

# Inhalt

<b>Geleitwort</b> <b>Hans-Olaf Henkel</b> .....	1
<b>Einführung in das Thema</b> <b>„Forschung erfolgreich vermarkten“</b> <b>Thomas Brand</b> .....	13
<b>Marketing und Kommunikation – eine Einführung</b> <b>Gerdum Enders</b> .....	21
<b>Unternehmenskontakte und Auftragsgewinnung –</b> <b>Schlüssel zu einem erfolgreichen Start</b> <b>Michael Woltering</b> .....	37
<b>Projektmanagement</b> <b>Martina Stangel-Meseke / Brigitte Diefenbach</b> .....	53
<b>Interviewt werden</b> <b>Werner Nowag</b> .....	71
<b>Die Pressemitteilung</b> <b>Edmund Schalkowski</b> .....	93
<b>Gesprächsführung – statt reden,</b> <b>wie der Schnabel gewachsen ist</b> <b>Hartwig Fuhrmann</b> .....	111
<b>Strategien für Meetings</b> <b>Hartwig Fuhrmann</b> .....	129
<b>Erfolgreiche Präsentation auf Messen,</b> <b>Ausstellungen und Kongressen</b> <b>Barbara Harbecke</b> .....	145