

## Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand zu einem großen Teil aus praktischen Fragestellungen, die sich während meiner Tätigkeit für die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin in Dortmund im Zusammenhang mit dem Themenkomplex Wissenschaftsmanagement ergaben. Sie wurde unter dem Titel „Grundlagen und Möglichkeiten des Wissenschaftsmarketing am Beispiel der Ressortforschung“ als Dissertation an der Technischen Universität Berlin angenommen.

Die akademische Betreuung und das Erstgutachten übernahm Herr Prof. em. Dr. Volker Trommsdorff, das Zweitgutachten erstellte Herr Prof. Dr. Wolfgang Fritz. Ihnen beiden sei herzlich gedankt.

Herr Dr. Wolfgang Merten hat mich maßgeblich darin bestärkt, mich mit dem Thema Wissenschaftsmarketing im Rahmen einer Dissertation zu befassen und stand mir dankenswerterweise während der gesamten Projektlaufzeit beratend zur Seite. Ohne den Zuspruch durch Herrn Dr. Jürgen Lexow und Herrn Dr. Axel Griesche und ihre positive Aufnahme des Exposés wäre die Arbeit wohl gar nicht begonnen worden. Beide haben das Projekt über die verschiedenen Stationen seiner Entstehungsgeschichte begleitet und dafür gesorgt, dass ich mich nicht nur bei Ihnen, sondern auch bei Herrn Prof. Dr. Manfred Hennecke herzlich bedanken darf. Ohne ihn wären die Interviews mit den Präsidentinnen und Präsidenten der Ressortforschungseinrichtungen nicht ohne Weiteres möglich gewesen.

Claudia Becker, Silke Bode, Ulrike Braun, Dr. Sabine Darschnik, Pascal Frai, Stefan Hergemöller, Dr. Elke Kahler-Jenett und Jörg Michel standen mir in vielen Stunden gemeinsamer Diskussionen mit Kommentaren und Anmerkungen, Anregungen und Kritik stets wohlwollend und geduldig zur Seite: vielen herzlichen Dank dafür! Unerlässlich und unermüdlich war weiterhin die umfassende Unterstützung der Bibliothek der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin bei allen Recherchearbeiten; ich bedanke mich herzlich bei Frau Irina Hochstätter und ihrem Team.

Zu besonderem Dank bin ich schließlich meiner Liebsten, Kathrin Penzenstadler und Prof. Dr. Peter Stauvermann verpflichtet. Beide haben viel Zeit und Geduld investiert, um mir die Fertigstellung dieser Arbeit zu ermöglichen.

Abschließend danke ich allen Interviewpartnerinnen und -partnern für ihre Zeit und die offenen Auskünfte, dem Springer-Verlag für die freundliche Aufnahme des Manuskriptes und Frau Viktoria Steiner für die geduldige Unterstützung bei der finalen Bearbeitung desselben.



<http://www.springer.com/978-3-658-08690-9>

Wissenschaftsmarketing  
Grundlagen und Möglichkeiten am Beispiel der  
Ressortforschung

Wernitz, F.

2015, XXIV, 365 S. 33 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08690-9