


Osnovna šola Rodica  
Domžale, Kettejeva ulica 13

## REKLAMNI OGLASI V DOMŽALSKIH ČASOPISIH LETA 1925 IN DANES

Gibanje znanost mladini

Raziskovalna naloga iz interdisciplinarnega področja

Splošno čevljarstvo  
**Alojzij Loboda**  
Domžale



Se priporoča p. n. občinstvu za vsa  
tozadevna naročila. — Izvrševanje  
vedno po najnovejši modi.

Cene zmerne!      Postrežba kulantna!

- \* **terapevtske masaže**  
(hot-stone, vroča zelišča ...)
- \* **zahtevne pedikure**
- \* **alessandro gelirani nohti**
- \* **depilacija – peron rigot**
- \* **preoblikovanje telesa, odprava  
celulita in maščobnih blazin**
- \* **ultrasoniq – nekirurški  
lifting obraza**
- \* **kavitacija – nekirurška liposukcija**



**Kozmetični salon LOTOS, Pelechova ulica 18,**  
(nasproti LIP Radomlje, za knjigarno Lipa),  
1235 Radomlje, gsm: 040 466 579

Avtorice: **Anamarija Hribar, Živa Stare in Neža Šabec**, 8. razred  
Mentorici: **Vilma Vrtačnik Merčun**, prof. geogr. in soc. in  
**Katarina Škofic**, prof. likovne umetnosti

Domžale, marec 2010

## KAZALO

	<i>Stran</i>
1. Povzetek .....	3
2. Zahvala .....	3
3. Uvod: cilji raziskave, metode dela, hipoteze .....	4
4. Teoretični del .....	5
5. Primerjava časopisnih oglasov glede na dejavnosti, ki jih oglašujejo.....	9
6. Primerjava časopisnih oglasov glede na metode prepričevanja .....	18
7. Primerjava časopisnih oglasov glede na grafično podobo .....	23
8. Razprava .....	26
9. Zaključek .....	27
10. Literatura in viri .....	28
11. Priloge .....	29

## 1 POVZETEK

Ko smo v preteklih letih raziskovale članke v starih časopisih, so našo pozornost pritegnili stari časopisni oglasi. Letos so zato postali predmet našega raziskovanja. Zanimalo nas je, kaj so časopisi oglaševali leta 1925, ko je izšel Domžalec, prvi domžalski časopis, katere metode prepričevanja so uporabljali, zanimala pa nas je tudi grafična podoba oglasov. Stare oglase smo primerjale z oglasi, ki so bili objavljeni v prvih letošnjih številkah Slamnika, domžalskega občinskega glasila, in v časopisu Domžalske novice. Ugotovile smo, da je danes, v primerjavi z letom 1925, bistveno več časopisnih oglasov za razne storitvene dejavnosti (44 %, leta 1925 je bilo takih le 17 %). Oglasov raznih tovarn v novejših časopisih ni bilo, leta 1925 pa je bilo takih oglasov 17 %. Časopisni oglasi za ostale dejavnosti (trgovina, gostinstvo in proizvodna obrt) so približno enako oziroma le malo manj pogosto zastopani kot leta 1925. Leta 1925 je bilo veliko reklamnih oglasov za več dejavnosti hkrati (npr. prodaja in popravilo koles, trgovina in gostilna), danes pa so oglasi strogo specializirani. Ko smo primerjale uporabljene metode prepričevanja, smo ugotovile, da sta bili metodi prodaja imena in varčevanje najpogosteje uporabljeni metodi v starih in novejših oglasih. Pogosteje pa so v starih oglasih uporabljali priporočila (npr. Oglejte si zalogo in prepričali se bode o kvaliteti blaga) in popularne besede (npr. Nudimo vedno najfinejše izdelke). Modni trendi so bili in so izpostavljeni v starih in novih oglasih, podobno tudi samozadostna resnica (npr. Pri nakupu opozarjam vsakega na znamko, ker je ta cement svetovno priznan kot najboljši). Utemeljevanje je danes pogosteje zastopano kot v starih oglasih, poleg tega pa danes zasledimo še vrsto drugih metod prepričevanja (urgentnost, prenos čustev, oblikovanje potreb, geslo, ukazovanje). Ko smo primerjale grafično podobo oglasov iz leta 1925 in 2010, smo opazile velike razlike. Nekoč so bili samo črno-beli oglasi, oglase so popestrili z ornamentami, tipografija je bila samo črna. Danes prevladujejo barvni oglasi, ki jih privlačne barvne fotografije, barvna tipografija pa je običajno kontrastna s podlago.

## 2 ZAHVALA

Zahvaljujemo se naši mentorici Vilmi Vrtačnik Merčun, ker nas je spodbujala pri uresničevanju naše ideje. Kadar smo potrebovali nasvet o tem, kako nadaljevati, nas je znala pravilno usmeriti. Hvala tudi somentorici Katarini Škofic za strokovni pregled naše raziskovalne naloge in učiteljici Alenki Pavlin za lektorski pregled besedila.

### 3 UVOD

Oglaševanje je danes prisotno v vseh medijih in smo se nanj že navadili. Nas je pa zanimalo, kako je oglaševanje izgledalo včasih. Zato smo se odločile, da raziščemo reklamne oglase v prvem domžalskem časopisu Domžalec, ki je začel izhajati leta 1925. Stari reklami oglasi so nas zanimali zaradi podatkov, ki so jih vsebovali, in zaradi prepričevalnih metod in njihove privlačnosti.

Pri raziskovanju se nismo omejevale na predmetna področja, pač pa smo se osredotočile na naše zanimanje. Tako bi naše raziskovanje lahko uvrstili v različna predmetna področja, npr. v zgodovino, geografijo, etnologijo, sociologijo, psihologijo, likovno snovanje itd.). Toda nobeno posamezno predmetno področje ne bi povsem ustrezalo, ker se v naši nalogi vsa prepletajo med seboj.

#### 3.1 OPREDELITEV PROBLEMA – RAZISKOVALNO VPRAŠANJE

Časopisni oglasi pritegnejo pozornost s svojo velikostjo, barvami in oblikovanostjo, da jih hitreje opazimo. Namenjeni so bralcem časopisov, vsem pa je skupno to, da skušajo pospešiti prodajo določenih izdelkov, pridelkov ali storitev. Od leta 1925, ko je izšel prvi domžalski časopis Domžalec, pa do danes so se gotovo spreminjali. Naše raziskovalno vprašanje se zato glasi: **Kako se reklamni oglasi iz leta 1925 razlikujejo od oglasov v januarju 2010?**

Za cilj raziskovanja smo si zastavile naslednja vprašanja:

- Kaj so oglaševalci največ oglaševali leta 1925 in kaj oglašujejo največ danes?
- Kako so bile oblikovane reklame in katere informacije so vsebovale?
- Na katerih prepričevalnih metodah so slonele časopisne reklame leta 1925 in katere metode so uporabljene danes?

V raziskavo smo zajele območje Domžal z okolico do vključno Trzina, Mengša, Vira in Radomelj.

#### 3.2 METODE DELA

Najprej smo pripravile delovni načrt in si zastavile raziskovalne cilje. Nato smo v domžalski knjižnici prelistale najstarejši časopis Domžalec iz leta 1925. V knjižnici so nam prekopirali vse oglase, ki smo jih našle. Sledila je analiza teh oglasov.

V soboto, 12. decembra 2009, smo se odpravile v Narodno in univerzitetno knjižnico (NUK) v Ljubljani, kjer smo v časopisni čitalnici prelistale vse splošne in gospodarsko usmerjene časopise iz leta 1925. Nekatere smo pregledale na mikrofilmih, in sicer: Jutro, Slovenec, Ilustrirani Slovenec in Domoljub. V vezani obliki smo prelistale časopise: Delavec, Delavsko kmetijski list, Delo – glasilo delavcev in kmetov, Domovina, Gorenjec, Gospodar, Gostilničar, Informator, Jugoslovanski obrtnik, Kamničan, Kmetijski list, Moj dom, Naprej, Narodni dnevnik, Narodni gospodar, Naš glas, Produkcija in Trgovski list. Čeprav smo pregledale veliko časopisov, pa oglasov za domžalska podjetja ali obrtnike skoraj ni bilo. Zaradi tega smo se odločile, da v

raziskovalno nalogo vključimo le časopisne oglase iz domžalskih časopisov, in sicer iz Domžalca za leto 1925 in občinskega glasila Slamnik in lokalnega časopisa Domžalske novice iz januarja 2010.

Po tej odločitvi smo nadaljevale z analizo oglasov po različnih kriterijih: po dejavnostih, po vsebini, po metodah prepričevanja in po grafični podobi. Na podlagi pridobljenih zbirnikov smo izdelale preglednice in grafe. Sledila je primerjava rezultatov in zapis ugotovitev.

### 3.3 HIPOTEZE

Pred raziskovanjem smo predvidevale naslednje:

- Med reklamnimi oglasi leta 1925 in 2010 so velike razlike. Spremenilo se je življenje ljudi, dejavnosti, od katerih ljudje živijo, zato danes oglašujejo druge stvari kot pred 85-imi leti. Zaradi razvite tehnologije in raznih tehničnih pripomočkov so ti danes tudi predmet oglaševanja. Metode prepričevanja so danes natančno načrtovane z namenom čim bolj vzbuditi pozornost in pritegniti bodoče kupce. Nekoč pa so v časopisnih oglasih oglaševali predvsem zaradi informiranja, saj predvidevamo, da na trgu ni bilo takšne konkurence kot danes.
- Predvidevamo, da so na domžalskem območju leta 1925 največ oglaševali slamnike, kmetijske pridelke, kmečko orodje, čevlje, šiviljske storitve in gostinske usluge. Danes največ oglašujejo avtomobile in mobilne telefone. Časopisni oglasi so vsebovali več informacij in manj prepričevalnih metod kot danes.
- Reklamni oglasi so bili preprosti, črno–beli in niso vsebovali slik. Danes so časopisni oglasi lepo oblikovani, barvno izstopajoči in večinoma z barvnimi fotografijami.

## 4 TEORETIČNI DEL

Pri izbirnem predmetu vzgoja za medije smo se učili o najpogosteje uporabljenih prepričevalnih metodah, ki jih uporabljajo za oblikovanje oglasov. Povzete so po knjigi Karmen Erjavec in Zale Volčič z naslovom Medijska pismenost, priročnik za učitelje osnovne šole, Ljubljana, DZS, 1999, str. 41.

### Metode prepričevanja\*

SLAVNE OSEBE	Slavne osebe hvalijo izdelek.
PREPROSTI LJUDJE	Posredovanje občutka, da potrošnik pripada vsakdanjim ljudem.
DRUŽBENA SPREJETOST	Vsakdo kupi ta izdelek. Če hoče biti gledalec popularen in družbeno sprejet, mora kupiti izdelek tudi on.

SEKSUALNI SIMBOLI	Izdelek predstavlja privlačna mlada oseba. Z nakupom izdelka bodo potrošniki postali lepi in privlačni kot oseba v oglasu.
SAMOZADOSTNA RESNICA	Oglaševalci predstavljajo svoje izdelke s trditvami, ki zvenijo kot splošno sprejete, kot najboljše, čeprav v resnici niso.
PRENOS ČUSTEV	Izdelek je postavljen v prelepo okolje. Če bomo kupili izdelek, bomo izdelek enačili z nečim, kar nam prinaša zadovoljstvo.
SNOBOVSKI APEL	Če bo potrošnik izdelek kupil, bo dobil občutek, da pripada visokemu družbenemu statusu.
PRODAJA IMENA	Konkurenčni izdelki so navadni, običajni, naši izdelki pa so nekaj posebnega. Oglas superlativi hvali svoj izdelek.
POPULARNE BESEDE	Za opis izdelka uporabimo t. i. »popularne besede«, besede, ki imajo pozitivno asociacijo.
SLOGANI	Kratke besedne zveze gredo hitro »v uho« in pomagajo potrošnikom, da si izdelek hitreje zapomnijo.
SKRIVANJE KART	Oglas posreduje le delno resnico in ne daje popolne informacije o izdelku. O izdelku pove samo dobre lastnosti.
PONAVLJANJE	Določene besede ali fraze večkrat ponovimo z namenom, da jih potrošniki zagotovo zaznajo in si jih zapomnijo.
DEJSTVA IN GRAFI	Oglas predstavlja statistiko brez komentarja, ki ustvarja navidezne dokaze o dobrih lastnostih izdelka.
VARČEVANJE	Apeli, pozivi potrošnikom obljublajo varčevanje s časom in denarjem.
UKAZOVANJE	Apeli ukazovanja izhajajo s stališča, da moramo ljudje ubogati avtoriteto. (Kupi to danes!)
PRODAJNI TRNEK	Oglas ponuja že znan izdelek s superlativi – kot najboljši. (Zelo zanimiv in najhitrejši avto.)
OBLIKOVANJE POTREB	Oglaševalci ponujajo izdelek kot nujno potreben, da bi povečali zanimanje zanj, npr. na področju kozmetike, farmacije.
NOVA EMBALAŽA	Izdelek postavimo v novo, pozornost vzbujajočo embalažo, ki varčuje s prostorom, jo je lažje nositi, je bolj praktična, ...

\* (Karmen Erjavec in Zale Volčič, 1999, str. 41)

»Oglasi so oblikovani tako, da gledalci hitro prepoznajo simboliko sporočila in jo hitro umestijo v zgodbo, v določen socialni kontekst. Tako potrošnik z izbiro določenega izdelka izbere imidž tega izdelka in ga simbolno poveže z določenim življenjskim stilom in potrošniško skupino.« (K. Erjavec, Z. Volčič, 1999, str. 17).

