Dorothea Schaffner, Jürg Schwarz, Fred Truniger & Jürg Stettler: *How to Communicate Sustainable Tourism Products Effectively to Customers. An explorative study presented at the World Tourism Forum Lucerne 2013: Summary of selected results*. Luzern: o.V.
- 2013 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: Verständliches Marketing für Strom aus erneuerbaren Quellen. Erkenntnisse aus einem Forschungsprojekt der Hochschule Luzern – Wirtschaft. In: *Bulletin, Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von electrosuisse und VSE*, 1/2013, S. 8–11.
- 2012 gemeinsam mit Mattes Fleck, Seraina Mohr & Sandra Schleiss: „Erfolgreich kommunizieren in den Social Media. Ein Sprachleitfaden für die Unternehmenskommunikation auf Facebook.“ Luzern: o.V.

### Wissenschaftliche Bücher

- 2018 gemeinsam mit Dorothea Schaffner, Sonja Kolberg, Matthias Albisser, Esther Federspiel, Ursula Stalder, Anja Janoschka & Ursina Kellerhals: *Verständliche Vermarktung von Strom aus erneuerbaren Energien. Kommunikationsstrategien und Handlungsempfehlungen*. Wiesbaden: Springer Gabler.

- 2011 gemeinsam mit Wolfgang Kesselheim, Herausgeberin: Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln. Wiesbaden: VS.
- 2009 Ja. Nein. Schweiz. Schweizer Abstimmungsplakate im 20. Jahrhundert. Konstanz: Universitätsverlag (UVK). (Dissertation)

### Aufsätze für die Wissenschaft

- 2019 gemeinsam mit Monika Simon: Frauen auf der Jagd im Werbendschungel: Gejagte oder Jägerinnen? – Zum Einsatz und zur Akzeptanz von Stereotypen jenseits von Sprach- und Kulturgrenzen. Adaptionstrategien in der Schweizer Marketing-Kommunikation am Beispiel von Genderdarstellungen in Publikumszeitschriften. In: Nina Janich (Hg.): Stereotype in Marketing und Werbung. Interdisziplinäre Perspektiven auf kulturspezifische Wissenspräsentationen. Wiesbaden: Springer VS, S. 157–178.
- 2018 gemeinsam mit Matthias Albisser, Sonja Kolberg, Esther Federspiel & Dorothea Schaffner: Wie man die Verarbeitungsmotivation für komplexe Stromprodukte erhöhen kann. In: Florian U. Siems & Marie-Christin Papen (Hgg.): Kommunikation und Technik. Ausgewählte neue Ansätze im Rahmen einer interdisziplinären Betrachtung. Wiesbaden: Springer VS, S. 259–283.
- 2018 gemeinsam mit Sonja Kolberg & Ursina Kellerhals: How Language Sets Imagination in Motion: A Phenomenological Approach to the Reading of Promotional Texts in the Tourist Industry. In: Gudrun Held (Hg.): Strategies of Adaptation in Tourist Communication. Linguistic Insights. Leiden / Boston: Brill, S. 37–53.
- 2017 gemeinsam mit Anja Janoschka & Dorothea Schaffner: Verständliche Kommunikation – eine Herausforderung im Schweizer Strommarkt. In: Nicole Rosenberger & Ulla Kleinberger (Hgg.): *Energiediskurs. Perspektiven auf Sprache und Kommunikation im Kontext der Energiewende*. Bern: Lang, S. 123–148.
- 2017 „Gesucht: Assistentin oder Sekretär der Geschäftsleitung“ – Gendersensitive Formulierungen in Stellenanzeigen aus der Perspektive der Textsorte. In: Martin Nielsen, Karin Luttermann & Magdalène Lévy-Tödter (Hgg.): *Stellenanzeigen als Instrument des Employer Branding in Europa. Interdisziplinäre und kontrastive Perspektiven*. Wiesbaden: Springer, S. 249–270.
- 2016 Posters and Placards. In: Kathrin Fahlenbach, Martin Klimke & Joachim Scharloth (Hgg.): *Protest Cultures: A Companion*. New York: Berghahn Books, S. 233–242.
- 2016 gemeinsam mit Ursina Kellerhals, Richard Abplanalp, Douglas MacKavett, Monika Simon & Roger Wehrli: Measuring Meaning: Culture-Specific Differences in the Linguistic Evolution of Emotionality and Rationality. In: *Journal of Research Design and Statistics in Linguistics and Communication Science (JRDS)*, 2.1/2015, S. 53–74.
- 2016 gemeinsam mit Dorothea Schaffner, Esther Federspiel & Sonja Kolberg: Zu viel Information, zu wenig Unterhaltung? Wie man sein Zielpublikum dazu bringt Marketingtexte für nachhaltige Produkte zu lesen. In: Christopher M. Schmidt (Hg.): *Crossmedia-Kommunikation in kulturbedingten Handlungsräumen. Mediengerechte Anwendung und zielgruppenspezifische Ausrichtung*. Wiesbaden: Springer, S. 79–91.
- 2015 gemeinsam mit Dorothea Schaffner & Uta Jüttner: Promoting biodiversity: do consumers prefer feelings, facts, advice or appeals? In: *Journal of Consumer Marketing* 32/4, S. 266–277.
- 2015 Von Fischgängigkeit, ökologischen Aufwertungsmaßnahmen und erneuerbaren Volversorgungsprodukten – Versteckte Fachwörter in unserem Alltag. In: Jörg Kilian & Jan Eckhoff (Hgg.): *Deutscher Wortschatz – beschreiben, lernen, lehren. Beiträge zur Wortschatzarbeit in Wissenschaft, Sprachunterricht, Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Lang (=Germanistik, Didaktik, Unterricht, 13), S. 383–400.
- 2015 gemeinsam mit Barbara Taufer: Ein Sommer voller lebendiger Traditionen. Vermarktung im Schweizer Tourismus. In: Marc-Antoine Camp, Sabine Eggmann & Barbara Taufer (Hgg.): *Reiseziel: Immaterielles Kulturerbe. Ein interdisziplinärer Dialog*. Zürich: Chronos, S. 191–204.

