

Publikationen

Henning Schulze (2017): Positive TA - The Relationship System: A New Map for Living in Identity Building Relationships. Workshop. In: 2017 World Conference of Transactional Analysis: Boundaries - a place ...to meet ...to develop ...to define identity, Berlin.

Henning Schulze, K. Sejkora (2016): Positives Führen: Wertschätzende Beziehungsgestaltung mit "Landkarten" aus der Transaktionsanalyse. In: Eigenschaften und Kompetenzen von Führungspersönlichkeiten, Wiesbaden.

Henning Schulze, K. Sejkora (2016): Die Kunst der starken Führung. Persönliche Potentiale kraftvoll nutzen - Ressourcen der Mitarbeiter stärken. ISBN: 978-3903072220.

Henning Schulze, K. Sejkora (2015): Das DICTA Resilienz Inventory. In: Zukunft denken - Wandel gestalten, Lengerich.

Henning Schulze, K. Sejkora (2015): Positive Führung: Resilienz statt Burnout. In: Haufe Fachbuch, München. ISBN: 3648060155.

Henning Schulze, K. Sejkora (2015): Burnout - Resilienz. Zukunft der Menschheit: Schrankenloser Narzissmus oder gesunder Strokeaustausch?. In: Workshop im Rahmen des 36. Kongresses der DGTA: "Zukunft denken - Wandel gestalten", Augsburg.

Henning Schulze (2015): Strokes: Geschichten von Macht und Machtmissbrauch. Eskalation und Deeskalation in Konflikten. In: 5. DSGTA Kongress für Transaktionsanalyse: "Transaktionsanalyse und Macht - Was ist Macht?", Zürich, Schweiz.

Henning Schulze (2015): From Theory Orientation to Application Orientation: The "Turned Discount Matrix" and the "Stroke Cube Workshop". In: EATA Colloquium: Legacy and heritage of TA in Europe/ENRICHMENT BY SHARING - Coming together - going ahead, Paris, Frankreich.

Henning Schulze (2015): Creating a Network: Transactional Analysis in Universities. Round Table. In: 1st EATA Theory Development and Research Conference: "Beyond the Limits: Verifying the Development of TA Theory Through Research, Rom, Italien.

Henning Schulze (2015): Mutation du monde du travail: le syndrome du burn-out dans une perspective psychodynamique. Workshop. In: 30ième Congrès d'Analyse Transactionnelle de l'Institut Analyse Transactionnelle (IFAT); Congrès de La Rochelle/Changer d'ère: mutation, transmission, création, La Rochelle, Frankreich.

Henning Schulze, K. Sejkora (2015): Burnout: Psychodynamik und Arbeitsansätze. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 32, no. 1, pp. 38-59.

Henning Schulze (2014): Zur Identität und Arbeitsweise von Transaktionsanalytikern in der Mediation. In: Transaktionsanalyse meets Mediation, Baden-Baden.

Henning Schulze (2014): Die Arbeit mit der Abwertungsmatrix - Perspektivenwechsel im Mediationsprozess. In: Transaktionsanalyse meets Mediation, Baden-Baden.

Henning Schulze, K. Sejkora (2014): Strokes: Geschichten von Liebe und Nicht-Liebe. In: Geschichte und Geschichten - Einflüsse auf Leben und Gesellschaft, Lengerich.

Henning Schulze (2014): Führen in Dienstleistungsorganisationen: Herausforderungen und Lösungsansätze. Gastvortrag.

Henning Schulze (2014): Burnout: Thema, Problem und Verständnisansätze. Theorieseminar.