Pregledale smo tudi knjigo avtorja **Josepha Sugarmana** z naslovom **Priročnik za pisanje oglasov**: najnovejši vodič za pisanje močnih oglaševalskih in marketinških besedil enega najboljših ameriških piscev oglasov (Joseph Sugarman, Ljubljana, Lisac & Lisac, 2009). Priročnik je zelo podroben, predvsem pa namenjen tistim, ki oglasna besedila sestavljajo. Iz njega povzemamo le nekaj najbolj zanimivih značilnosti časopisnih oglasov.

### Čustva v oglasih

»Glede čustev v oglaševanju se moramo zapomniti treh točk:

- 1. Vsaka beseda je povezana z določenim čustvom in pripoveduje neko zgodbo.
- 2. Vsak dober oglas je **čustveni izliv besed, občutij in vtisov**.

- 3. Prodajamo s čustvi, vendar nakup tudi **razumsko utemeljimo**. Pri pisanju besedila za oglas moramo zato ustvariti okolje, ki bralca prestavi v čustveni miselni okvir, ki prevlada nad razumom.« (J. Sugarman, 2009, str. 88–89 in 350).

### Grafični elementi

Pri snovanju oglasa moramo biti pozorni na deset grafičnih elementov:

- 1. »Naslov (pridobi bralčevo pozornost, pritegne k branju podnaslova)
- 2. Podnaslov (ponudi več informacij, pojasni naslov)
- 3. Slika ali risba (pritegne bralčevo pozornost in bolje prikaže izdelek)
- 4. Besedilo pod sliko (opiše sliko ali risbo)
- 5. Besedilo (poda glavno sporočilo za izdelek ali storitev)
- 6. Naslovi odstavkov (razbije besedilo na posamezne dele)
- 7. Logotip (pokaže ime podjetja, ki prodaja izdelek)
- 8. Cena (prikazana z večjo pisavo ali pa skrita v besedilu)
- 9. Odzivno sredstvo (ponudi bralcu uporabo kupona, brezplačno telefonsko številko ali informacije za naročanje, navadno proti koncu oglasa)
- 10. Splošni izgled, uporaba učinkovitega grafičnega dizajna« (J. Sugarman, 2009, str. 50 – 51 in 350).

### Močni elementi besedila

J. Sugarman navaja, da moramo pri pisanju oglasa upoštevati 23 elementov besedila. V knjigi podaja natančna navodila, kako napisati dober oglasni prispevek. Nanašajo se na vsebino in oblikovanje oglasnega prispevka. Med močnimi elementi besedila izpostavljam le nekatera, npr.

- »Pojasnjevanje izdelka: povemo, kaj izdelek za stranko naredi. Osnovno pravilo: zapleten izdelek predstavimo na zelo enostaven način, enostaven izdelek pa pojasnimo na zelo zapleten način.
- Novi lastnosti: izpostavimo lastnosti, zaradi katerih je izdelek edinstven, nov, nekaj posebnega.
- Tehnična pojasnila: oglas okrepimo s tehničnim pojasnilom – vsi radi kupujemo od strokovnjaka, od nekoga, ki mu zaupamo in ga spoštujemo.
- Ritem: kratek stavek, dolg stavek, srednje dolg stavek, kratek stavek, dolg stavek, srednje dolg stavek – dolžine stavkov ob branju dajejo občutek ritma.
- Izjave zadovoljnih uporabnikov: so dober način za dodajanje verodostojnosti, še posebno, če gre za ugledne osebe ali podjetja.
- Povzetek ponudbe: na koncu oglasa povzamemo (npr. To je torej naša ponudba. Naročite dve posodi in prejeli boste dve posodi, kuharsko knjigo in video samo za 19,9 dolarja).
- Ne povejte preveč: skrčimo besedilo in še vedno povemo isto, držimo se bistva in jedrnatosti.
- Prosimo za naročilo: npr. »Vabim vas, da izdelek kupite danes brez obveznosti.« (J. Sugarman, 2009, str. 141–158 in 351).

### Psihološki sprožilci

Poleg močnih elementov besedila J. Sugarman svetuje, naj imamo pri pisanju oglasnega besedila v spominu še 31 »psiholoških sprožilcev«. V marsikaterem »psihološkem sprožilcu«, kakor jih imenuje J. Sugarman, prepoznamo prepričevalno

metodo, ki jih navajata K. Erjavec in Z. Volčič (njuno poimenovanje prepričevalne metode navajamo na koncu v oklepaju). Naj izpostavimo samo nekatere psihološke sprožilce.

- **»Občutek vključenosti** in lastništva: izdelek naj si kupec predstavlja v svojih rokah... (PREPROSTI LJUDJE)
- **Kredibilnost**: pojasnimo, zakaj so izdelki tako poceni (npr. zaloga izdelkov z Daljnega Vzhoda). Kredibilnost pomeni tudi resničnost in poštenost.
- **Razumsko pojasnilo**: je zagotovilo, da kupca ne izkoriščamo, da mu zagotavljamo vrednost, zato poskrbimo za **razumsko pojasnilo**, da bo kupec lahko opravičil svoj nakup. **Nakup je čustvena izkušnja, ki za opravičilo nakupa uporablja razum.** **Utemeljitev nakupa**: bodoči kupci si morajo utemeljiti nakup, zato moramo na to odgovoriti, sicer kupec izdelka ne bo kupil, ampak bo »še razmislil«.
- **Pohlep**: **Izdelek kupimo samo zato, ker je poceni, čeprav ga sploh ne potrebujemo.** Zato potrošniku ponudimo več, kot običajno dobi za isto ceno. (VARČEVANJE Z DENARJEM)
- **Prepričanost v kupčevo zadovoljstvo**: npr. če z nakupom ne boste zadovoljni, me pokličite in osebno bom uredil, da bodo prišli po izdelek na vaš dom. Povrnili vam bomo vse stroške ... **Ponudimo resnične prednosti in čustva, ki jih izdelek lahko ponudi, da motivira kupce, da ga kupijo.** (PRENOS ČUSTEV)
- **Značaj stranke**: vključimo čustvene vidike kupcev, ki bodo uporabljali izdelek, **razumevanje njihovih potreb in značaja.** (PREPROSTI LJUDJE)
- **Modne muhe** – aktualnost: lahko je to na področju oblačenja, neobičajen besedni izraz, ki postane priljubljen zaradi neke TV oddaje ali reklame, nek **priljubljeni trend.**
- **Želja po pripadnosti**, npr. vožnja z mercedesi – kupci želijo pripadati določenim skupinam ljudi, ki že imajo ta izdelek. (SNOBOVSKI APEL)
- **Želja po zbiranju**: veliko ljudi zbira ure, kavbojke, filme, zgoščenke ..
- **Občutek urgentnosti**: **stranki priskrbimo spodbudo in razlog, da izdelek kupi takoj**; na koncu oglasa naj bo poziv k akciji ali zburjanje občutka urgentnosti, npr. ta cena bo veljala do ..., povzroča strah – **stranka se boji, da ne bo zamudila priložnosti** za nakup izdelka, ker v prihodnosti ne bo več na voljo po isti ceni, npr. nakup izdelkov za krepitev imunskega sistema v času virusa gripe ali alarmne naprave zaradi srahu pred kriminalom. (VARČEVANJE S ČASOM IN DENARJEM)
- **Pripovedovanje zgodb ali govorica slike** - slika je vredna tisoč besed, tudi **zgodba** je lahko neprecenljive vrednosti in **ustvarja čustveno povezavo**, da nas stranka posluša in zbudi zanimanje. (PRENOS ČUSTEV)
- **Občutek krivde**: če dodamo **skromno darilce** npr. nalepke za naslove ..., vzbudimo občutek krivde, čutimo se obvezni, da nekaj naredimo v zameno.
- **Domačnost, poznanost**: če nekdo med branjem opazi značilen oglaševalski format, ki ga pozna že od prej, prepozna **logotip ali ime podjetja**, to v njem vzbudi občutek domačnosti.
- **Upanje**: celotna zdravstvena panoga vzbuja **upanje za zdravje in lepoto** s prodajo vitaminov in drugih prehranskih dodatkov, preprečevanje kožnih gub, ustvarjanje dobrega vtisa na zmenku itd.« (J. Sugarman, 2009, str. 159 –220 in 351) – (OBLIKOVANJE POTREB)



Prepričevalne metode pred 85-imi leti gotovo niso bile tako poznane v oglaševanju kot danes in jih oglaševalci verjetno niso poznali. Kljub temu bo zanimivo ugotoviti, katere od prepričevalnih metod in zakonitosti močnih oglaševalskih besedil so včasih uporabljali (čeprav nezadevno). Predpostavljamo pa, da jih pisci oglasnih besedil danes verjetno dobro poznajo.

Vsak reklamni oglas je objavljen z določenim namenom. Časopisi polovico svojih izdelkov (nekateri tudi do dveh tretjin, »brezplačniki« pa v celoti) **financirajo** z reklamnimi oglasi (K. Erjavec, Z. Volčič, 1999, str. 17). Funkcije oglaševanja za naročnika, za katerega je oglas strošek, pa so trojne:

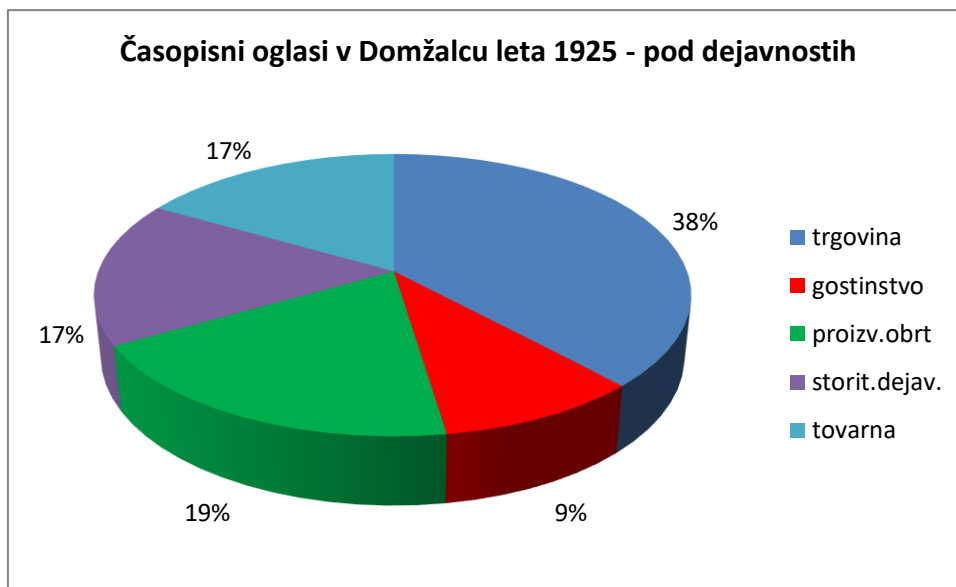
- Naročnik oglasa želi **pospešiti prodajo** izdelka.
- Naročnik oglasa želi kupce **informirati** o novem izdelku ali novem obratovalnem času.
- Naročnik oglasa želi med bralci utrditi svoje ime, svojo **trgovsko znamko**, da jo bodo pri nakupovanju hitreje prepoznali.

## 5 PRIMERJAVA ČASOPISNIH OGLASOV GLEDE NA DEJAVNOSTI, KI JIH OGLAŠUJEJO

Stare časopisne oglase smo poiskale v prvem domžalskem časopisu **Domžalec** v letu 1925 (ki je bilo prvo leto njegovega izhajanja). Najnovejše časopisne oglase pa smo izrezale iz dveh domžalskih časopisov, iz časopisa **Slamnik** (glasilo Občine Domžale) in iz časopisa **Domžalske novice**, ki sta izšla v januarju 2010. Vse časopisne oglase smo razvrstile po dejavnostih, ki jih oglašujejo.

### ČASOPISNI OGLASI IZ LETA 1925

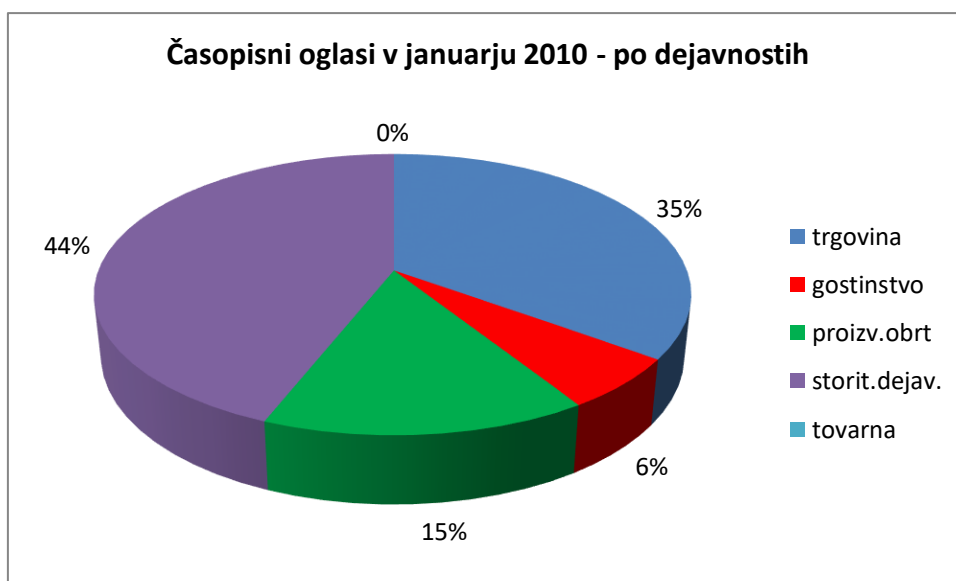
Dejavnosti	Št. oglasov
trgovina	16
gostinstvo	4
proizvodna obrt	8
storitvena obrt	7
tovarna	7
skupaj	45



Ugotavljamo, da je bilo v letu 1925 največ časopisnih oglasov za trgovine (38 %), nato za proizvodno obrt (19 %), za storitveno obrt in za tovarne (po 17 %), 9 % pa za gostinske obrate.