- 2014 Alles ist Kommentar. Die Hybridisierung von journalistischen Textsorten mit bewertenden Elementen. In: Stefan Hauser & Martin Luginbühl (Hgg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern: Peter Lang Verlag, S. 143–159.
- 2014 gemeinsam mit Jürg Schwarz, Dorothea Schaffner & Roger Wehrli: Nachhaltigkeit für die Allgemeinheit: Eine Frage von Emotionalität oder Rationalität? In: Clemens Schwender, Daniela Schlütz & Guido Zurstiege (Hgg.): *Werbung im sozialen Wandel*. Köln: Halem-Verlag, S. 129–141.
- 2013 Als ob die Sinne erweitert würden... Augmented Reality als neue semiotische Ressource in der multimodalen Kommunikation? In: Ernest W.B. Hess-Lüttich & Daniel H. Rellstab (Hgg.): *Als ob: Repräsentation als virtuelle Praxis* (=Kodikas/Code. Ars Semeiotica 34, 3/4), S. 329–342.
- 2013 gemeinsam mit Anja Janoschka: Nachhaltigkeits-Marketing in der Strombranche: Abstrakte Begriffe verständlich kommuniziert? In: Martin Nielsen, Iris Rittenhofer, Marianne Grove Ditlevsen, Sophie Esmann Andersen & Irene Pollach (Hgg.): *Nachhaltigkeit in der Wirtschaftskommunikation*. Wiesbaden: Springer, S. 71–91.
- 2013 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: Die Wirkung von Verständlichkeit in der Marketingkommunikation für erklärungsbedürftige Güter. In: Thomas Schierl & Jörg Tropp (Hgg.): *Wert und Werte der Marketingkommunikation*. Köln: Herbert von Halem, S. 73–91.
- 2012 Als ob die Sinne erweitert würden... Augmented Reality und Emotionalisierung. In: *Themenheft zu IMAGE 16, Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft: Semiotik*. <http://www.gib.uni-tuebingen.de/image?function=fnArticle&showArticle=212>
- 2012 'Meiner Meinung nach kann man das so oder anders sehen.' – Der journalistische Kommentar als Lernziel an einer Wirtschaftshochschule. In: Hartmut E. H. Lenk & Mario Vesalainen (Hgg.): *Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar*. Hildesheim/Zürich/New York: Olms, S. 191–213.
- 2012 gemeinsam mit Anja Janoschka: Ökostrom oder Naturpower? Verständlichkeit als Zeichen für Qualität in der Marketingkommunikation. In: Hannes Haas & Katharina Lobinger (Hgg.): *Qualitäten der Werbung – Qualitäten der Werbeforschung*. Köln: Halem, S. 245–264.
- 2012 'Gefällt Ihnen die Frisur des Preisüberwachers?' Originelle Textsorten in Gratiszeitungen. In: Christian Grösslinger, Gudrun Held & Hartmut Stöckl (Hgg.): *Presstextsorten jenseits der ‚News‘: Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität* (=sprache im kontext, Bd. 38), S. 197–210.
- 2011 gemeinsam mit Wolfgang Kesselheim: Wirtschaftstextsorten im Schnittpunkt von Praxis, Lehre und Wissenschaft. In: Sascha Demarmels & Wolfgang Kesselheim (Hgg.): *Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 9–18.
- 2011 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: Gendersensitive Sprache in Unternehmenstexten. In: Sascha Demarmels & Wolfgang Kesselheim (Hgg.): *Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 98–120.
- 2010 Bildmuster in der Werbung. In: Martin Luginbühl & Daniel Perrin (Hgg.): *Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text*. Bern: Peter Lang Verlag (=Sprache in Kommunikation und Medien, Bd. 2), S. 217–251.
- 2010 FanVids auf YouTube – Metamorphosen als kulturelle Praktik. In: Hartmut Stöckl (Hg.): *Mediale Transkodierungen. Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton*. Heidelberg: Winter Verlag (=Wissenschaft und Kunst, Bd. 17), S. 253–266.
- 2010 Was misst man eigentlich, wenn man Verständlichkeit misst? In: Esther Galliker & Andrea Kleinert (Hgg.): *Messen in der Linguistik*. Hohengeren: Schneider-Verlag (=Sprachlernen Konkret! Angewandte Linguistik und Sprachvermittlung, Bd. 9), S. 105–121.

