

Editorial	8
Strategien in Wissenschaftsorganisationen entwickeln und umsetzen Von Ralph Becker	

EINFÜHRUNG

Besser oder anders sein?	10
Ein Vorgehensmodell für den Strategieprozess an Hochschulen Von Rainer Graf	

GRUNDLAGEN

Navigieren zwischen Brücke und Maschinenraum	34
Wissenschaftsmarketing – ein strategischer Umgang mit politischen Erwartungen Von Markus Lemmens	
Management in Expertenorganisationen	40
Der Abschied von traditionellen Leitungsvorstellungen Von Ada Pellert	
Stärken stärken, Schwächen beseitigen	50
Herausforderungen der Strategieplanung im Kontext von Schwerpunkt- und Profilbildung Von Klaus Dicke	
Bedeutungswandel von Kommunikation und Marketing	60
Unternehmerische Führung und transparenter Dialog: Markenzeichen moderner Hochschulen Von Dieter Kaufmann	
Vision – Mission – Meilensteine zur Strategiefindung	68
... im Spiegel der administrativen und technischen Infrastruktur des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt Von Klaus Hamacher & Robert Borrmann	

AUS DER PRAXIS

Reform des Hochschuldienstrechts	82
Strategien zur Differenzierung von Professorenstellen an Fachhochschulen am Beispiel der HTWG Konstanz Von Kai Handel	
Konkurrieren um die besten Köpfe	92
Talentförderung in der Helmholtz-Gemeinschaft Von Stephanie Dittmer & Sabine Helling-Moegen	
Brückenbauer zwischen Wissenschaft und Verwaltung	102
Notwendigkeiten und Strategien der Ausbildung im Wissenschaftsmanagement Von Thorsten Mundi, Hanns H. Seidler & Kirsten Zierold	
Maßstab für Qualität – Motor zur Veränderung	112
Strategien zur Internationalisierung der Hochschulen Von Ulrich Grothus	
„Work in Progress“	124
Die Freie Universität Berlin auf dem Weg zu einer Internationalisierungsstrategie Von Herbert Grieshop	
Interdisziplinarität als Wissenschaftsstrategie	138
Integriertes Management fördert die wissenschaftliche Exzellenz Von Jutta Wollersheim, Isabell M. Welpel & Markus Zanner	
Forschen ohne Grenzen	150
Von den „Auslandsbeziehungen“ zur „Internationalisierungsstrategie“ Von Jeroen Verschragen	

Leibniz-Initiative „WissenschaftsCampus“	160
Ein Modell als Instrument der Länder zur strategischen Entwicklung ihrer Forschungslandschaft Von Ernst Th. Rietschel & Björn Maul	
Vision 2020: Strategie für qualitatives Wachstum	166
Institutionelle und wirtschaftliche Kooperationen verstärkt ausbauen Von Linda Diepenbruck & Manfred Nettekoven	
Das Forschungszentrum Jülich	176
Aktuelle Herausforderungen an die Entwicklung der Unternehmensstrategie einer Großforschungseinrichtung Von Alexander Haas & Heike Slusarczyk	

PERSPEKTIVEN

Neue Organisationsstrukturen	188
Modernes Hochschulmanagement zur Förderung von Spitzenleistungen in Forschung, Lehre und Transfer Von Hendrik Brumme & Peter S. Niess	
Threat or Opportunity?	206
From the Humboldt University to a Third Generation University Model By J.G. Wissema	
Die Welt wird flach	214
German Science Goes Global Von Georg Schütte	