- Henning Schulze, K. Sejkora (2014): Strokes - Geschichten von Liebe und Nichtliebe. In: Workshop im Rahmen des 35. Kongresses der DGTA: „Geschichte und Geschichten. Einflüsse auf Leben und Gesellschaft“, Dresden.
- Henning Schulze (2013): Die Psychodynamik von (Un-)Zufriedenheit. In: Marketing in Forschung und Praxis, Berlin.
- Henning Schulze (2013): Visionsarbeit: Wie gehen wir bewusst, beziehungsorientiert und evolutionär die Zukunft der DGTA an?. Leitvortrag. In: Verbandstag der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse e.V. 2013, Freiburg im Breisgau.
- Henning Schulze, K. Sejkora (2013): Arbeit mit Transaktionen: Fremdes und Vertrautes in mir begegnen dem in Dir. Workshop. In: 34. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (DGTA): "Menschenbilder. Das Fremde und das Vertraute", Freiburg im Breisgau.
- Henning Schulze (2013): Führung in der Hochschule? (Wie) geht denn das und was bedeutet es?. Keynote. In: Symposium der Österreichischen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (ÖGTA): "Fair führen oder ver-führen? Ethik und Nachhaltigkeit in Organisationen. Hat die Transaktionsanalyse Konzepte für eine 'bessere Welt'?", Eugendorf bei Salzburg, Österreich.
- Henning Schulze, K. Sejkora (2013): Führen - Ins Skript hinein oder aus dem Skript heraus?. Workshop. In: Symposium der Österreichischen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (ÖGTA): "Fair führen oder ver-führen? Ethik und Nachhaltigkeit in Organisationen. Hat die Transaktionsanalyse Konzepte für eine 'bessere Welt'?", Eugendorf bei Salzburg, Österreich.
- Henning Schulze, L. Lohkamp (2012): "Frauen ins Management" - aber andere machen es doch auch!. Workshop. In: 33. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (DGTA): "Dialoge für die Zukunft: Unerhörtes und Ungesehenes", Dortmund.
- Henning Schulze, K. Sejkora (2012): Arbeit mit dem Skript - Skriptveränderung, Skriptheilung: wie geht denn das?. Workshop. In: 33. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (DGTA): "Dialoge für die Zukunft: Unerhörtes und Ungesehenes", Dortmund.
- Henning Schulze, L. Lohkamp (2011): Beziehungsgestaltung in Akquisition und Auftragsklärung: „Ich will so bleiben, wie ich bin – Du darfst!“. In: Leben in Beziehungen – Beziehungen im Leben, Hamburg.
- Henning Schulze (2011): Beziehungsgestaltung in Akquisition und Auftragsklärung: „Ich will so bleiben, wie ich bin – Du darfst!“. Workshop. In: 32. Kongress der DGTA: „Leben in Beziehungen – Beziehungen im Leben“, Passau.
- Henning Schulze, L. Lohkamp (2010): Motivation und die Bedeutung von Strokes – warum glühende Kohlen doch weh tun. In: Leben und Arbeiten in der Zukunft, Hamburg.
- Henning Schulze (2010): Motivation und die Bedeutung von Strokes – warum glühende Kohlen doch weh tun. Workshop. In: 31. Kongress der DGTA: „Leben und Arbeiten in der Zukunft“, Saarbrücken.
- Henning Schulze (2010): Eric Berne – Pictures From His Life, His House and His Bureau. In: World Conference: Eric Berne Centenary Conference, Montreal, Kanada.
- Henning Schulze (2010): Eric Berne – Pictures From His Life, His House and His Bureau. In: EATA International Conference, Prag, Tschechische Republik.
- Henning Schulze (2010): Mit Beziehungen punkten – Warum Business Beziehung braucht
- Henning Schulze (2009): „Strokeorientiertes Management“ in Dienstleistungsunternehmen. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 26, no. 2, pp. 142-163.
- Henning Schulze, et al. (2009): Strategisches Marketing und Marketingmanagement. In: Schriftlicher Lehrgang Praxiswissen Marketing: 8 Lektionen zum Zertifikat, Freiburg.
- Henning Schulze (2009): Buchrezension: Kohlrieser, G.: Gefangen am runden Tisch: Klarheit schaffen, entschlossen verhandeln, Leistung freisetzen. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 26, no. 2.



Henning Schulze (2009): „Humanität in der Krise – Arbeit in, mit und zwischen Organisationskulturen “. In: Tagung der Fachgruppe Organisation der DGTA: „Humanität in der Krise ?!“, Konstanz.

Henning Schulze (2009): „Krisen und weitere Kostbarkeiten“. Workshop. In: 30. Kongress der DGTA: „Gefühle und weitere Kostbarkeiten“, Lübeck.

Henning Schulze (2009): Eric Berne – Bilder aus seinem Leben.... Präsentationsinstallation. In: 30. Kongress der DGTA: „Gefühle und weitere Kostbarkeiten“, Lübeck.

