

OFFENSIVE ARCHITEKTUR

PRÄSENTATION, PUBLIC RELATIONS UND MARKETING FÜR ARCHITEKTEN
HERAUSGEGEBEN VON FRANK PETER JÄGER

Über dieses Buch	6
Markenarchitektur – Baukunst zwischen Wert und Ware (Jan R. Krause)	8
Architekturmarketing	12
Die individuelle Marketingstrategie (Rolf Toyka)	16
Marketingfahrplan: Analyse und Zielbestimmung (Uwe Morell)	23
Architekturexport – Auftraggeber im Ausland finden (Thomas Welter)	38
Werbung und Berufsrecht	41
Präsentieren und überzeugen	44
Marketing-Medien (Rolf Toyka)	45
Gestaltung und Produktion von Broschüren	51
Umsetzung der Corporate Identity	59
Corporate Design	64
Architektur und Internet	72
Websites (Uwe Morell)	77
Checkliste Internet	88
Im Dialog – Gesprächs- und Verhandlungsführung	90
Baustelle Text	102
Architektur zweidimensional (Wilfried Dechau)	108
Wege in die Medien	118
Pressearbeit konkret (Eva Reinhold-Postina)	136
Architektur als Ereignis	158
Publicity durch Events (Paul G. Lichtenthäler/Frank P. Jäger)	158
Architektur ausstellen	165
Messen (Uwe Morell/Rolf Toyka)	172
Buchveröffentlichungen (Jochen Visscher)	177
Anhang	184