

## ***Brandingens mål:***

**At skabe et unikt forhold mellem organisation og produktspektrum (kun denne organisation kan skabe dette produkt, dette produkt kan kun være skabt af denne organisation), et forhold, som er refleksivt robust**

## ***Brandingens måder:***

**1. At få det interne, normative fællesskab i tale**

### ***Midler hertil:***

***Dannelses-praksis (vores medarbejdere får mulighed for)***

***Fortolknings-praksis (det er vores opgave som medarbejdere, at)***

***Adfærds-kodeks (vi har en adfærds-kodeks)***

## **2. At få det eksterne, normative fællesskab i tale**

**Midler hertil:**

*Humanistisk mission*

*Samfundshistorisk vision (utopi)*

***Brandingens discipliner:***

**retorik og poetik**

***Brandingens epistemologi:***

**Méthexis/parousía**

**eidos, eikón, eidolon, phantasma,**

**fata morgana**

## ***Brandingens teknikker:***

**chokket**

**gentagelsen**

**mangetydigheden i entydigheden (ikonet, logo)**

**strategisk præcision (symbolisering af målgrupper)**

**strategisk timing (eventificering)**

**fortolknings-tvang**

**episk sensibilitet: beherskelse og eksklusion/  
forsoning og udskydelse**