

INHALT



Das Ziel der Markentechnik ist die Sicherung einer Monopolstellung in der Psyche der Verbraucher.

Die »Markentechnik« 30



	DER ANLASS
6	DIE »MARKENTECHNIK« – 25 Jahre wieder auf dem Markt – Interview mit dem Verleger Wolfgang K.A. Disch
	DOMIZLAFFS »MARKENTECHNIK«
8	DER KLASSIKER – Stationen im Leben des Buches »Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik«
	ERFAHRUNGEN
26	BERICHT 2007 – Eine Begegnung mit Auswirkungen – Peter-Michael Thom
30	GRUNDGESETZE – Die 22 »Grundgesetze der natürlichen Markenbildung« von Hans Domizlaff
34	BERICHT 1982 – Seine Gebote sind bei uns Gesetz – Robert Schrauder
38	HOCHSCHULLEHRER – Was acht Hochschullehrer zur »Markentechnik« von Hans Domizlaff sagen
	HANS DOMIZLAFF
40	PORTRAIT I – Hans Domizlaff: Sein markentechnisches Schaffen – Eine biographische Skizze
46	SAMMLUNG – Das »Hans Domizlaff-Archiv« – Eine Fundgrube ganz besonderer Art
50	PORTRAIT II – Hans Domizlaff: Daten und Stationen eines bewegten Lebens (1892–1971)
54	Impressum
29	Die G.E.M – Ziele und Veröffentlichungen