### ČASOPISNI OGLASI JANUARJA 2010

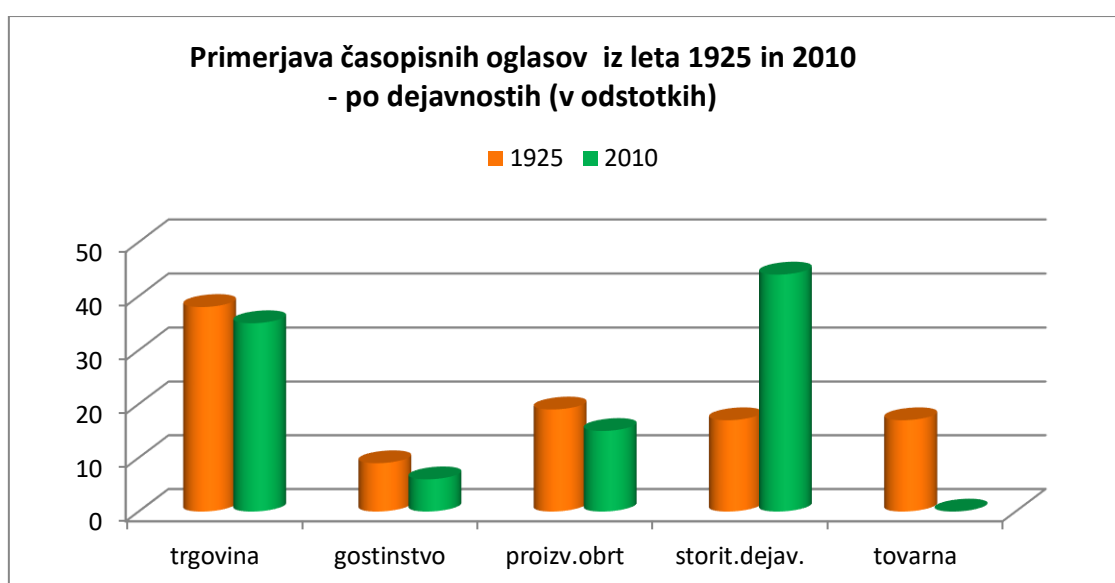
Dejavnost	Št. oglasov
trgovina	12
gostinstvo	2
proizvodna obrt	5
storitvena dejavnost	15
tovarna	0



V domžalskih časopisih iz januarja 2010 je bilo največ oglasov za storitvene dejavnosti (44 %), nato za trgovine (35 %), proizvodno obrt (15 %) in nekaj za gostinstvo (6 %).

### PRIMERJAVA REKLAMNIH OGLASOV V DOMŽALSKIH ČASOPISIH LETA 1925 IN 85 LET KASNEJE

Dejavnost	1925	2010
trgovina	38	35
gostinstvo	9	6
proizvodna obrt	19	15
storitvena dejavnost	17	44
tovarna	17	0

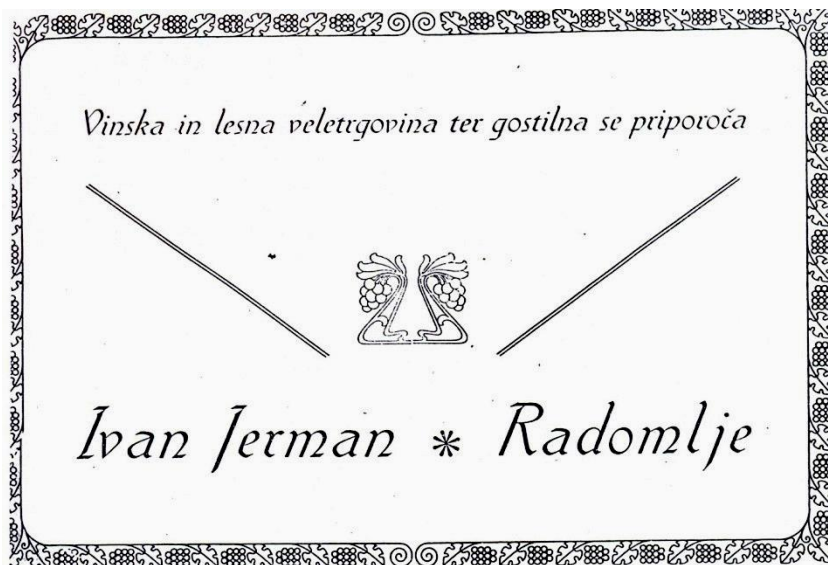


Ugotavljamo, da je danes, v primerjavi z letom 1925, bistveno več časopisnih oglasov za razne storitvene dejavnosti (skoraj polovico vseh oglasov – **44 %**, leta 1925 je bilo takih le 17 %). Oglasov raznih tovarn v novejših časopisov ni bilo, leta 1925 pa je bilo takih oglasov 17 %. Časopisni oglasi iz ostalih dejavnosti (trgovina, gostinstvo in proizvodna obrt) so približno enako oziroma le malo manj pogosto zastopani kot leta 1925. Ugotavljamo tudi, da je bilo leta 1925 veliko reklamnih oglasov za več dejavnosti hkrati (npr. prodaja in popravilo koles, trgovina in gostilna), v letu 2010 pa so oglasi strogo specializirani, namenjeni le za eno dejavnost.

#### Časopisni oglasi za več dejavnosti hkrati – leto 1925

Dejavnosti	Št. oglasov
prodaja-popravilo koles	1
trgovina-gostilna	3
zidarstvo-arhitektura	1
mlin-žaga	1
brivnica-gostilna	1
izdelava kož-strojenje	1
trgovina-žaga	1

tiskarna-kartonaž.tov.	1
trgovina-izdelava sodalice	1



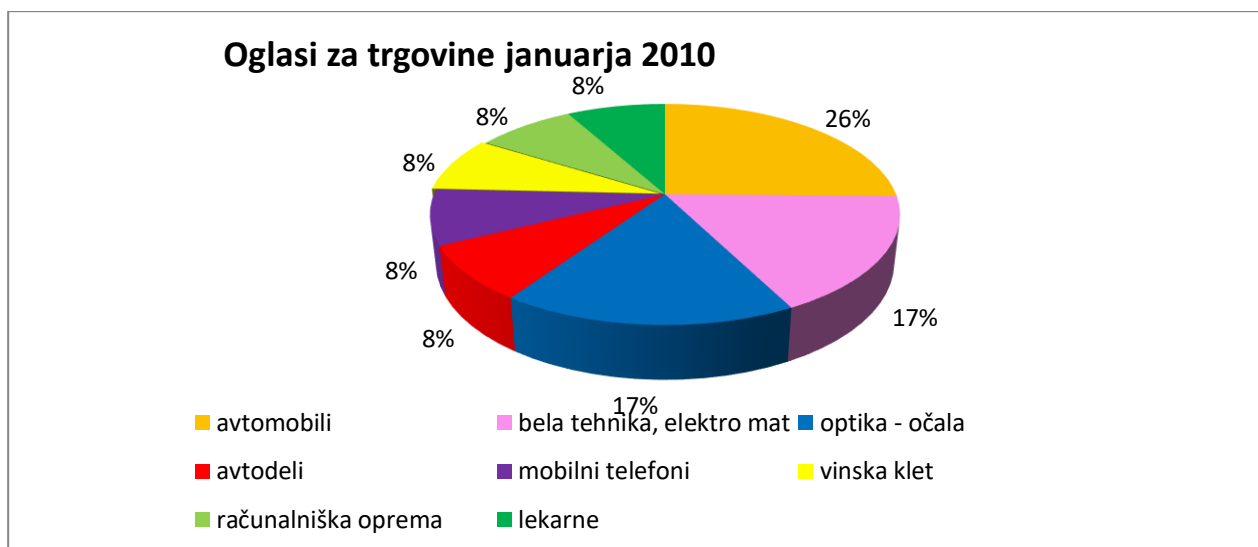
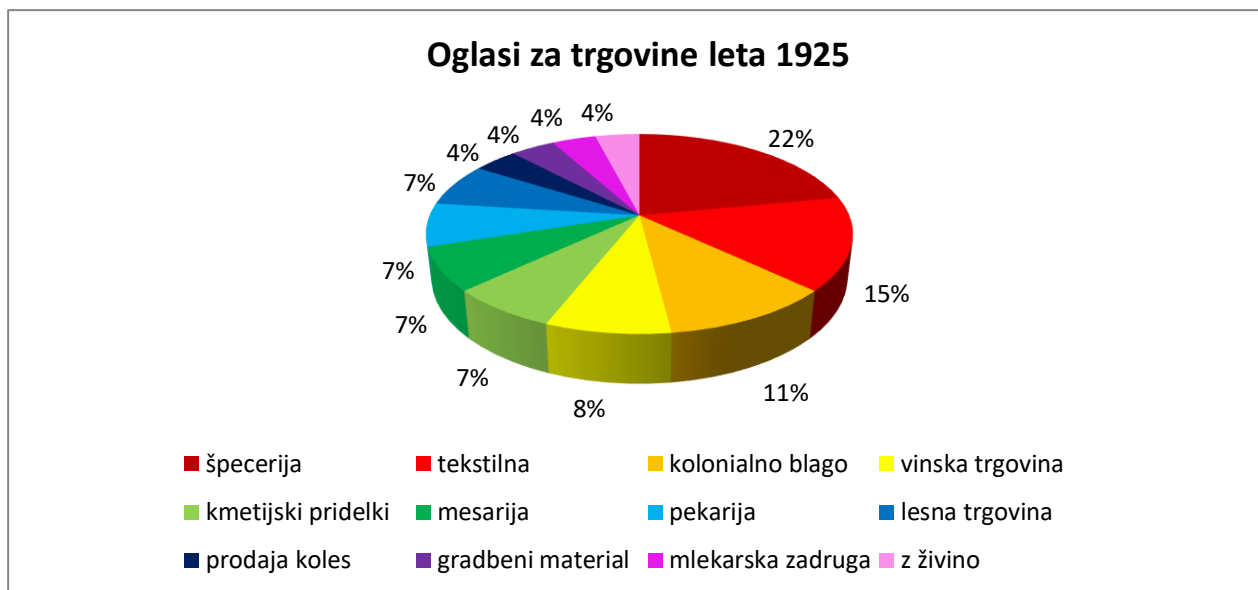
Primer oglasa za več dejavnosti: vinska trgovina, lesna trgovina in gostilna.  
Takšnih oglasov v današnjih časopisih ne zasledimo več.

### PRIMERJAVA ČASOPISNIH OGLASOV ZA TRGOVINE Vrste časopisnih oglasov za trgovine leta 1925

Trgovine	Št. oglasov (%)
špecerija	22
tekstilna	15
kolonialno blago	11
vinska trgovina	8
kmetijski pridelki	7
mesarija	7
pekarija	7
lesna trgovina	7
prodaja koles	4
gradbeni material	4
mlekarska zadruga	4
z živino	4

### Vrste časopisnih oglasov za trgovine leta 2010

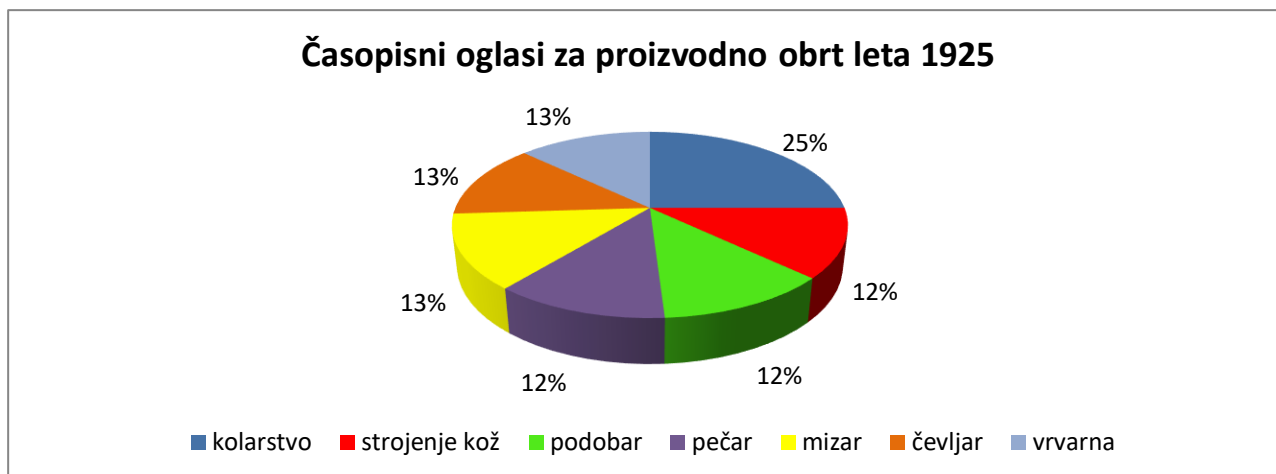
Prodaja	Št. oglasov (%)
avtomobili	25
bela tehnika, elektro mat.	17
optika - očala	17
avtodeli	8
mobilni telefoni	8
vinska klet	8
računalniška oprema	8
lekarne	8



Ugotavljamo, da so leta 1925 oglaševale večinoma živilske trgovine (kmetijski pridelki, mesarija, pekarija, mlekarska zadruga, vinska trgovina) in špecerije. Takih je bilo 55 %. Med starimi oglasi seveda ne najdemo trgovin za avtomobile, mobilne telefone in računalniško opremo, ker teh takrat še ni bilo.

