

7	<b>Architektur ist ein Geschäft – Erfolg eine Frage der Strategie</b>
17	<b>1_ Strategisches Marketing</b>
18	/ Erfolg ist planbar – Ungesteuertes steuern <i>Von Edgar Haupt und Manuel Kubitza</i>
28	/ Strategische Allianzen: Marketinginitiative Zweischalige Wand – Bauen mit Backstein <i>Von Jens Kalffeltz</i>
30	/ Unternehmen Architektur – Neustart KSP Engel und Zimmermann <i>Ein Interview mit Andreas Grosz</i>
39	<b>2_ Kommunikationsdesign und Markenbildung</b>
40	/ form follows fiction – oder: Der authentische Bluff <i>Von Manuel Kubitza</i>
59	<b>3_ Visualisierung</b>
60	/ Der Herr der Bilder <i>Von Edgar Haupt und Markus Junker</i>
64	/ Das Killerbild <i>Von Markus Junker</i>
71	<b>4_ Public Relations</b>
72	/ Erfolgreich ist, wer verstanden wird <i>Von Edgar Haupt</i>
86	/ Strategische Imagepflege <i>Von Dr. Jan Esche</i>
91	<b>5_ Eventmarketing</b>
92	/ Ereignis Architektur <i>Von Edgar Haupt</i>
96	/ Strategie der Begegnung: plan – Forum aktueller Architektur in Köln <i>Von Kay von Keitz und Sabine Voggenreiter</i>
99	<b>6_ Berufsrecht und Werbung</b>
100	/ Die Freiheit der [Werbe-]Regeln <i>Von Edgar Haupt</i>
106	/ Architekturmarketing in Großbritannien <i>Von Peter Murray</i>
109	<b>Credits</b>
110	/ Bildnachweise
114	/ Autoren, Dank
117	<b>Anhang</b>
118	/ Glossar
122	/ Adressen
124	/ Index