- 2009 Productplacement – Zeichen der Wirtschaft in der Unterhaltung.“In: Klaus M. Bernsau (Hg.): *Güter, Geld und gute Worte./Products, Pennies and Promotions. Ergebnisse der Sektion Wirtschaft und Semiotik des 12. internationalen Kongresses der deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS e.V.)*. Saarbrücken: Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften SVH, S. 89–101.
- 2009 Die Darstellung des Bösen auf politischen Plakaten.“In: Thomas Petersen & Clemens Schwender (Hgg.): *Visuelle Stereotype*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 31–42.
- 2009 gemeinsam mit Dorothea Schaffner & Anja Janoschka: Effektive marketing communication for sustainable energy: The impact of linguistic and psychological factors and their interplay on consumer decision making. *8th Biennial Conference of Environmental Psychology*. Zürich: Pabst, S. 96.
- 2008 Die Produktwerbung von Valsерwasser – Eine Globalisierungsgeschichte? In: Sylvia Bendel & Gudrun Held (Hgg.): *Werbung grenzenlos. Interkultureller Blick auf multimodale Gestaltungskonzepte aktueller Werbetexte*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag (=Sprache im Kontext 31), S. 191–209.
- 2008 Die Beeinflussung von Bürgerinnen und Bürgern durch Emotionalisierung in der Politik. In: Hermann Cölfen, Jan ten Thije & Carmen Spiegel (Hgg.): *Multilingualism – Applied Linguistics Approaches*. Duisburg: Universitätsverlag Rhein-Ruhr (UVR), S. 39–51.
- 2007 Code- und Medienwandel. Eine exemplarische Betrachtung am Beispiel von politischen Plakaten. In: Ernest W. B. Hess-Lüttich (Hg.): *Media systems – their evolution and innovation* (=Kodikas/Code. Ars Semeiotica 29/4), S. 397–410.
- 2007 Konvergenz und Divergenz im Text-Bild-Design von politischen Plakaten. In: Kersten Sven Roth & Jürgen Spitzmüller (Hgg.): *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz: Universitätsverlag (UVK), S. 143–160.
- 2006 Die Tradition des politischen Plakates im Zeitalter des Internets. Politische Werbung gestern und heute. In: Herbert Arlt (Hg.): *Trans*, Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaft.  
[http://www.inst.at/trans/16Nr/07\\_1/demarmels16.htm](http://www.inst.at/trans/16Nr/07_1/demarmels16.htm)
- 2006 Funktion des Bildstils von politischen Plakaten. Eine historische Analyse am Beispiel von Abstimmungsplakaten. In: Martina Plümacher & Klaus Sachs-Hombach (Hgg.): *Bild-Stil: Strukturierung der Bildinformation* (=Themenheft zu IMAGE 3, Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft), S. 92–126.  
<http://www.gib.uni-tuebingen.de/image?function=fnArticle&showArticle=83>
- 2005 Emotionalisierungs-Strategien auf Schweizer Abstimmungsplakaten im 20. Jahrhundert. In: Paul Michel (Hg.): *Unmitteilbarkeit. Gestaltung und Lesbarkeit von Emotionen*. Zürich: PANO Verlag (=Schriften zur Symbolforschung 15), S. 287–317.
- 2003 Linguistische Analyse von Abstimmungsplakaten unter besonderer Berücksichtigung der Strategien zur Emotionalisierung. In: *Zürcher Studien zur Medienkommunikation ZSMK*.