#### PRIMERJAVA PROIZVODNE OBRTI Časopisni oglasi za proizvodno obrt leta 1925

Obrtniki	Št. oglasov (%)
kolarstvo	25
strojenje kož	12
podobar	12
pečar	12
mizar	13
čevljar	13
vrvarna	13



### Časopisni oglasi za proizvodno obrt leta 2010

Obrtniki	Št. oglasov (%)
PVC okna in vrata, ograje	60
steklarstvo	20
šivanje oblačil	20

Precej se razlikujejo tudi oglasi za proizvodnjo obrt. Ugotavljamo, da nekaterih obrti danes ni več (kolarstvo, podobarstvo, vrvarna, strojenje kože, čevljar) ali pa so izredno redke, za druge obrti pa ni oglasov. Opazimo lahko, da se niti ena obrtniška dejavnost, za katero so bili oglasi leta 1925, v novejših oglasih ne pojavi več.

### PRIMERJAVA STORITVENIH DEJAVNOSTI

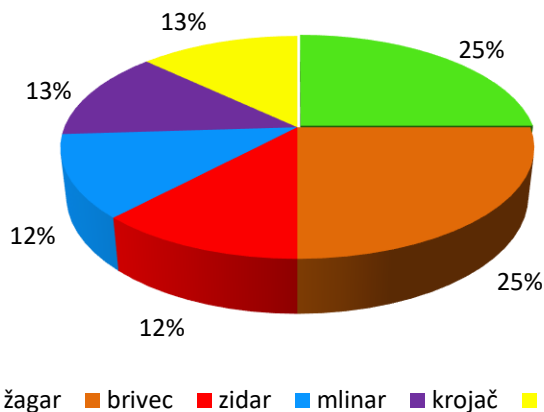
#### Časopisni oglasi za storitveno obrt leta 1925

Obrtniki	Št. oglasov (%)
žagar	25
brivec	25
zidar	12
mlinar	12
krojač	13
pleskar	13

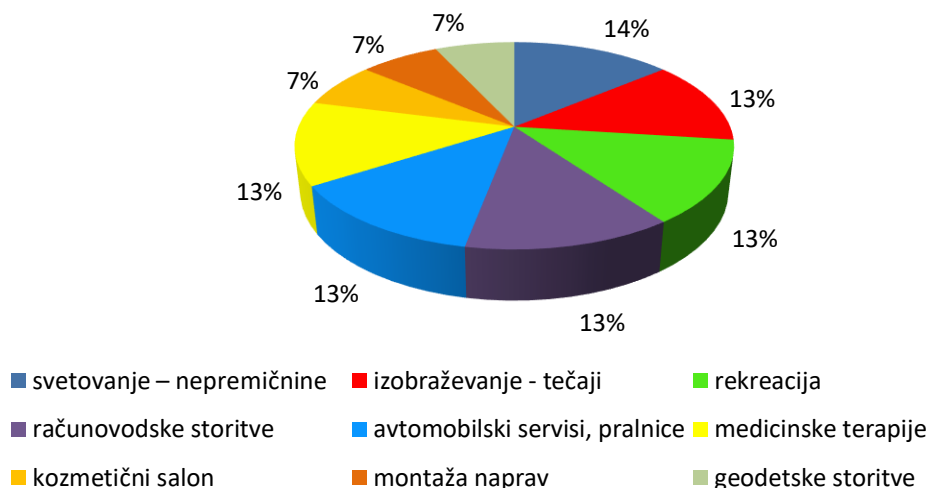
#### Časopisni oglasi za storitvene dejavnosti leta 2010

Dejavnost	Št. oglasov (%)
svetovanje – nepremičnine	14
izobraževanje - tečaji	13
rekreacija	13
računovodske storitve	13
avtomobilski servisi, pralnice	13
medicinske terapije	13
kozmetični salon	7
montaža naprav	7
geodetske storitve	7

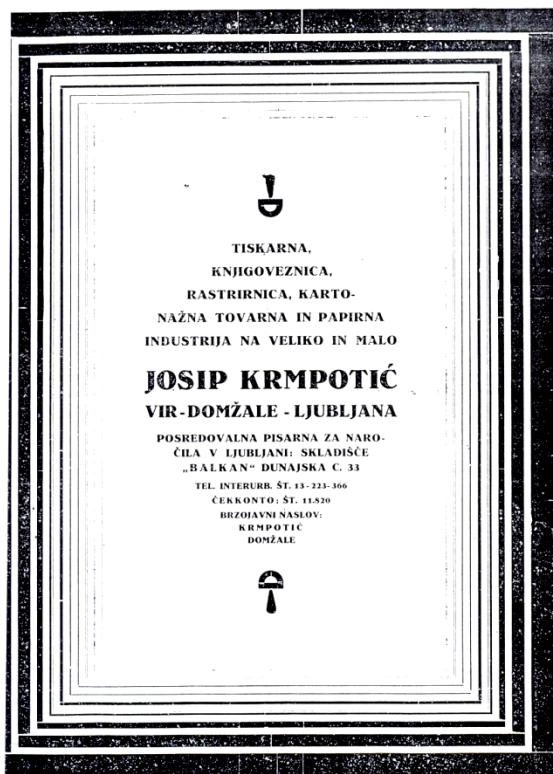
### Časopisni oglasi za storitveno obrt leta 1925



### Časopisni oglasi za storitvene dejavnosti leta 2010



Mnogih storitvenih dejavnosti, za katere so objavljali oglase leta 1925, danes ni več (npr. žagar, mlinar) ali pa ne oglašujejo več. Danes prevladujejo oglasi za storitvene dejavnosti, ki jih včasih ni bilo (svetovanje glede nepremičnin, za izobraževanje, rekreacijo, računovodske storitve, za servisiranje avtomobilov in avtopralnice, za medicinske terapije itd.).



TISKARNA,  
KNJIGOVEZNICA,  
RASTRIRNICA, KARTO-  
NAŽNA TOVARNA IN PAPIRNA  
INDUSTRIJA NA VELIKO IN MALO

**JOSIP KRMPOTIČ**  
VIR-DOMŽALE - LJUBLJANA

POSREDOVALNA PISARNA ZA NARO-  
ČILA V LJUBLJANI: SKLADIŠČE  
„BALKAN“ DUNAJSKA C. 33  
TEL. INTERURB. ŠT. 13-223-306  
ČEKKONTO: ŠT. 11520  
BRZOJAVNI NASLOV:  
KRMPOTIČ  
DOMŽALE



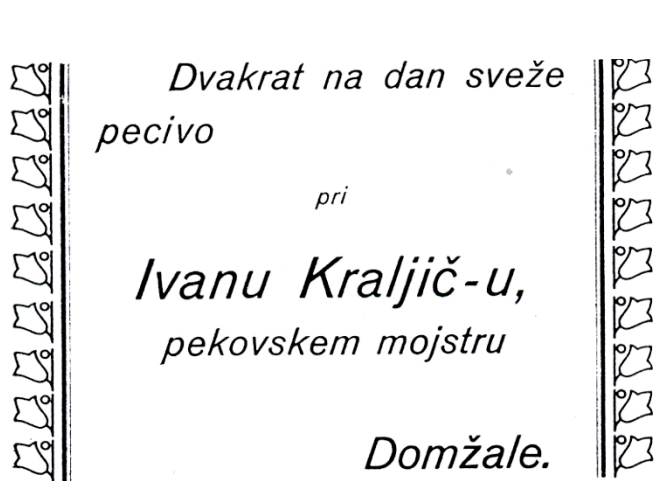
Tov 2

MATIJA RAVNIKAR  
TOVARNA SLAMNIKOV



DOMŽALE :: SLOVENIJA

Med starimi oglasi je bilo veliko oglasov za tovarne.

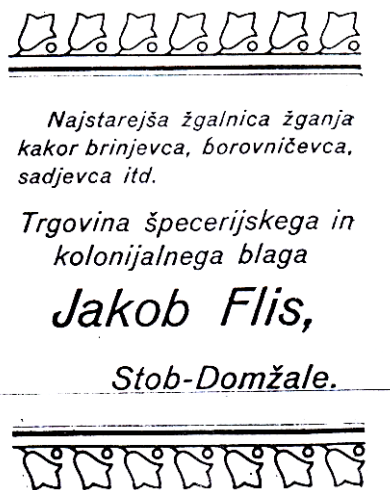


*Dvakrat na dan sveže  
pecivo*

*pri*

*Ivanu Kraljič-u,  
pekovskem mojstru*

*Domžale.*



*Najstarejša žgalnica žganja  
kakor brinjevca, borovničevca,  
sadjevca itd.*

*Trgovina špecerijskega in  
kolonijalnega blaga*

*Jakob Flis,*

*Stob-Domžale.*

Med starimi oglasi prevladujejo oglasi za živilske trgovine.



**AVTOKLEPARSTVO  
AVTOLIČARSTVO**



Popravilo po toči in  
kozmetični popravki

Karner Brane s.p., Bišče 41, 1230 Domžale  
GSM 041/726-995

**ELEKTROTEHNA  
INTERSET**  
MENGEŠ, Trdinov trg 4a  
Tel. 72 37 051  
Faks 72 30 822

**SPECIALIZIRANA PRODAJALNA  
BELE TEHNIKE, AKUSTIKE  
IN ELEKTRO MATERIALA**

**gorenje** **BOSCH** **MATRIX**  
Electrolux **ARISTON**

**OPTIKA BRIGITA**



Nudimo kompletno oskrbo vida:

- pregled oči
- pestra izbira okvirjev
- najnovejša generacija VARILUX PHYSIO stekel
- stekla ANTI-FATIGUE osvežitev za vaše oči
- sončna očala

Delovni čas od pon. do pet. od 10. do 18. ure.  
Bukovčeva 30, Vir pri Domžalah, 01/7211-890

**WATT ELEKTRO, d.o.o.**

Veletrgovina in maloprodaja  
elektroinstalacijskega materiala

**Izredna in pestra ponudba 30 različnih  
vrst vtičnic in stikal**



Brezovce 1, IOC Trzin  
Delovni čas 8h - 16h, sobota 8h - 13h  
Telefon 01/53-05-760, faks 01/53-05-767

**GOTOVINSKI POPUSTI**

Novejši oglasi za izdelke, ki jih leta 1925 še ni bilo.

**AvtoAkustika**



Ferrari MK29200 209 €

Garmia novi 1250 149 €

Samsung Corby 49 €\*

Stikovanje naročniških razmerij in prodaja akcijskih aparatov za podjetje Mobitel.

Vgradnja setov za prostoročno telefoniranje, alarmov in avtoakustike. Prodaja dodatne opreme za mobilnike.

**GARMIN**  
Prodaja in vgradnja navigacij Garmin.

Ugodni naročniški paketi za mlade. Itak.

**AvtoAkustika**  
Ljubljana, Vojkova cesta 58, (041) 777 777  
Domžale, Ljubljanska 73, (031) 555 333  
Jarše, Kamniška cesta 24, (041) 988 988  
Kamnik, Perovo 26, (031) 555 222  
[www.avtoakustika.si](http://www.avtoakustika.si)

**Mobiteli  
Navigacije  
Avtoinstalacije**

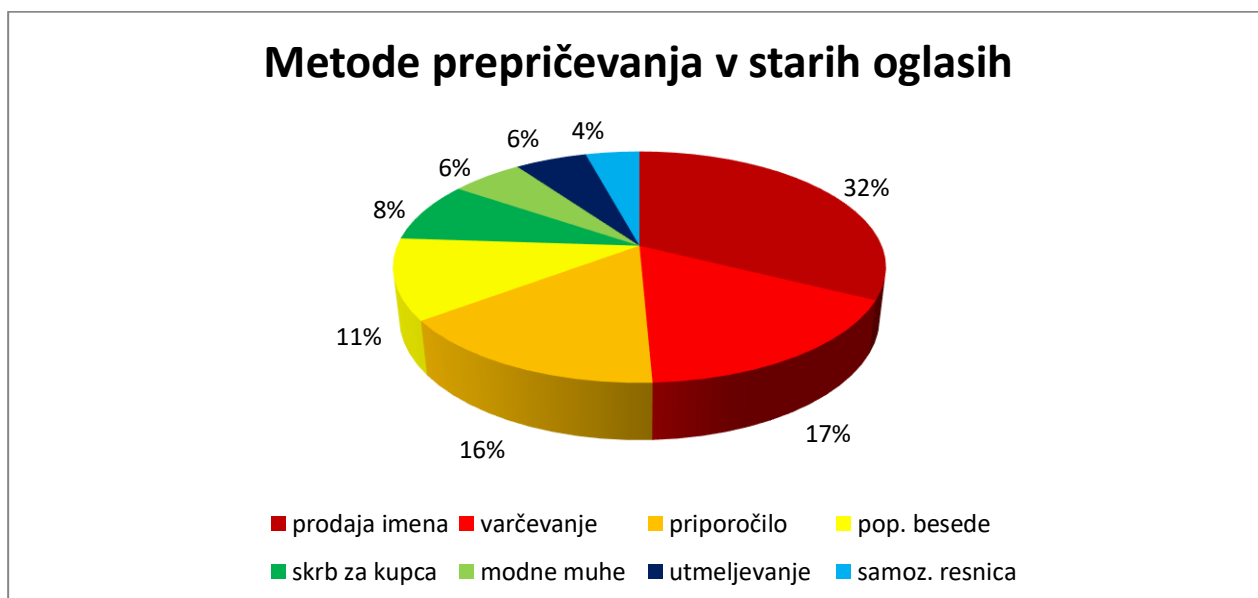
\*Cena velja za sklenitev/podlžjanje naročniškega razmerja s paketoma Povzemi 44 ali 77 za 12 mesecev

Nova tehnologija je prinesla nove oglase.