Henning Schulze (2009): „Von der Abwertungstabelle nach Mellor & Sigmund die zur „Gedrehten Abwertungstabelle“ nach Schulze. In: 30. Kongress der DGTA: „Gefühle und weitere Kostbarkeiten“, Lübeck.

Henning Schulze, K. Jeschke (2008): Beschwerdemanagement und Internes Marketing. In: Beschwerdemanagement in der Praxis, Düsseldorf.

Henning Schulze, K. Jeschke, L. Lohkamp (2008): Beschwerdemanagement-Trainings: Hintergrund, Herausforderungen und Lösungsansätze. In: Beschwerdemanagement in der Praxis, Düsseldorf.

Henning Schulze (2008): Beziehungsmanagement als zentraler Erfolgsfaktor. In: Vertriebsleiterhandbuch, Düsseldorf.

Henning Schulze (2008): „Marketing Modern – der Wandel des Marketing im B-to-B-Business und seine zunehmende Relevanz im Unternehmen“. In: BLEIBEN SIE HIER?! - Marken erfolgreich aufbauen und führen, Verschiedene Orte.

Henning Schulze (2008): Strategisches Marketing - eine Einführung. In: Entscheiden - Führen - Handeln im globalen Wettbewerb (Ein Kompendium des aktuellen Management Know-hows), Norderstedt.

Henning Schulze, L. Lohkamp (2008): Führungsmanagement. In: Entscheiden - Führen - Handeln im globalen Wettbewerb (Ein Kompendium des aktuellen Management Know-hows), Norderstedt.

Henning Schulze (2008): „Sieben Köstlichkeiten zur Identitätsentwicklung von Führungskräften“ - Konfliktfelder & Faszination . In: 29. Kongress der DGTA "Kontraste - Faszination und Konfliktfeld", Schwerin.

Henning Schulze (2007): Service Excellence - Eine Einführung. In: Service excellence als Impulsgeber, Wiesbaden.

Henning Schulze (2007): Warten auf Godot: 30 Jahre DGTA: wann bekommt die TA ihre Anerkennung aus dem akademischen Bereich?. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 24, no. 3, pp. 248-249.

Henning Schulze (2007): Publikum = Kunden ? Kunde = König?. In: Round Table Zuschauerservice, München.

Henning Schulze (2007): „Auswirkungen einer „Wohlfühlatmosphäre“ - Einsichten und Hintergründe. „Ohne zwischenmenschliche Zuwendungen sind wir Menschen - nicht nur in der Wirtschaftswelt - nicht überlebensfähig!“.

Henning Schulze (2007): Strokeorientiertes Management in Dienstleistungsunternehmen - zwischenmenschliche Zuwendungen als „Treibstoff“. In: Service excellence als Impulsgeber, Wiesbaden.

Henning Schulze (2006): Mit Beziehungen punkten. Warum Business Beziehungen braucht.

Henning Schulze (2006): Dienstleitung - Schlüssel zur Kundenzufriedenheit.

Henning Schulze (2006): Kommunikative Spiele und Identität in Organisationsräumen. In: DGTA-Kongress 2006: "Kommunikative Spiel-Räume - Was erzählst Du mir?", Hannover.

Henning Schulze (2006): Erarbeitung von Unternehmungsvisionen - Mut zum Fühlen, Demut im Denken. Emotiv-kognitive Visionsfindung als Bestandteil der strategischen Marketingplanung. Workshop. In: 2006 Annual EMCC European Conference, Köln.

Henning Schulze (2006): Visionsarbeit. In: Change-Tools: erfahrene Prozessberater präsentieren wirksame Workshop-Interventionen, Bonn.

Henning Schulze (2005): Alter in Deutschland: Zeit in unseren Grenzen (... et vice versa). Impulsvortrag für den Workshop „Alter“. In: Verbandstag der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse e.V. 2005, Lindau.



Henning Schulze (2005): Teamidentität und Erinnerung. Workshop. In: 26. Kongress der DGTA (Deutsche Gesellschaft für Transaktionsanalyse), der DSGTA (Deutsch-Schweizerische Gesellschaft für Transaktionsanalyse) und dem ÖTISO (Österreichisches Institut im Sozial-, Pädagogik- und Organisationsbereich), Lindau.