## Rezensionen

- 2015 Rezension: Hauser, S., Kleinberger, U. & Roth, K. S. (Hgg.)(2014). *Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen in der diachronen Text(sorten)linguistik*. Bern: Lang. In: *Bulletin suisse de linguistique appliquée* 101, S. 175–179.
- 2011 Susan A. Speer & Elizabeth Stokoe (Hgg.): *Conversation and Gender*. New York: Cambridge. In: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion*, 12, S. 184–189.  
<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2011/rz-demarmels.pdf>
- 2007 Horst Wenzel & C. Stephen Jaeger (Hgg.): *Visualisierungsstrategien in mittelalterlichen Bildern und Texten*. Berlin 2006. Rezension erschienen in: *ZfAL, Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 47, S. 163–166.

- 2007 Katrin Döveling: Emotionen – Medien – Gemeinschaft. Eine kommunikationssoziologische Analyse. Wiesbaden 2005. Rezension erschienen in: Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research 8(3), Art. 28.  
<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-07/07-3-28-d.htm>
- 2006 Klaus Sachs-Hombach (Hg.): Bild und Medium. Kunstgeschichtliche und philosophische Grundlage der interdisziplinären Bildwissenschaft. Köln 2006. Rezension erschienen in: IMAGE, Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft.  
<http://www.bildwissenschaft.org/journal/?menulitem=miBookreview>
- 2006 Wolfgang Ulrich: Bilder auf Weltreise. Eine Globalisierungskritik. Berlin 2006. Rezension erschienen in: IMAGE, Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft.  
<http://www.bildwissenschaft.org/journal/?menulitem=miBookreview>

### Referate für die Wissenschaft

- 2016 gemeinsam mit Matthias Albisser: „Wie man die Verarbeitungsmotivation für komplexe Stromprodukte erhöhen kann.“ Internationale und interdisziplinäre Jahrestagung des Forschungsnetzwerks Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation EUKO, 27. bis 29. Oktober 2016, Dresden.
- 2015 gemeinsam mit Monika Simon: „Einsatz und Akzeptanz von Werbe-Stereotypen jenseits von Sprach- und Kulturgrenzen: Adaptionstrategien in der Schweizer Marketing-Kommunikation am Beispiel der Genderdarstellung“. Internationale und interdisziplinäre Jahrestagung des Forschungsnetzwerks Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation EUKO, 29. bis 30. Oktober 2015, Darmstadt.
- 2015 gemeinsam mit Anja Janoschka & Ursula Stalder: „Ökostrom oder Naturpower? Verständlichkeit im Strommarketing.“ Energiediskurs in der Schweiz, 29. Juni 2015, Winterthur.
- 2015 gemeinsam mit Sonja Kolberg: „How language sets imagination in motion: A phenomenological approach to the reading of promotional texts in the tourist industry.“ International Pragmatics Conference, 26. bis 31. Juli 2015, Antwerpen.
- 2014 gemeinsam mit Ursula Stalder: „Zu viel Information, zu wenig Unterhaltung? Wie man sein Zielpublikum dazu bringt Marketingtexte für nachhaltige Produkte zu lesen.“ EUCO 2014 zum Thema „Cross Media Challenges in Corporate Communication“, 23. bis 25. Oktober 2014, Turku.
- 2014 gemeinsam mit Vinzenz Rast: „Wissenschaftsfundiertes Rhetoriktraining – Ein Beispiel aus der Praxis“ Kongress der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL), Symposium 3: „Linguistik und Rhetorik in Kommunikationstrainings“. 16. bis 19. September 2014, Marburg.
- 2014 Organisation und Moderation des Workshops „Fokussierte Interviews: Interviews mit Stimulusmaterial“ im Rahmen des Forschungstags 2014 der Hochschule Luzern – Wirtschaft zum Thema „Qualitative Interviews“, 24. Juni 2014, Luzern.
- 2013 „Nachhaltigkeit für die Allgemeinheit: Eine Frage von Emotionalität oder Rationalität?“ Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) zum Thema Werbung im sozialen Wandel“. 28. bis 30. November 2013, Berlin.
- 2013 „Von Fischgängigkeit, ökologischen Aufwertungsmassnahmen und erneuerbaren Volversorgungsprodukten – Versteckte Fachwörter in unserem Alltag.“ Deutscher Germanistentag 2013. Sektion 7: „Deutscher Wortschatz in Wissenschaft, Unterricht, Gesellschaft“. 22. bis 25. September 2013, Kiel.
- 2013 „„Seien Sie authentisch! Privater Stil in der Unternehmenskommunikation auf Facebook.“ 2. Sektionstagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL), Sektion Medienkommunikation, zum Thema „Andere Wörter, andere Welten – Medienlinguistik und Sprachgebrauchswandel“. 19. bis 20. September 2013, Aachen.