## 6 PRIMERJAVA ČASOPISNIH OGLASOV GLEDE NA METODE PREPRIČEVANJA

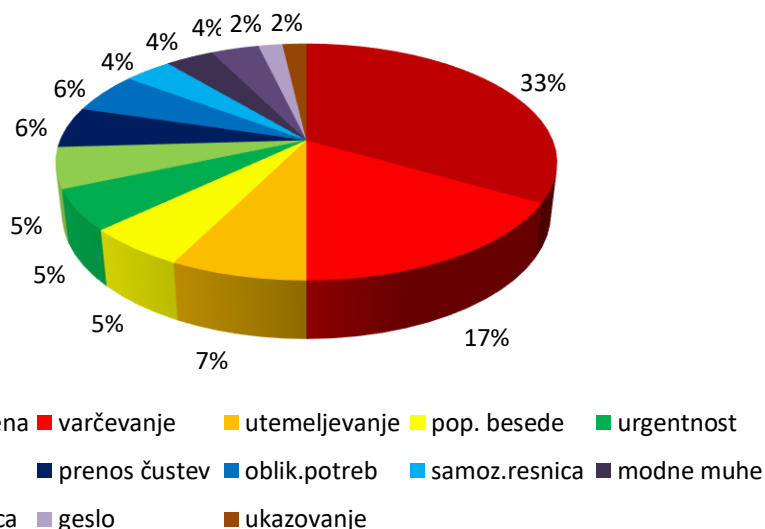
V analizi smo se osredotočile na naslednje metode prepričevanja:

- MODNE MUHE (poudarjanje modnih trendov )
- OBLIKOVANJE POTREB – upanje na lepoto, zdravje, .... – oblikovanje potreb
- POPULARNE BESEDE (skrbno izbrane besede s pozitivno predstavo)
- PRENOS ČUSTEV – pripovedovanje zgodb, govorica slike, vzbujanje pozitivnih čustev
- PRIPOROČILO ali prošnja za nakup (ali za obisk pri storitvenih dejavnostih)
- SKRB ZA KUPCA – razumevanje potreb in značaja kupca (PREPROSTI LJUDJE)
- SAMOZADOSTNA RESNICA – trditve, ki zvenijo splošno sprejete, čeprav v resnici niso
- SNOBOVSKI APEL – želja po pripadnosti eliti – snobovski apel
- VARČEVANJE – s časom in denarjem, skromno darilce, nizke cene
- URGENTNOST – občutek urgentnosti (akcija do določenega datuma)
- PRODAJA IMENA - reklamiranje logotipa, imena podjetja
- UTEMELJEVANJE nakupa – iskanje razlogov za nakup, prednosti izdelka
- SLOGAN – kratke besedne zveze, ki gredo hitro »v uho« in pomagajo potrošnikom, da si izdelek hitreje zapomnijo.
- UKAZOVANJE – apeli ukazovanja izhajajo s stališča, da moramo ljudje ubogati avtoriteto.



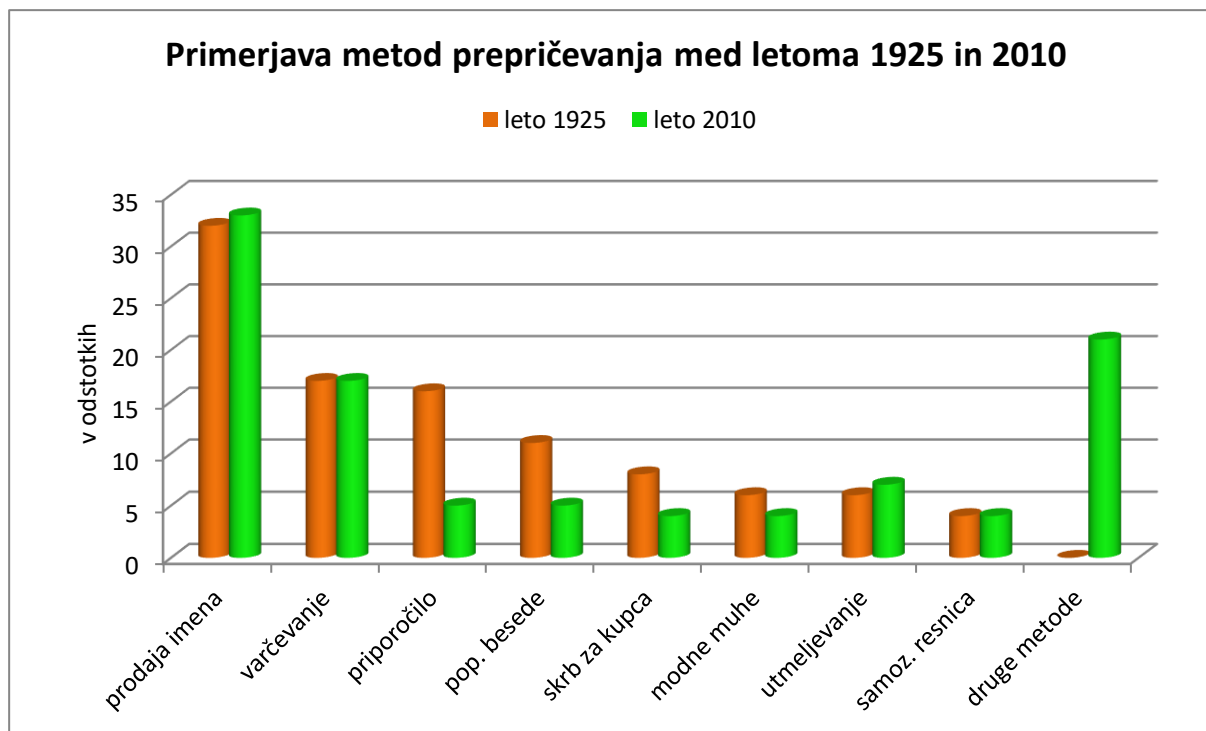
Ugotavljamo, da so v starih oglasih prevladovali naslednje metode prepričevanja: prodaja imena (32 %), varčevanje (17 %), priporočilo (16 %) in popularne besede (11 %). Prodaja imena je prisotna pri vsakem oglasu, pri 32 % oglasov pa je bila to edina metoda prepričevanja.

## Metode prepričevanja v novih oglasih



Tudi v najnovejših časopisnih oglasih prevladuje metoda prodaje imena (33 %), kar pomeni, da so naročniki oglasa želeli samo opozoriti nase. Druga najpogostejša metoda je bila varčevanje (17 %). Poleg teh dveh metod smo ugotovile še vrsto drugih prepričevalnih metod: utemeljevanje, popularne besede, urgentnost, priporočilo, prenos čustev in druge.


Metoda prepričevanja	leto 1925	leto 2010
prodaja imena	32	33
varčevanje	17	17
priporočilo	16	5
popularne besede	11	5
skrb za kupca	8	4
modne muhe	6	4
utemeljevanje	6	7
samozadostna resnica	4	4
druge metode	0	21



Če primerjamo metode prepričevanja v oglasih leta 1925 in leta 2010, ugotovimo naslednje:

- **Prodaja imena** je bila in je najpomembnejša metoda nekoč in danes.
- **Varčevanje** je bilo in je druga najpomembnejša metoda nekoč in danes.
- V starih oglasih so pogosteje uporabljali priporočila (npr. Oglejte si zalogo in prepričali se boste o kvaliteti blaga) in popularne besede (npr. Nudimo vedno najfinejše izdelke).
- **Modni trendi** so bili in so izpostavljeni v starih in novih oglasih, podobno tudi **samozadostna resnica** (npr. Pri nakupu opozarjam vsakega na znamko, ker je ta cement svetovno priznan kot najboljši).
- Utemeljevanje je danes nekoliko pogosteje zastopano kot v starih oglasih (npr. Rezultati vadbe so...).
- Danes v oglasih lahko zasledimo še celo vrsto novejših metod prepričevanja (urgentnost, prenos čustev, oblikovanje potreb, geslo, ukazovanje).

*Vincenc Habjan,*  
*Domžale 35. GA*  
*Gostilna.*



*Trgovina*  
*z govejo živino in konji.*



*Valent. Nemeč,*  
*splošno kolarstvo*




*Domžale.*



Prodaja imena je prisotna pri vsakem oglasu, pri 32 % oglasov pa je bila to edina metoda prepričevanja.

**J. MENART**  
TRGOVEC



**DOMŽALE**  
SLOVENIJA

Glavna zaloga splitskega cementa znamka »SALONA«. Pri nakupu opozarjam vsakega na znamko, ker je ta cement svetovno priznan kot najboljši, za katerega tov. jamči. Velika zaloga manufakture, špecerije, moke. Krasna izbira emajlirane kuhinjske posode, stekla, porcelana itd. — Trgovina z deželnimi pridelki, špiritom in žganjem itd. itd.

Vsled ugodnega nakupa, cene ponovno znižane. Oglejte si zalogo in prepričali se boste o kvaliteti blaga in o najnižjih cenah. — Za cenj. nakup se najtopleje priporočam. — Postrežba točna in solidna. Najnižje dnevne cene!

Časopisni oglaš iz leta 1925. Prepričevalne metode so: samozadostna resnica, varčevanje, popularne besede, priporočilo, skrb za kupca.



**VPISI  
V JEZIKOVNE TEČAJE**  
za otroke in odrasle  
Pohitite, tečaji se že začenjajo!

☎ 01/721 69 13, 041/317 444  
[www.dude.si](http://www.dude.si)

**CENTER  
ZA TUJE  
JEZIKE**  
Breznikova 15  
1230 Domžale



**ALFA INT**  
NEPREMIČNINE DOMŽALE  
[www.alfa-int.si](http://www.alfa-int.si)

Slamnikarska 22, Domžale  
Tel. 01/7213-008, 031/623-072,  
041/648-325  
E-mail: [info@alfa-int.si](mailto:info@alfa-int.si)

V oglas je vključena metoda ukazovanja: Pohitite, tečaji se že začenjajo!

Tudi danes najdemo oglase, ki le opozarjajo nase (prodaja imena) in objavljajo kontakte.

**RAČUNOVODSKI  
SERVIS**



Ljubljanska 80, Domžale,  
tel. 01/721 30 18, e-mail: [cosmos@siol.net](mailto:cosmos@siol.net)

**UPORABLJAMO SPLETNO APLIKACIJO**  
[www.minimax.si](http://www.minimax.si)

**PODJETJE ZA GEODETSKE STORITVE**  
AR d.o.o., Ljubljanska c. 32, Domžale



Tel. 01/724-80-12  
Faks 01/724-80-13  
[ardoo@siol.net](mailto:ardoo@siol.net)  
GSM 031/634-027

**- UGODNE CENE  
- KRATKI IZDELAVNI ROKI**

Oglasi z malo besedila in veliko informacij. V desnem oglasu je vključena metoda varčevanja (ugodne cene) in utemeljevanja (kratki izdelavni roki).



**IZOGNITE SE  
NEPRIJETNEMU  
DARILU!**

**Novi davek!  
NA MOTORNA VOZILA**

**SAMO DO  
31. JANUARJA**

**ČAKAJO VAS POSEBNI POPUST IN 4 ZIMSKE PNEVMATIKE.**

Prodaja vozil: 01/56 27 111, 041/648 166, Servis: 01/56 27 333, 031/648 166  
Nadomestni deli: 01/56 27 222, Avtoveleka: 041 648 166  
E-mail: [info@avtozet.si](mailto:info@avtozet.si), Internet: [www.avtozet.si](http://www.avtozet.si)

**AVTO ZET d.o.o.**  
Dragomelj 26, 1230 Domžale

DELOVNI ČAS: SALON: od 8. do 18. ure, SERVIS: od 8. do 17. ure

Časopisni oglas iz januarja 2010. Prepričevalne metode so: urgentnost, varčevanje, slogan.



**Joga v vsakdanjem življenju Domžale**

**vabi k vpisu  
od 18. januarja  
do 1. februarja**

**Rezultati redne vadbe so:**

- sposobnost, da si pomagamo v vseli življenjski okoliščini
- izboljšanje zdravja in počutja
- povečana sposobnost koncentracije
- samoavtoritativna priprava na vsakdanje življenje
- povečana sposobnost odločitve in odziva
- povečana sposobnost sprejemanja odgovornosti

**Domžale:**  
v prostorih društva, stara OŠ Venclja Perka, Ljubljanska 58, ob ponedeljkih in sredah, od 18. do 19. ure.

**Kamnik:**  
OŠ 27. julija, Tomšičeva 9, ob ponedeljkih in sredah, od 19. do 20. ure.

**Radomlje:**  
OŠ Preserje pri Radomljah, Pelechova 83, ob ponedeljkih, od 19. do 20. ure.

**Informacije:**  
na telefonu 031 231 440, od ponedeljka do petka, od 12. do 14. ure in na [www.jvz.org/domzale](http://www.jvz.org/domzale)

Joga v vsakdanjem življenju je neprofitna, humanitarna in nevladna organizacija.

