

# Inhalt

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Dr. Pablo Serrano</i><br><b>Biotechnologie In den Medien</b>  | <b>5</b>  |
| <i>Gisela Blaas</i><br><b>Vom Dialog zum PR-Erfolg –<br/>Erfolgsfaktoren für Interne Kommunikation</b>                                     | <b>21</b> |
| <i>Dr. Wolfgang Henkes</i><br><b>Kommunikationsmaßnahme Werbung</b>  | <b>31</b> |
| <i>Dr. Dierk Lesemann</i><br><b>Marketing und Kommunikation</b>  | <b>45</b> |
| <i>Christine Böhner</i><br><b>Public &amp; Investor Relations – Veränderungen<br/>der Anforderungen durch einen Börsengang</b>             | <b>55</b> |
| <i>Oliver Wedekind</i><br><b>Messen als Kommunikationsforen</b>  | <b>65</b> |
| <i>Dr. Thilo Schmidt-Rogge</i><br><b>Die Kommunikation mit Finanzlerern</b>  | <b>73</b> |
| <i>Dr. Sabine Duntze und Dr. Kerstin Lemkemeier</i><br><b>Die Biotech-Website als Teil einer erfolgreichen<br/>Kommunikationsstrategie</b> | <b>85</b> |