- 2013 „Verständlichkeit auf dem Prüfstand. Angewandte Verständlichkeit in der Marketingkommunikation für High- und Low-Involvement-Produkte.“ 2. Sektionstagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL), Sektion Textlinguistik & Stilistik und Fachkommunikation, zum Thema „(Fach-)sprachliche Texte und Diskurse im Spannungsfeld von Unternehmen und Gesellschaft. 19. bis 20. September 2013, Aachen.
- 2013 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: „Sustainability Branding: Emotionalization as an Adequate Strategy for Effective Communication?“ ECREA Symposium. 4. bis 5. Juli 2013, Barcelona.
- 2013 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: „Gender-sensitive language: comprehensibility, acceptability, and implementation in communication of private and public organizations.“ Final Conference of the Marie Curie Initial Training Network on Language, Cognition, and Gender (ITN-LCG). 13. bis 16. Juni, Bern.
- 2012/13 Coaching in multimodaler Textanalyse für Doktoranden im Forschungsprojekt „Kampf um die Schweizer Armee. Eine historische akteurs- und themenzentrierte Studie zur Debatte um die Schweizer Armee 1966-2003“ von Prof. Dr. Rudolf Jaun.
- 2012 „‘Ökologische Kraftwerke müssen das Kriterium der Fischgängigkeit erfüllen.’ – Wenn uns Fachwörter im Alltag begegnen.“ Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL) zum Thema „Wörter – Wissen – Wörterbücher“. 18. bis 21. September 2012, Erlangen.
- 2012 „Ökopower oder Naturstrom? – Ein interdisziplinäres Projekt zur angewandten Verständlichkeit.“ 7. Tage der Schweizer Linguistik zum Thema „Empirie in der Linguistik: Methodenvielfalt und -komplexität. 13. bis 14. September 2012, Lugano.
- 2012 „Alles ist Kommentar. Die Hybridisierung von journalistischen Textsorten mit bewertenden Elementen.“ 4. internationale Tagung zur kontrastiven Medienlinguistik zum Thema „Hybridisierung und Differenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse.“ 6. bis 8. September 2012, Zürich.
- 2012 „Strategien zur Erlernung von Textsorten – und woran sie scheitern.“ Text-Netze, Schreib-Netze, Denk-Netze – Schreiben in Studium und Beruf. 4. internationale Konferenz des Forum wissenschaftliches Schreiben, 7. bis 8. Juni 2012, Basel.
- 2011 „Ökopower oder Naturstrom? Angewandte Forschung an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.“ Gastvortrag im Rahmen des Seminars „Werbgesprache“ von Prof. Dr. Christa Dürscheid. 29. November 2011, Deutsches Seminar der Universität Zürich.
- 2011 „Werte von Marketing-Kommunikation für erklärungsbedürftige Güter.“ Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) zum Thema „Wert und Werte der Marketingkommunikation“. 27. bis 29. Oktober, Pforzheim.
- 2011 „Als ob die Sinne erweitert würden... Augmented Reality als neuer Kanal in der multimodalen Kommunikation?“ 13. internationaler Semiotik-Kongress zum Thema „Repräsentation Virtualität – Praxis“. 12. bis 16. Oktober 2011, Potsdam.
- 2011 gemeinsam mit Seraina Mohr: „‘Seien Sie authentisch!’ – Stilkompetenz für Unternehmenskommunikation im Web 2.0 am Beispiel von facebook.“ III Internationaler Hamburger Congress zur Wirtschaftskommunikation zum Thema „Wie global müssen wir sein? Wie lokal müssen wir bleiben? Information, Kommunikation und wirtschaftliches Handeln in Zeiten der Globalisierung. 8. bis 10. September 2011, Hamburg.
- 2011 „Ökopower oder Naturstrom? Schreiben über komplexe Themen in der Praxis.“ Referat im Rahmen der Generalversammlung des Forum wissenschaftliches Schreiben. 6. September 2011, Zürich.
- 2011 „‘Meiner Meinung nach kann man das so oder anders sehen.’ – Der journalistische Kommentar.“ Tagung zum Thema „Persuasionsstile in Europa“. 2. bis 3. September 2011, Helsinki.