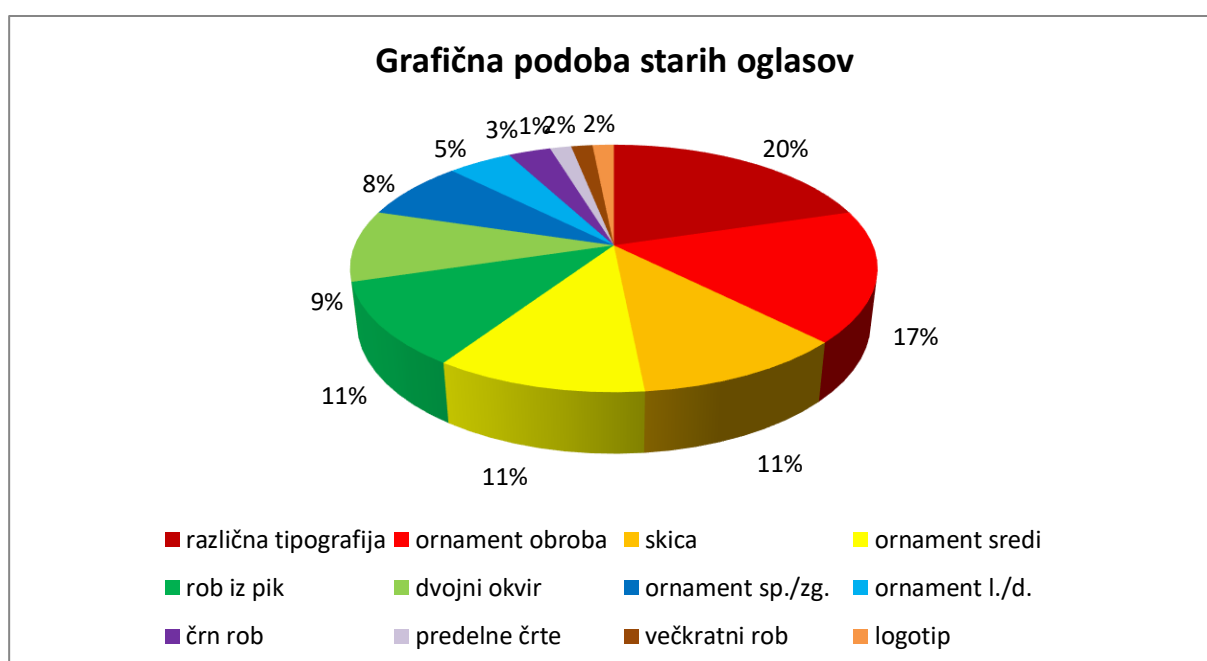
Oglas vsebuje tudi utemeljevanje: Rezultati redne vadbe so ...

## 7. PRIMERJAVA ČASOPISNIH OGLASOV GLEDE NA GRAFIČNO PODOBO

Opazovale smo, ali oglasi imajo:

- fotografije (barvne, črno-bele),
- ornamente ali okrasje,
- barvno ozadje,
- druge posebnosti.
- 

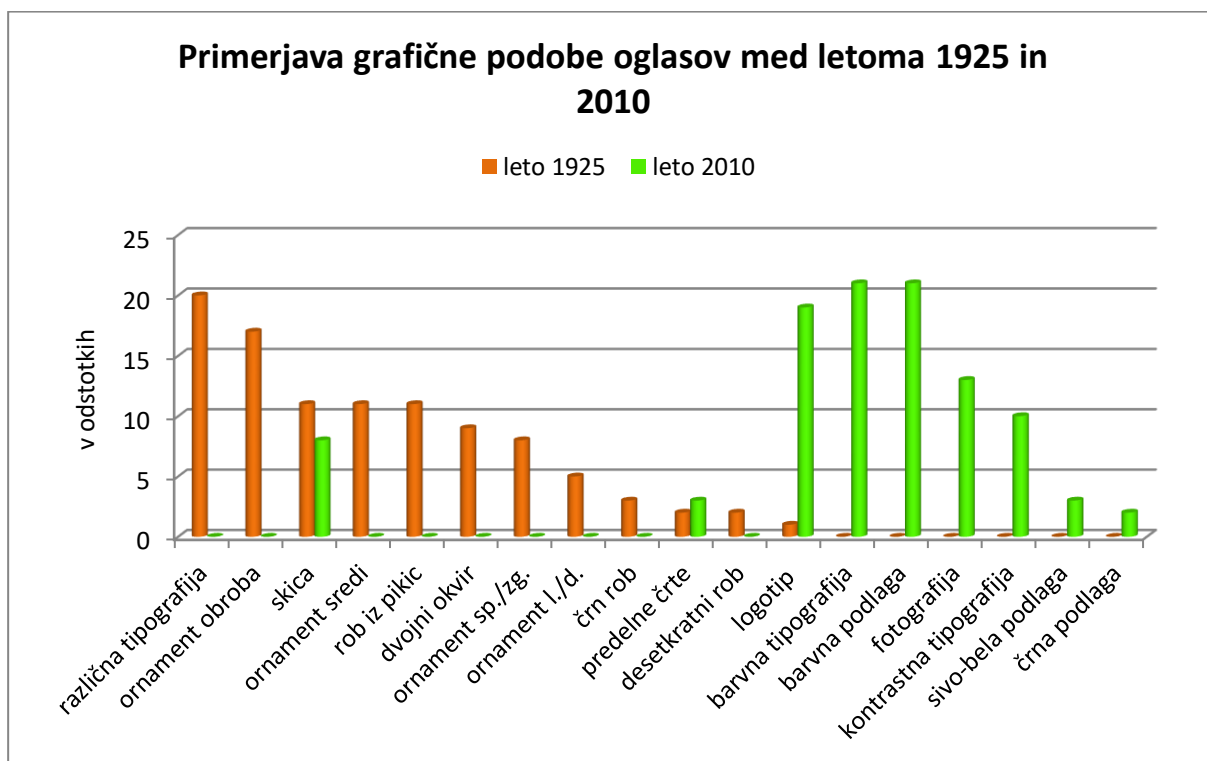
Ugotavljamo, da so imeli in imajo tako stari kot novi časopisni oglasi različno črno tipografijo. Napisani so z različno velikimi črkami in poudarjenimi besedami.



Stari oglasi so oblikovani na preproste načine, kar je verjetno odraz takratne grafične tehnologije. Nekatere oglase so grafično oblikovali samo z različnimi tipografijami, ki so bile različnih velikosti (naslov večji, naštevanje storitev manjši) in so bile različno poudarjene. Takšnih oglasov je bilo 20 %. Pogosto so oglase popestrili z ornamentami, ki so bili za obrobo, za okras v sredini oglasa ali pa za obrobo samo zgoraj in spodaj oziroma levo in desno. Takšnih oglasov je bilo 51 %. Obrobe nekaterih oglasov so bile iz debelega črnega roba, pik ali dvojnega okvirja ali celo desetkratnega roba različne debeline.



Precej drugačni so novejši oglasi. Večinoma uporabljajo več grafičnih elementov hkrati. Prevladujejo oglasi z barvno tipografijo, z barvno podlago in kontrastno tipografijo. 29 % oglasov ima eno ali več fotografij, kar 70 % oglasov ima tudi logotip.



Če primerjamo grafično podobo oglasov leta 1925 in 2010, opazimo velike razlike:

- nekoč so prevladovali samo črno-beli oglasi, danes pa barvni,
- nekoč so popestrili oglase z ornamentami, danes s fotografijami,
- tipografija je bila nekoč samo črna, danes pa prevladuje barvna tipografija, ki je običajno kontrastna s podlago.



**Anton Müller**

vinska trgovina in gostilna



**Stob - Domžale.**

D. HROVAT  
PODOBAR



DOMŽALE

Stare oglase so krasili ornamenti. Pogosta je tudi obroba iz pik.


RESTAVRACIJA  
NOVA POŠTA  
// FRANC OSET //  
/// RESTAVRATER ///



// DOMŽALE //

FRANC MAJDIČ, VIR-DOMŽALE

VALJČNI MLIN NA  
PARO IN TURBINO!



Priporoča svoje prvovrstne mlevske izdelke vseh vrst žita.

PARNA ŽAGA!

Telefon interurb. št. 2      Telefon interurb. št. 2

Črno-bela tipografija z bogatim ornamentom za obrobo (levo) ali trojnim robom (desno).

**PVC OGRAJE**

ZA VRTOVE, DVORIŠČA, TERASE, BALKONE  
ZA PAŠNIKE, MANEŽE

Imajo dolgo življensko dobo, material je UV stabilen, ni potrebno dodatno vzdrževanje, cenovno ugodno.



**Cenovno ugodne PVC ograje z zelo dolgo življensko dobo!**

Neri system d.o.o.  
Študljanska cesta 104, 1230 Domžale  
Tel.: 01/528 51 05, fax: 01/721 95 72  
GSM: 041 639 579, 041 359 430  
[WWW.NERISYSTEM.SI](http://WWW.NERISYSTEM.SI)  
info@nerisystem.si



Oglas iz januarja 2010 vsebuje štiri fotografije izdelkov.

## 8. RAZPRAVA

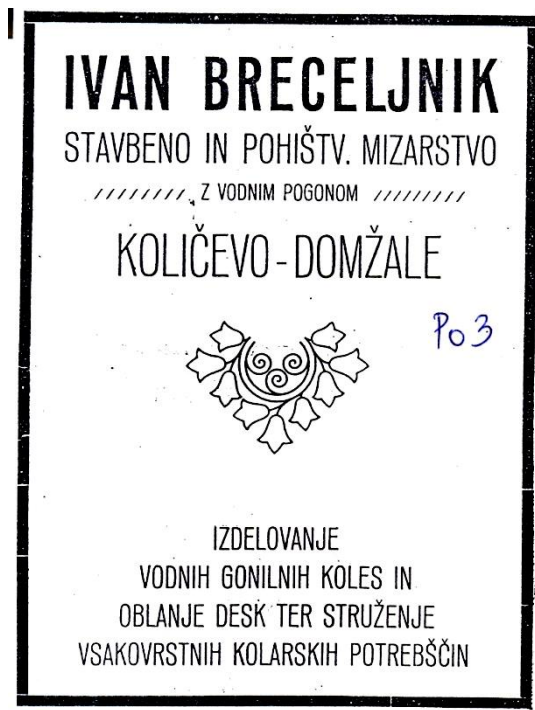
Pred raziskovanjem smo postavile več hipotez. Poglejmo, če so rezultati potrdili naše hipoteze.

Predvidevale smo:

- »Med reklamnimi oglasi leta 1925 in 2010 so velike razlike. Spremenilo se je življenje ljudi, dejavnosti, od katerih ljudje živijo, zato danes oglašujejo druge izdelke in dejavnosti kot pred 85-imi leti. Zaradi razvite tehnologije in raznih tehničnih pripomočkov so ti danes tudi predmet oglaševanja.« – Ta hipoteza se je v celoti potrdila.

Predvidevale smo:

- »Metode prepričevanja so danes dodelane, natančno načrtovane z namenom vzbuditi pozornost in pritegniti bodoče kupce. Nekoč pa so v časopisnih oglasih oglaševali predvsem zaradi informiranja, saj predvidevamo, da na trgu ni bilo takšne konkurence kot danes.« – Tudi ta hipoteza se je v glavnem potrdila. Ugotovile smo, da sta bili metodi prodaja imena in varčevanje velikokrat uporabljeni tudi v starih oglasih. Včasih so bolj vključevali priporočila, popularne besede in skrb za kupca, danes po uporabljajo še vrsto novejših metod (urgentnost, prenos čustev, oblikovanje potreb, geslo itd.).



Stari oglasi so uporabljali le črno-belo tipografijo, ker drugačne še niso poznali.

Predvidevale smo:

- »da so na domžalskem območju leta 1925 največ oglaševali slamnike, kmetijske pridelke, kmečko orodje, čevlje, šiviljske storitve in gostilne. Danes največ oglašujejo avtomobile in mobilne telefone.« – Hipoteza se je v celoti potrdila.

Predvidevale smo:

- »Reklamni oglasi so bili preprosti, črno–beli in niso vsebovali veliko slik. Danes so časopisni oglasi lepo oblikovani, barvno izstopajoči in imajo lepe barvne fotografije.« – Hipoteza se je potrdila. Ugotovile smo, da v oglasih v letu 1925 slik sploh ni bilo.



Barvne fotografije in barvna tipografija sta značilnosti današnjih oglasov.

## 9. ZAKLJUČEK

Pri izdelavi raziskovalne naloge smo spoznale dejavnosti, ki so jih leta 1925 oglaševali. V tem času se je nekoliko spremenil tudi jezik. Včasih so npr. pisali: »Postrežba kulantna!« Danes tega izraza ne poznamo več. Zanimivo nam je bilo ugotavljati razlike med starimi in novimi oglasi. Ob tem smo se tudi marsikaj novega naučile. Ugotovile smo tudi, kako so se v tem času spremenile dejavnosti in tehnologija.

Svoje raziskovanje bi lahko nadaljevale tako, da bi raziskovale časopisne oglase v vmesnem časovnem obdobju. Na ta način bi ugotovile proces spreminjanja oglasov in dejavnosti v zadnjih 85-ih letih.

## 10. LITERATURA VIRI

### LITERATURA:

- Karmen Erjavec in Zale Volčič: Medijska pismenost, priročnik za učitelje osnovne šole, Ljubljana: DZS, 1999.
- Joseph Sugarman: Priročnik za pisanje časopisnih oglasov: najnovejši vodič za pisanje močnih oglaševalskih in marketinških besedil enega najboljših ameriških piscev oglasov, prevod Natalie Lisac, Ljubljana: Lisac & Lisac, 2009.

### VIRI:

- Domžalec, nepolitičen list v proslavo trga, Domžale, Propagandni odbor v proslavo trga Domžale, Domžale, od št. 1 do št. 5.
- Slamnik, javno glasilo Občine Domžale, letnik L, št. 1, 22. januar 2010.
- Domžalske novice, brezplačnik, štirinajstdnevnik - časopis na domžalsko-kamniško območje, letnik XVIII, številka 1, 15. januar 2010.

