

# Inhalt

Vorwort .....	5	
Am Anfang war der Bierdeckel.....	7	Büro für Werbung und Wunder
Der Tag danach .....	11	
Der Tag nach dem Tag danach .....	14	
Begriffsklärung .....	15	
<hr/>		
Auf der Suche nach den Urzeichen .....	21	Frankreich: Auf der Suche nach den Archetypen
Begegnung mit einem Höhlenmenschen .....	27	
Die Entstehung der Höhlen-Cartoons .....	33	
Was zur Hölle sind Archetypen .....	39	
<hr/>		
Kakerlakenfrühstück .....	49	Ägypten: Vom Abbild zum Sinnbild
Vom Abbild zum Sinnbild .....	53	
Vom Sinnbild zum Sinnzeichen .....	55	
Vom Sinnzeichen zum Lautzeichen .....	58	
Sonne, Sand und Peinlichkeiten .....	61	
Die Kunst des Schreibens .....	63	
Von Sumer und der ältesten Schrift .....	66	
<hr/>		
Im Land des Regens .....	77	England: Vom Wappen zum Marken- zeichen
Von Rittern und Monstern – die Heraldik .....	79	
Vom Wappen zum Markenzeichen .....	87	
Von der Industrialisierung in die Neuzeit .....	94	
Auf zu neuen Wegen – die Moderne .....	99	
<hr/>		
Von Kleiderbügeln und Karnevalskappen .....	107	Australien: Ikonographie und Ikonologie
Ikonographie und Ikonologie .....	111	
Von Fischen und Farben .....	129	

# Inhalt

---

Büro für Werbung und Wunder: Carpe Diem	141 . . . . .	Home, sweet Home
	142 . . . . .	Die Grundformen
	146 . . . . .	Von Hunden und Hundebesitzern
	148 . . . . .	Die Anmutung von freien Formen
	155 . . . . .	Raum- und Bewegungssymbolik
	158 . . . . .	Die Farben
	164 . . . . .	Von der Zeichnung zum Zeichen
	168 . . . . .	Miep-Möp!
	169 . . . . .	Die Kernaussagen
	175 . . . . .	Die 6:3:5-Methode
	179 . . . . .	Exkurs in die Typographie
	180 . . . . .	Ergebnisse?
	182 . . . . .	Die Nacht des Kometen
	183 . . . . .	Checkliste zur Signetanalyse
	191 . . . . .	Die Sache mit dem Bierdeckel
	193 . . . . .	Zitatensammlung
	196 . . . . .	Literaturverzeichnis