- 2011 gemeinsam mit Matthes Fleck: „Privater Stil im Web 2.0? – Das Spannungsverhältnis zwischen Privatheit und Öffentlichkeit aus Unternehmenssicht.“ Konferenz zum Thema „Sprache als soziale und kulturelle Praxis. Neue Ergebnisse aus der Linguistik. 8. bis 10. Juni 2011, Basel.
- 2010 gemeinsam mit Dorothea Schaffner: „Gender-sensitive Language: Comprehensibility, Acceptability and Implementation in the Communication of private and public Organizations.“. First Summer School of the Marie Curie Initial Training Network on Language, Gender, and Cognition (ITN-LGC), 22. bis 26. Oktober 2010, Bertinoro.
- 2010 Co-Organisation und Moderation eines Panels des 5. Workshops der Forschungsgruppe Werbung zum Thema "Qualitäten der Werbung – Qualitäten der Werbeforschung". 30 September bis 2. Oktober, Wien.
- 2010 „Interaktive Formen im Web – Varietäten und Dialekte zur strategischen Positionierung und zur Selbstinszenierung“. Deutscher Germanistentag zum Thema „Deutsche Sprache und Literatur im europäischen Kontext“, Sektion „Identitäten, Varietäten und Deutsch in europäischen Medien“, 19. bis 23. September 2010, Freiburg.
- 2010 gemeinsam mit Georg Weidacher: „Plakaträume – Raum für und auf politischen Plakaten“ Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL), Sektion Medienkommunikation zum Thema „Die Konstitution von Raum in Medientexten“. 15. bis 17. September 2010, Leipzig.
- 2010 „‘Gefällt Ihnen die Frisur des Preisüberwachers?’ – Originelle Textsorten in Gratiszeitungen“. Innovation – Spiel – Kreativität. Preetextsorten jenseits der „News“. Medienlinguistische Perspektiven. Internationales Kolloquium, 5. bis 7. März 2010, Salzburg.
- 2010 gemeinsam mit Wolfgang Kesselheim: „Textsorten in der Wirtschaft: Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln“ Organisation einer Podiumsdiskussion im Rahmen der VALS/ASLA-Tagung zum Thema „Sprachkompetenz in Ausbildung und Beruf, Übergänge und Transformationen“, 4. bis 6. Februar 2010, Zürich.
- 2009 „Ökostrom oder Naturpower? Die sprachliche Realisierung der werblichen Kommunikation über Innovationen.“ 4. Workshop der Forschungsgruppe Werbung, 24. bis 26. September 2009, Kitzbühel.
- 2009 „‘Man soll den Lesefluss nicht behindern.’ – Schaden Vorgaben zur gendersensitiven Sprache der individuellen Wahrnehmung von Frauen? Ein didaktisches Problem.“ Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL), Sektion Soziolinguistik. 16. bis 18. September 2009, Karlsruhe.
- 2009 gemeinsam mit Dorothea Schaffner & Anja Janoschka: „Effective marketing communication for sustainable energy: The impact of linguistic and psychological factors and their interplay on consumer decision making.“ 8th Biennial Conference of Environmental Psychology, September 2009, Zürich.
- 2009 „‘FanVids’ auf Youtube – Metamorphosen als kulturelle Praktik“. Mediale und semiotische Re- und Transcodierungen – Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton. 12. bis 13. März 2009, Salzburg.
- 2008 „Was misst man eigentlich, wenn man Verständlichkeit misst?“ 5. Tage der Schweizer Linguistik zum Thema „Messen in der Linguistik“. 20. bis 21. November 2008, Winterthur.
- 2008 „Productplacement – Zeichen der Wirtschaft in der Unterhaltung.“ 12. internationaler Kongress der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) zum Thema „Das Konkrete als Zeichen“. 9. bis 12. Oktober 2008, Stuttgart.
- 2007 „Die Darstellung des Bösen auf politischen Plakaten.“ Fachtagung der DGPuK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation und des Fachbereichs Geschichte und Soziologie der Universität Konstanz zum Thema „Visuelle Stereotypen“. 11. bis 12. Oktober 2007, Konstanz.
- 2007 Co-Organisation und Moderation des Workshops der Schweizerischen Gesellschaft für Kulturwissenschaften (SGKW) zum Thema „Bildmaterial in den Kulturwissenschaften“. 6. Oktober 2007, Zürich.