Henning Schulze (2005): Collegial Counseling: Empowerment in Organizations. Workshop. In: ITAA World Conference: „Freedom and Responsibility“, Edinburgh, Großbritannien.

Henning Schulze (2005): Die „Gedrehte Abwertungstabelle“: von der Theorieorientierung zur Anwendungsorientierung des Konzeptes von Melor und Sigmund. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 22, no. 1, pp. 51-55.

Henning Schulze (2005): Die „Gedrehte Abwertungstabelle“: von der Theorieorientierung zur Anwendungsorientierung des Konzeptes von Melor und Sigmund. In: ÖTISO Info (Österreichisches transaktionsanalytisches Institut im Sozial- und Organisationsbereich), no. 2-3, pp. 10-11.

Henning Schulze, L. Lohkamp (2005): Kollegiale Beratung - problemlösungsorientierte Unterstützung von Führungskräften. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 22, no. 4, pp. 254-268.

Henning Schulze (2005): Themenschwerpunkt: Organisation. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse (ZTA), vol. 22, no. 4.

Henning Schulze (2004): Professionalisierung und Identitätsentwicklung. Workshop. In: 25. Kongress der DGTA: Die TA - Bindung und Verantwortung für Menschen, Gruppen und Gesellschaft, Oldenburg.

Henning Schulze (2004): Transaktionsanalytische Spieltheorie zur Verbesserung von Beziehungen in und außerhalb von Organisationen. Workshop. In: Jubiläums-Tagung des Alumni-Netzwerkes, Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen, Universität Hannover, muk-net e.V.: „Aktuelle Trends im Marketing“, Wohldenbergl.

Henning Schulze (2004): Warum Beziehungen in und außerhalb von Organisationen so wichtig sind. In: Jubiläums-Tagung des Alumni-Netzwerkes, Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen, Universität Hannover, muk-net e.V.: „Aktuelle Trends im Marketing“, Wohldenbergl.

Henning Schulze (2004): Kundenzufriedenheit - was Führung tun kann, um sie zu unterstützen. In: Agogik - Zeitschrift für Fragen sozialer Gestaltung, vol. 27, no. 2, pp. 27-37.

Henning Schulze (2004): Kollegiale Beratung: Ziel- und kostenorientierte Unterstützung von Teams und Organisationen. In: Projekte, Teams, Organisationen, Eugendorf, Österreich.

Henning Schulze, L. Lohkamp (2004): Kollegiale Beratung: ziel- und kostenorientierte Unterstützung von Teams und Organisationen. In: Reader zum ÖTISO (Österreichisches transaktionsanalytisches Institut im Sozial-, Pädagogik- und Organisationsbereich)-Symposium „Projekt, Teams, Organisationen: Systemische und transaktionsanalytische Arbeitsansätze.

Henning Schulze (2003): Herausforderung Marketing - was Transaktionsanalytiker bei der Planung eines Marketing-Konzeptes für ihre Dienstleistung beachten sollten. In: Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (DGTA e.V.), Stuttgart.

Henning Schulze (2002): Beziehungsmanagement - Vertrieb als persönlicher Kontakt zwischen Menschen. In: Handbuch Vertrieb, München; Wien.

Henning Schulze (2002): Vertrieb als Peoplebusiness. In: Wirtschaftspsychologie (Supplement: Architektur von Beratungsprozessen: Praxis-Methoden-Aus-Wirkungen; 7. Konferenz der TransaktionsanalytikerInnen im Anwendungsfeld Organisation, Hamburg 2001), vol. 4, pp. 40-52.

Henning Schulze (2001): Warum Business Beziehung braucht: Dienstleitungen - ohne Beziehung geht es nicht!. In: CCF-Jahrestagung 2001, Berlin.

Henning Schulze (2001): Transmissionsriemen für Wissen und Information - Internes Marketing. In: Symposium „Manage the Change - Umgang mit Wissen und Information, Hannover.



Henning Schulze (2001): Peoplebusiness Vertrieb: Basisanalyse ! beziehungstheoretischer Bezug ! transaktionsanalytische Konzepte ! Prozessdesign ?. Workshop. In: 7. Internationale Konferenz der TransaktionsanalytikerInnen im Arbeitsfeld Organisation, TAO, der DGTA, DSGTA und ÖTISO, Hamburg.

