

# Inhalt

	Vorwort	6-7
Frank Peter Jäger	Der neue Architekt – was bleibt und was sich verändert	8-14
Oliver Schürer	Entrepreneur Avantgarde – Architekten als Kreativunternehmer	15-19
<b>NEUE AUFGABEN, NEUE ALLIANZEN</b>		<b>20-21</b>
Gordana Brandner	Architekten als Berater	22-33
Gisbert Kollenda	Architekten als Projektmanager	34-41
	Im Gespräch: Erfahrungsbericht Projektmanagement	42-44
Holger Matheis	Architekten als Projektentwickler	45-55
Jons Messedat	Architekten als Markenbildner – gebaute Unternehmenskultur	56-61
Christoph Achammer	Architekten als Partner der Industrie	62-69
<b>VOM MARKETING ZUR AKQUISITION</b>		<b>70-71</b>
Frank Peter Jäger	Namen sind Marken – Branding mit Augenmaß	72-74
Frank Peter Jäger	Marketing-Medien für jeden Zweck	75-83
Frank Peter Jäger	Akquisition ist überall – Idee, Zielgruppe, Ansprache	84-89
Eric Sturm	Web muss sein – Internet für Architekten	90-104
	Im Gespräch: Erfolgreich Präsentieren	105-109
Riklef Rambow	Kommunikation als kreativer Prozess: Im Dialog mit dem Kunden	110-117
Frank Peter Jäger	Öffentlichkeit herstellen und gestalten	118-121
Frank Peter Jäger	Medienkompetenz und Pressearbeit	122-135
	Im Gespräch: Erfolgsfaktor Public Relation	136-139
<b>MANAGEMENTAUFGABE ARCHITEKTURBÜRO</b>		<b>140-141</b>
Thomas Welter	Management-Grundlagen: Büroanalyse, Kalkulation, Wirtschaftlichkeit	142-153
	Im Gespräch: (Gespräch mit M. Schumacher)	154-155
Andreas Schneider	Controlling-Software für Architekturbüros	156
Kerstin Eisenschmidt	Ressource Mitarbeiter	157-169
<b>ANHANG</b>		
Die Autoren (Viten)		170-171
Literatur/Adressen		172-173
Danksagung/ Bildnachweis		175