## 11. PRILOGE

- Priloga 1: Časopisni oglasi v domžalskih časopisih leta 1925 – Analiza metod prepričevanja  
Priloga 2: Časopisni oglasi v domžalskih časopisih januarja 2010 – Analiza metod prepričevanja  
Priloga 3: Grafična podoba časopisnih oglasov iz leta 1925  
Priloga 4: Grafična podoba časopisnih oglasov iz leta 2010

## PRILOGA 1

### ČASOPISNI OGLASI V DOMŽALSKIH ČASOPISIH LETA 1925 – ANALIZA METOD PREPRIČEVANJA

#### Trgovine

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Besedilo, ki metodo dokazuje	Metode prepričevanja
1. J. Menart, trgovec, Domžale glavna zaloga splitskega cementa znamka SALONA, velika zaloga manufakture, špecerije, moke, emajlirane kuhinjske posode, stekla, porcelana, trgovina z deželnimi pridelki, špiritom in žganjem itd. itd.	Glavna zaloga splitskega cementa znamka »SALONA«. Pri nakupu opozarjam vsakega na znamko, ker je ta cement svetovno priznan kot najboljši, za katerega tov. jamči. Velika zaloga manufakture, špecerije, moke. Krasna izbira emajlirane kuhinjske posode, stekla, porcelana itd. – Vsled ugodnega nakupa cene ponovno znižane. Oglejte si zalogo in prepričali se boste o kvaliteti blaga in o najnižjih cenah. Za cenj. nakup se najtopleje priporočam. – Postrežba točna in solidna. Najnižje dnevne cene!	Samozadostna resnica Varčevanje Vključevanje Priporočilo Skrb za kupca
2. Lekarna k Mariji Pomočnici, Mr. Ph. Drago Milič, Domžale (poleg kolodvora) Vsa zdravila, specialitete in obvezilni material	Nova moderno urejena lekarna	Modne muhe
3. Franc Habjan (Rode), Domžale trgovina z živino		Prodaja imena
4. Josip Kuralt, Domžale trgovina z moko in deželnimi pridelki na debelo, izdelovanje sodalice in pokalice		Prodaja imena
5. Jos. Senica, Domžale trgovina	Srečno in veslo novo leto želi vsem cenj. odjemalcem, prijateljem in znancem	Skrb za kupca
6. M. Repič, Domžale volнено in platneno blago, galanterija, klobuki, dežniki, perilo, špecarijsko in kolonialno blago	Cene brez konkurence Daleč naokrog znana trgovina	Varčevanje Samozadostna resnica
7. Romana Ložar, Domžale trgovina špecerijskega, kolonialnega in manufakturnega blaga	Cene najnižje, postrežba točna	Varčevanje, Skrb za kupca
8. Andrej Kovač, Domžale mesar		Prodaja imena
9. Fr. Steiner, Stob, Domžalah prekajevalec in mesar	Nudi vedno najfinejše izdelke	Popularne besede
10. Ivan Kraljič, pekovski mojster, Domžale pecivo	Dvakrat na dan sveže pecivo, pekovski mojster	Utemeljevanje
11. Jakob Dežela, Mengeš pekarija		Prodaja imena
12. Jože Rape, modno krojaštvo, Domžale trgovina in manufaktura		Prodaja imena
13. Alojz Cerar, ključavničar in mehanična delavnica, Domžale prodaja, popravlja kolesa in	... po najnižji ceni	Varčevanje

šivalne stroje, prevzema prenavljanje koles, lakiranje peči in ponikljanje istih		
14. Jakob Flis, najstarejša žgalnica žganja kakor brinjevca, borovničevca, sadjevca itd., Stob, Domžale trgovina špecerijskega in kolonialnega blaga	Najstarejša žgalnica žganja (tradicija)	Prodaja imena utemeljevanje
15. Mlekarska zadruga, Radomlje mlečni izdelki, specialiteta: čajno maslo	Priporoča svoje najboljše izdelke	Popularne besede, priporočilo Prodaja imena
16. Ivan Jerman, Radomlje vinska in lesna veletrgovina ter gostilna	Se priporoča	Priporočilo Prodaja imena
17. Vinska trgovina Ant. Müllerja v Domžalah, vinska trgovina in gostilna, velika zaloga zajamčeno naravnih vin iz dolenskih, hrvatskih in štajerskih vinskih goric	Priporoča p. n. gostilničarjem svojo <u>veliko zalogo zajamčeno</u> naravnih vin iz dolenskih, hrvatskih in štajerskih vinskih goric ter zagotavlja <u>točno in solidno</u> <u>postrežbo po primernih cenah</u>	Priporočilo, popularne besede, Varčevanje,

#### Storitvena obrt

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Besedilo, ki metodo dokazuje	Metode prepričevanja
1. Franc Vojska, Domžale vsa slikarska in pleskarska dela	Cene najnižje. Izvršitev solidna.	Varčevanje, skr b za kupca
2. Ilko Petković, Domžale brivski salon	Slavnemu občinstvu se priporoča	Priporočilo, Popularne besede
3. Stavbeno podjetje Ivan Sršen, Domžale Izvršuje vsa v stavbeno stroko spadajoča dela. Nadtalne stavbe vseh vrst od najenostavnejše do najmodernejše izvršitve. Vzdava turbin. Gradi vodovodne naprave, tovarniška poslopja. Opekarne in visoke dimnike. Špecialne opečne in betonske votle stene s 40 % prihranka pri materialu. Železobetonski stropi in mostovi itd. Naprava načrtov in arhitektura.	Strokovni obisk brezplačen. Dolgoletna praksa. Cene 20 % znižane! ... s 40 % prihranka pri materialu.	Varčevanje, utemeljevanje
4. Franc Majdič, Vir – Domžale, valjni mlin na paro in turbino, parna žaga, Vir, Domžale, Telefon interurb. št. 2. Telefon interurb. št. 2. mlevski izdelki vseh vrst žita, parna žaga	Priporoča svoje prvovrstne mlinske izdelke vseh vrst žita	Popularne besede, priporočilo
5. Joško in Minka Videmšek, Mengeš št. 56 brivnica in gostilna		Prodaja imena
6. Franc Ahčin, krojaški salon, Domžale	Za vsa modna krojaška dela se priporoča	Priporočilo, modne muhe

vsa modna krojaška dela		
-------------------------	--	--

### Proizvodna obrt

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Besedilo, ki metodo dokazuje	Metode prepričevanja
1. J. Adamič, Domžale Vrvarna, podružnica Kamnik		Prodaja imena
2. Valentin Nemec, Domžale splošno kolarstvo		Prodaja imena
3. Ivan Brecejnik, stavbeno in pohištveno mizarstvo (z vodnim pogonom), Količevo izdelovanje vodnih gonilnih koles in oblanje desk in struženje vsakovrstnih kolarskih potrebščin		Prodaja imena
4. Podboršek & Bolhar, Vir pri Domžalah izdelovanje vsakovrstnih kchrom/box/chevret usnja/ svinj. kož za tapeciranje, prevzemanje vsake množine in vseh vrst kož za strojenje		Prodaja imena
5. D. Hrovat, Domžale, podobar		Prodaja imena
6. Anton Gregorec, pečarija, Mengeš Izdeluje in ima vedno na zalogi sobne in krušne peči, štedilnike od najpreprostejše do najfinejše kakovosti, kakor tudi terakoto za vrtove	Ceniki na zahtevo brezplačno, cene brez konkurence, postrežba kulantna	Varčevanje, Skrb za kupca
7. Ivan Narobe, mizar v Trzinu št. 60 pri Domžalah, lepa moderna pohištva in druga mizarska dela	Lepa moderna pohištva, izvršuje točno in po jako nizki ceni	Varčevanje, utemeljevanje modne muhe,
8. Splošno čevljarstvo Alojzij Loboda, Domžale	Se priporoča p. n. občinstvu za vsa tozadevna naročila. Izvrševanje vedno po najnovejši modi. Cene zmerne! Postrežba kulantna!	Priporočilo, modne muhe, varčevanje, skrb za kupca
9. Josip J. Rus in drug, Domžale parna žaga in lesna trgovina		Prodaja imena
10. Janez Vrečar, Domžale Podobar in mizar		Prodaja imena

### Gostinstvo

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Besedilo, ki metodo dokazuje	Metode prepričevanja
1. Vincenc Habjan, Domžale 35. Gostilna. Trgovina z govejo živino in konji.		Prodaja imena
2. Ivana Habjan, Domžale Priporoča svojo staro znano gostilno, kjer se točijo le pristna vina.	Priporoča svojo staro znano gostilno, kjer se točijo le pristna vina.	Popularne besede, priporočilo Samozadostna resnica
3. Gostilna Milka Slokar-jeva, Domžale	Slavnemu občinstvu najtopleje priporočam mojo gostilno	Priporočilo Popularne besede
4. Restavracija Nova pošta, Franc Oset, (restavrater) Domžale		Prodaja imena
5. Nova otvorjena restavracija v Domžalah se za cenj. poset najtopleje priporočava A. & P. Orehek, Ljubljanska cesta 85	... se za cenj. poset najtopleje priporočava ...	Priporočilo Popularne besede

**Tovarne**

<b>Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe</b>	<b>Besedilo, ki metodo dokazuje</b>	<b>Metode prepričevanja</b>
1. Tovarna slamnikov in klobukov J. Oberwalder & CIE, Domžale, Slovenija tovarna slamnikov in klobukov	Trade mark	Prodaja imena
2. Matija Ravnikar, tovarna slamnikov, Domžale, Slovenija tovarna slamnikov		Prodaja imena
3. Tovarna slamnikov in klobukov Franc Cerar, Domžale, brozovjavni naslov: Logar Domžale, Tlefon interurban št. 11 tovarna slamnikov in klobukov		Prodaja imena
4. Tovarna slamnikov in ročnih torbic (cekrajev) Viktor Mazovec, Domžale, Trgovina z deželnimi pridelki Tovarna slamnikov in ročnih torbic (cekarjev), trgovina z deželnimi pridelki		Prodaja imena
5. Bistra, kemična tovarna olja, lakov in barv, d. z o. z., Domžale kemična tovarna olja, lakov in barv	Nudi svoje izdelke po najnižji ceni.	Varčevanje
6. Alojzij Škrabar, tovarna slamnikov, Domžale Izdeluje damske slamnike in prevzema vsako množino istih v popravilo	Cene solidne	Varčevanje
7. Tiskarna, knjigoveznica, rastrirnica, kartonažna tovarna in papirna industrija na veliko in malo, Josip Krmpotič, Vir – Domžale – Ljubljana tiskarna, knjigoveznica, rastirnica, kartonažna tovarna in papirna industrija na veliko in malo		Prodaja imena

**PRILOGA 2**

**ČASOPISNI OGLASI V DOMŽALSKIH ČASOPISIH JANUARJA 2010 – ANALIZA METOD PREPRIČEVANJA**

**Trgovina**

<b>Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe</b>	<b>Besedilo, ki metodo dokazuje</b>	<b>Metode prepričevanja</b>
1. Podjetje Avto Akustika d.o.o., Domžale, Ljubljanka 73, Jarše, Kamniška cesta 24 Mobiteli, navigacije, avtoinstalacije; sklepanje naročniških razmerij in prodaja akcijskih aparatov za podjetje Mobitel, Garmin – prodaja in gradnja navigacij Garmin, vgradnja setov za prostoročno telefoniranje, alarmov in avtoakustike, prodaja dodatne opreme za mobilnike.	... prodaja akcijskih aparatov za podjetje Mobitel ... ugodni naročniški paketi za mlade. Itak.	Varčevanje Popularne besede Samozadostna resnica
2. Optika Martina Škofic, Ljubljanska 87, Domžale	Informacija o delovnem času	Prodaja imena



<p>3. Optika Brigita, Vir pri Domžalah, Bukovčeva 30 Pregled oči, pestra izbira okvirjev, najnovejša generacija VARILUX PHYSIO stekel, stekla ANTI-FATIQUE osvežitev za vaše oči, sončna očala</p>	<p>pregled oči, razne vrste očal, delovni čas pestra izbira okvirjev, najnovejša generacija stekel</p>	<p>modna muha popularne besede</p>
<p>4. Fermi, trgovina z avtodeli, Radomlje, trgovina, delavnica Potrošni material, zavore, sklopke, filtri, amortizerji, metlice, brisalci</p>	<p>Naštevnanje prodajnih izdelkov</p>	<p>Prodaja imena</p>
<p>5. Renault, Avto Set d.o.o., Dragomelj 26, 1230 Domžale, prodaja vozil, nadomestni deli</p>	<p>Izognite se neprijetnemu darilu! Čakajo vas posebni popusti in štiri zimske pnevmatike Samo do 31. januarja</p>	<p>Urgentnost Priporočilo Geslo varčevanje</p>
<p>6. Toyota, AC Lovše, Jarška cesta 11, Domžale, Toyota Verso, Rava, Yaris, Urban Cruiser</p>	<p>Sanjska priložnost Brezplačni paket Barvna fotografija</p>	<p>Varčevanje Prenos čustev Samozadostna</p>
<p>7. Citroën, Avto Detr d.o.o., Mengeš, Slovenska cesta 66, Prodaja avtomobilov Citroën Xsara Picasso</p>	<p>Poceni izdelki, Pohitite v naš salon še pred uvedbo novega davka! ... že za 11.990 EUR</p>	<p>Urgentnost Varčevanje ukazovanje</p>
<p>8. Mestne lekarne, Lekarna Domžale, Ljubljanska 72, Domžale, Lekarna Mengeš, Zoranina 3, Mengeš, Lekarna Radomlje, Cesta borcev 5a, Radomlje</p>	<p>Delovni čas posameznih lekarn</p>	<p>Prodaja imena</p>
<p>9. DARCOMPUTERS, Domžale, sistemi po vaših željah, svetovanje, hitra dobava, potrošni material, igre, servis vseh vrst računalnikov</p>	<p>Sistemi po vaših željah, Hitra dostava</p>	<p>Skrb za kupca</p>
<p>10. SIRK Aljoša, Goriška Brda, Vinska klet Domžale, Ljubljanska cesta 138 (pri križišču Domžale – Celje), kvalitetna odprta in vrhunska buteljčna vina</p>	<p>Vrhunska kvaliteta. Nudimo vam kvalitetna odprta in vrhunska buteljčna vina</p>	<p>Popularne besede</p>
<p>11. WATT ELEKTRO d.o.o., Veletrgovina in maloprodaja elektroinstalacijskega materiala, Brezovce 1, IOC Trzin</p>	<p>Različni logotipi (Gorenje, Bosch...)</p>	<p>Prodaja imena</p>
<p>12. ELEKTROTEHNA INTERSET, Mengeš, Trdinov trg 4a, Specializirana prodajalna bele tehnike, akustike in elektro materiala</p>	<p>Specializirana prodajalna</p>	<p>priporočilo</p>