Henning Schulze, K. Jeschke, et al. (2000): Internal Marketing and it's Consequences for Complaint Handling Effectiveness. In: Relationship marketing, Berlin; New York.

Henning Schulze (2000): Ohne Beziehung geht es nicht - Warum die Dienstleistung Beziehung braucht, Gedanken und Theorien zu einem beziehungsorientierten Dienstleistungsverständnis. Key Speech. In: 5. trinationales TAO-Symposium: „Die virtuelle Organisation oder: wie viel Beziehung braucht der Mensch?“, Salzburg, Österreich.

Henning Schulze (1999): Die Gestaltung des internen Marketing mit Konzepten der Transaktionsanalyse. In: Internes Marketing, Wiesbaden.

Henning Schulze, K. Jeschke (1999): Internes Marketing und Beziehungsorientierung als Grundlage eines kunden- und mitarbeiterorientierten Beschwerdemanagement. In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, vol. 45, no. 4, pp. 402-417.

Henning Schulze (1997): Internes Marketing - Voraussetzung für Erfolg in der Kundenbeziehung. In: Marketing-Perspektiven-Forum ´97, Regen.

Henning Schulze (1997): Beziehungsanalyse und Internes Marketing als Basis zur Verbesserung von Austauschbeziehungen im Markt. In: Arbeitspapier Nr.1.

Henning Schulze (1996): Marketing 2000 - Beziehungsaspekte des Internen Marketing. In: Jubiläumssymposium ´96: 15 Jahre INITA (Institut für angewandte Psychologie, Transaktionsanalyse und Erwachsenenbildung), Staatlich anerkanntes Ausbildungsinstitut für tiefenpsychologisch fundierte Psychotherapie, Hannover.

Henning Schulze (1996): Die Ausbildung von Managementnachwuchs für die Türkei - am Beispiel der "Deutschsprachige Abteilungen Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik der Marmara Universität, Istanbul". In: Südosteuropa Mitteilungen, vol. 36, no. 1, pp. 49-51.

Henning Schulze (1996): „Einführende Betrachtungen zum “ Problemfeld Servicequalität“: Konstitutive Dienstleistungsmerkmale Ausgewählte Dimensionen und Betrachtungsebenen von Servicequalität. In: Lufthansa Partner Forum 1996, Frankfurt/Main.

Henning Schulze (1996): Service Quality from the Perspective of the Cooperated Partners. In: Lufthansa Partner Forum 1996, Frankfurt/Main.

Henning Schulze (1995): Die Ausbildung von Managementnachwuchs für die Türkei am Beispiel der "Deutschsprachigen Abteilungen Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik der Marmara Universität, Istanbul. In: Information& Management, Istanbul, Türkei.

Henning Schulze (1995): Die Gestaltung des internen Marketing mit Konzepten der Transaktionsanalyse. In: Internes Marketing - Schnittstelle zwischen Marketing- und Personalmanagement, Wiesbaden.

Henning Schulze (1995): Erhöhung der Dienstleistungsqualität durch transaktionsanalytisch orientierte Personalschulungen. In: Dienstleistungsqualität, Wiesbaden.

Henning Schulze (1993): Dienstleistungswerbung - Ursachen, Anforderungen und Lösungsansätze der externen Massenkommunikation von Dienstleistern am Beispiel ausgewählter Print-Kampagnen. In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, vol. 39, no. 2, pp. 139-164.

Henning Schulze (1992): Internes Marketing von Dienstleistungsunternehmen: Fundierung der Instrumentarbereiche des internen Marketings mittels ausgewählter Konzeptbereiche der Transaktionsanalyse. In: Europäische Hochschulschriften, vol. 5, no. 1283.

Henning Schulze (1991): Transaktionsanalyse als Instrument dienstleistungsorientierter Personalschulung. In: Dienstleistungsqualität, Wiesbaden.



B. Stauss, Henning Schulze (1990): Internes Marketing. In: Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis, vol. 12, no. 3, pp. 149-158.

U. Hansen, Henning Schulze (1990): Transaktionsanalyse und persönlicher Verkauf. In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, vol. 36, no. 1, pp. 4-26.

B. Stauss, Henning Schulze (1990): Internes Marketing: Ein Konzept zur innerorganisatorischen Fundierung von Absatzstrategien. In: Diskussionsbeiträge der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät Ingolstadt, Ingolstadt.

