

HANS DOMIZLAFF

# Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens Ein Lehrbuch der Markentechnik

Neu zusammengestellte Ausgabe

Mit acht ganz persönlichen Empfehlungen,  
diesen Klassiker zu lesen von

Klaus Brandmeyer, H. Dieter Dahlhoff,  
Wolfgang K. A. Disch, Walter Posch, Dankwart Rost,  
Robert Schrauder, Karl-Heinz Zenz und Peter Zernisch

## Inhalt

<b>Statt einer Einleitung</b> — acht ganz persönliche Empfehlungen, diesen Klassiker zu lesen . . . . .	7
<b>Hans Domizlaff:</b> Die Persönlichkeit . . . . .	47
Schriften von Hans Domizlaff . . . . .	51
Vorwort von Hans Domizlaff . . . . .	53
1. Stilgegensätze . . . . .	59
2. Grundgesetze der natürlichen Markenbildung . . . . .	75
3. Markenwerbung . . . . .	157
4. Massenpsyche . . . . .	183
5. Grundzüge der Markentechnik . . . . .	211
6. Berufsgruppen des markentechnischen Schaffens . . . . .	257
Werbefachmann . . . . .	259
Texter . . . . .	279
Gebrauchsgraphiker . . . . .	288
Architekt und Formbildner . . . . .	325
7. Gemeinschaftswerbung . . . . .	339
8. Eigenmächtige Werbung . . . . .	353
9. Naturkräfte . . . . .	363
<b>Lehrbeispiele aus der Markenartikel-Industrie</b> . . . . .	377
1. Die erste Marke R 6 (1921) . . . . .	381
2. Die neue Marke R 6 (1932) . . . . .	461
3. Sortimentsmarken: Das Salemlproblem . . . . .	511
<b>Alphabetisches Schlagwortregister</b> . . . . .	545