

Literatur zum Artikel „Im Wettbewerb um die besten Köpfe: Das Oldenburger Münsterland poliert sein Image auf“ von Johannes Knuck

Kirstges, T. (2014): Marken-, Image- und Bekanntheitsstudie für das Oldenburger Münsterland. Wilhelmshaven.

Moormann, K. (2020): Die Attraktivität des Kultur- und Freizeitangebots als Einflussfaktor im Fach- und Führungskräftemarketing von ländlichen Regionen: eine Untersuchung am Beispiel des Verbunds Oldenburger Münsterland zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen. Masterthesis im Studiengang „Marketing Management“ an der Hochschule für Wirtschaft und Recht. Berlin.

Plaggenborg, J. (2022): Verbindung von Tourismus und Landwirtschaft im Oldenburger Münsterland – Synergien und innovative Potenziale wirkungsvoller nutzen. Bachelorthesis im Studiengang „Tourismuswirtschaft“ an der Jade Hochschule Wilhelmshaven, Oldenburg, Elsfleth. Wilhelmshaven.