- 2007 „Muster und Variation – Zeichen für Bildstil in der Werbung.“ Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL), Sektion Medienkommunikation zum Thema „Muster und Variation in medienvermittelter Kommunikation“. 26. bis 28. September 2007, Hildesheim.
- 2007 „Zur Inszenierung von Identität auf politischen Plakaten.“ Arbeitstreffen Linguistische Pragmatik (ALP) zum Thema „Theatralität des sprachlichen Handelns“. 27. Februar 2007, Siegen.
- 2007 „Die Beeinflussung von BürgerInnen durch die Politik. Emotionalisierungsstrategien auf politischen Plakaten am Beispiel des Schweizer Abstimmungsplakates.“ Applied Linguistic\_a new generation. International Research Meeting for Junior Applied Linguists, 24. bis 26. Januar 2007, Groningen.
- 2006 „‘Wie wirst du stimmen, Grossvater? – JA.’ Plakate, Zitate und Max Frisch.“ 4. Tage der Schweizer Linguistik. 20. bis 21. November 2006, Basel.
- 2006 „Alles wird besser – Valser bleibt gut. Die Geschichte einer Produktwerbung in verschiedenen Medien.“ Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik (GAL) zum Thema „Globalisierung“, Themenbereich „Werbung grenzenlos“. 21. bis 23. September 2006, Münster.
- 2006 „Politik der Geschlechter. Ein Gender-Blick auf Abstimmungsplakate.“ Tagung des Kompetenzzentrums Gender Studies der Universität Zürich zum Thema „work in progress-gender studies“. 17. Mai 2006, Zürich.
- 2005 „Ja. Nein. Schweiz. Emotionalisierung auf Abstimmungsplakaten.“ Vortrag im Rahmen des Kolloquiums für Fortgeschrittene von Prof. Dr. H. Burger, Deutsches Seminar der Universität Zürich.
- 2005 „Die Tradition des politischen Plakates im Zeitalter des Internets. Politische Werbung gestern und heute.“ Innovationen und Reproduktionen in Kulturen und Gesellschaften (IRICS), Sektion „Media Systems: their evolution and innovation“. 9. bis 11. Dezember 2005, Wien.
- 2005 „Funktionen des Bildstils von politischen Plakaten. Eine historische Analyse am Beispiel von Abstimmungsplakaten.“ 11. Internationaler Kongress der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) zum Thema „Stil als Zeichen. Funktionen – Brüche – Inszenierungen“, Sektion Bildwissenschaft: „Bild-Stil: Strukturierung der Bildinformation“. 24. bis 26. Juni 2005, Frankfurt/Oder.

### Romane

- 2016/17 utopia. roman. Original erschienen in Form von Blog-Posts.  
www.verwoben.ch/utopia
- 2002 Die Frau im Glashaus. Roman. Puchheim / Eichenau: Idea Verlag.