**Storitvena obrt / storitvene dejavnosti**

<b>Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe</b>	<b>Besedilo, ki metodo dokazuje</b>	<b>Metode prepričevanja</b>
1. Ekotrend d.o.o., Ekotrend inženiring, d.o.o., Škrjančevo 8, Radomlje Načrtovanje in montaža toplotnih črpalk Stiebel Eltron in solarne tehnike DeDietrich	Logotipi	Prodaja imena
2. Medicinska pedikura Pančur, Vlasta Pančur, v stavbi zdravstvenega doma Domžale	Delovni čas	Prodaja imena
3. Kozmetični salon Lotos, Pelechova ul. 18, 1235 Radomlje, nasproti LIP Radomlje, za knjigarno Lipa, Radomlje, terapevtske masaže, zahtevne pedikure, alessandro gelirani nohti, depilacija – peron rigot, preoblikovanje telesa, odprava celulita in maščobnih blazin, ultrasoniq – nekirurški lifting obraza, kavitacija – nekirurška liposukcija	Naštevaje storitev	Prodaja imena Oblikovanje potreb
4. DiC- dermatološko internistični center, Kecelj d. o. o, Vodnikova 3a, 1230 Domžale, specialistične ambulante, ultrazvočne preiskave, razširjeni sistematski pregledi, laserski posegi na koži	Novo! Laserski posegi na koži!, delovni čas (naročanje)	Modna muha
5. Remax Naj-dom, Karo d. o. o., Slovenka cesta 24, Mengeš, Svetovanje in posredovanje pri prodaji, nakupu, menjavi, oddaji ali najemu vseh vrst nepremičnin na območju občin Mengeš, Domžale, Kamnik in Trzin	Naštevaje storitev, <a href="http://www.karo.si">www.karo.si</a>	Prodaja imena
6. DUDE, Center za tuje jezike, Domžale, Breznikova 15 Jezikovni tečajji za otroke in odrasle	Pohitite, tečajji se že začenjajo!	Urgentnost
7. Joga v vsakdanjem življenju, Domžale in	Delovni čas, rezultati vadbe Vabi k vpisu ...	Priporočilo, Utemeljevanje

Radomlje, neprofitna, humanitarna in nevladna organizacija, vabi k vpisu	Rezultati vadbe so ...	Oblikovanje potreb
8. BERNARDI tenis, beach volley, sauna, solarij, Vir, Hubadova ulica 14, Domžale	Delovni čas, beach volley ... Rezervacije za savno	Prodaja imena
9. Info biro, Zavod za informiranje in izobraževanje, Ljubljanska 80 (SPB1), Domžale, Računalniški tečaji, strojepisje na računalniku, začetni in nadaljevalni tečaj za vodenje poslovnih knjig	Delovni čas, popusti Cena 300 EUR (plačilo lahko na obroke), z obiskom tečaja je nakup programa 20 % kcenejši!	Skrb za kupca Varčevanje
10. IPSE, Računovodski in pravni servis, za javne zavode, zavode, društva, s. p. in družbe, Borovec 2a, Trzin	<a href="mailto:info@ipse.si">info@ipse.si</a>	Prodaja imena
11. Podjetje za geodetske storitve AR d. o. o., Ljubljanska c. 32, Domžale	Ugodne cene, kratki izdelavni roki	Varčevanje utemeljevanje
12. ALFA NEPREMIČNINE, INT DOMŽALE, Slamnikarska 22, Domžale	<a href="http://www.alfa-int.si">www.alfa-int.si</a>	Prodaja imena
13. Računovodski servis COSMOS, Ljubljanska 80, Domžale	Uporabljamo spletno aplikacijo <a href="http://www.minimax.si">www.minimax.si</a>	Prodaja imena Utemeljevanje
14. AVTOPRALNICA S&S, v garažnih prostorih SPB-ja, Domžale, ročno pranje vozil, notranje čiščenje vozil, globinsko čiščenje vozil, poliranje, voskanje	Peto zunanje pranje brezplačno, ročno pranje vozil, ... Naštevanje uslug Delovni čas	Varčevanje Oblikovanje potreb
15. AVTO KLEPARSTVO, AVTOLIČARSTVO, Karner Brane s. p., Bišče 41, Domžale, popravilo po toči in kozmetični popravki	Popravilo po toči in kozmetični popravki	Prodaja imena

#### Proizvodna obrt

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Besedilo, ki metodo dokazuje	Metode prepričevanja
1. MKE d. o. o., Domžale, Mačkovci 27 PVC okna in vrata, zimski vrtovi, lesena vrata, nadstreški, ograje,	Akcija 11 %, Brezplačni ogled, izmere in ponudba <a href="http://www.mke.si">www.mke.si</a>	Varčevanje

konstrukcije		
2. KLANE d. o. o., Kajuhova 15, 1235 Radomlje, notranja in vhodna vrata, strešna in vertikalna okna, parketi, kljuge, police, klimatske naprave, »strokovna montaža«	Privlačna slika	Prodaja imena Prenos čustev
3. Steklarstvo IRMI, Homec-Domžale, ALU in PVC okna in vrata, zasteklitve balkonov, izdelava termopan stekla, brušenje stekla in ogledal, izdelava izbočenih stekel, peskanje stekel, fuzije – vitraži, uokvirjanje slik	Naštevanje uslug	Prodaja imena
4. Modno šiviljstvo Karmen s. p., Dvoržakova ul. 2a, Vir pri Domžalah, šivanje ženskih oblačil po meri, popravila, izdelava maturantskih, poročnih in večernih oblek, šivanje plesnih in gledaliških kostumov	Naštevanje uslug	Prodaja imena
5. Neri system d. o. o., Študljanska cesta 104, Domžale, PVC ograje za vrtove, dvorišča, terase, balkone, za pašnike, maneže	Cenovno ugodne PVC ograje z zelo dolgo življenjsko dobo! Logotip, privlačne slike, Imajo dolgo življenjsko dobo, material je UV stabilen, ni potrebno dodatno vzdrževanje, cenovno ugodno	Prenos čustev Utemeljevanje Varčevanje

#### Gostinstvo

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Besedilo, ki metodo dokazuje	Metode prepričevanja
1. Gostilna PIRC Rova, Žička c. 12, Radomlje	Delovni čas	Prodaja imena
2. Gostilna Trzinka, Rašiške čete 17, Trzin, dostava hrane na dom	Delovni čas	Prodaja imena

### PRILOGA 3 GRAFIČNA PODOBA ČASOPISNIH OGLASOV IZ LETA 1925

#### Trgovine

Ime in kraj podjetja	Grafična podoba
1. J. Menart, trgovec, Domžale	ornament na obrobi, skica kmeta na sredini, črno-bela tipografija
2. Lekarna k Mariji Pomočnici,	Različna črno-bela tipografija

Mr. Ph. Drago Milič, Domžale	
3. Franc Habjan (Rode), Domžale trgovina z živino	Ornament na obrobi
4. Josip Kuralt, Domžale trgovina z moko in deželniimi pridelki na debelo	Simboli – tri steklenice Ornament na obrobi
5. Jos. Senica, Domžale trgovina	Različna črno-bela tipografija
6. M. Repič, Domžale volneno in platneno blago, galanterija, klobuki, dežniki, perilo, špecarijsko in kolonialno blago	Dvojne črte za okvir
7. Romana Ložar, Domžale trgovina špecarijskega, kolonialnega in manufakturnega blaga	Dvojne črte za okvir
8. Andrej Kovač, Domžale mesar	Ornamenti zgoraj in spodaj – zvončki
9. Fr. Steiner, Stob, Domžalah prekajevalec in mesar	Različna črno-bela tipografija
10. Ivan Kraljič, pekovski mojster, Domžale	Ornamenti levo in desno - zvončki
11. Jakob Dežela, Mengeš pekarija	/
12. Jože Rape, modno krojaštvo, Domžale, trgovina in manufaktura	Obroba iz pik
13. Alojz Cerar, ključavničar in mehanična delavnica, Domžale prodaja, popravlja kolesa in šivalne stroje	Obroba iz pik
14. Jakob Flis, najstarejša žgalnica žganja kakor brinjevca, borovničevca, sadjevca itd., Stob, Domžale, trgovina špecarijskega in kolonialnega blag	Ornament zgoraj in spodaj – zvončki
15. Mlekarska zadruga, Radomlje	Okvir iz pik V krogu črno-bela skica obraza
16. Ivan Jerman, Radomlje vinska in lesna veletrgovina ter gostilna	Čaša z ornamentom Bogat ornament za obrobo – vinska trta
17. Vinska trgovina Ant. Müllerja v Domžalah	V kvadratu čaša z vinsko trto

#### Storitvena obrt

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Grafična podoba
1. Franc Vojska, Domžale vsa slikarska in pleskarska dela	Okvir z ornamentom
2. Ilko Petković, Domžale brivski salon	Okvir iz pik
3. Stavbeno podjetje Ivan Sršen, Domžale	Okvir z ornamentom Notranji okvir
4. Franc Majdič, Vir – Domžale, valjčni mlin na paro in turbino, parna žaga, Vir, Domžale, mlevski izdelki vseh vrst žita, parna žaga	Okvir z ornamentom Podčrtavanje besedila

5. Joško in Minka Videmšek, Mengeš št. 56, brivnica in gostilna	Različna črno-bela tipografija
6. Franc Ahčin, krojaški salon, Domžale, vsa modna krojaška dela	Ornament spodaj in zgoraj – zvončki

### Proizvodna obrt

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Grafična podoba
1. J. Adamič, Domžale Vrvarna, podružnica Kamnik	Različna črno-bela tipografija
2. Valentin Nemeč, Domžale splošno kolarstvo	Ornament zgoraj in spodaj – zvončki V sredini skica
3. Ivan Brecljenik, stavbeno in pohištveno mizarstvo (z vodnim pogonom), Količevo	Črn okvir, sredi ornament z zvončki
4. Podboršek & Bolhar, Vir pri Domžalah, izdelovanje vsakovrstnih kchrom/box/chevret usnja/ svinj. kož za tapeciranje, prevzemanje vsake množine in vseh vrst kož za strojenje	Rob iz pik
5. D. Hrovat, Domžale, podobar	Rob iz pik Sredi neznana skica
6. Anton Gregorec, pečarija, Mengeš Izdeluje in ima vedno na zalogi sobne in krušne peči, štedilnike	Črn rob, zvezde, črte
7. Ivan Narobe, mizar v Trzinu št. 60 pri Domžalah, lepa moderna pohištva in druga mizarska dela	Rob iz pik
8. Splošno čevljarstvo Alojzij Loboda, Domžale	Obroba z ornamentom Skica čevlja
9. Josip J. Rus in drug, Domžale parna žaga in lesna trgovina	Rob z ornamentom Skica smrekove vejice
10. Janez Vrečar, Domžale Podobar in mizar	Različna črno-bela tipografija

### Gostinstvo

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Grafična podoba
1. Vincenc Habjan, Domžale 35. Gostilna. Trgovina z govejo živino in konji.	Ornamenti levo in desno – zvončki V sredini ornament grozdja
2. Ivana Habjan, Domžale	Različna črno-bela tipografija
3. Gostilna Milka Slokar-jeva, Domžale	Različna črno-bela tipografija
4. Restavracija Nova pošta, Franc Oset, (restavrater) Domžale	Levo in desno ornament vinske trte V sredini ornament vinske trte Podčrtavanje besedila
5. Nova otvorena restavracija v Domžalah, A. & P. Orehek, Ljubljanska cesta 85	Različna črno-bela tipografija

### Tovarne

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Grafična podoba
1. Tovarna slamnikov in klobukov J. Oberwalder & CIE, Domžale, Slovenija tovarna slamnikov in klobukov	Obroba iz ornamenta (listi) Logotip (dvakrat) Okviri
2. Matija Ravnikar, tovarna slamnikov, Domžale, Slovenija	Rob z ornamentom V sredini ornament ženske in ogledala
3. Tovarna slamnikov in klobukov Franc Cerar, Domžale, Logar Domžale,	Dvojna obroba

tovarna slamnikov in klobukov	
4. Tovarna slamnikov in ročnih torbic (cekrajev) Viktor Mazovec, Domžale, Tovarna slamnikov in ročnih torbic (cekarjev), trgovina z deželnimi pridelki	Obroba z bogatim ornamentom Sredi ornament grba
5. Bistra, kemična tovarna olja, lakov in barv, d. z o. z., Domžale	Različna črno-bela tipografija
6. Alojzij Škrabar, tovarna slamnikov, Domžale	Različna črno-bela tipografija
7. Tiskarna, knjigoveznica, rastrirnica, kartonažna tovarna in papirna industrija na veliko in malo, Josip Krmpotič, Vir – Domžale – Ljubljana	Desetkratni rob različne debeline črt Zgoraj in spodaj dva simbola

## PRILOGA 4 GRAFIČNA PODOBA ČASOPISNIH OGLASOV IZ LETA 2010

### Trgovina

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Grafična podoba
1. Podjetje Avto Akustika d.o.o., Domžale, Ljubljanka 73, Jarše, Kamniška cesta 24	Fotografije izdelkov, rdeči krogi s ceno, modra podlaga z belimi snežinkami, rumeni listki, barvna tipografija
2. Optika Martina Škofic, Ljubljanska 87, Domžale	Rdeča podlaga, skica očal, črna podlaga – 30 let
3. Optika Brigita, Vir pri Domžalah, Bukovčeva 30	Rdeča podlaga, skica ženskega obraza z očali, bela in črna kontrastna tipografija, bela in črna podlaga
4. Fermi, trgovina z avtodeli, Radomlje, trgovina, delavnica	Barvna kontrastna tipografija
5. Renault, Avto Set d.o.o., Dragomelj 26, 1230 Domžale, prodaja vozil, nadomestni deli	Barvna fotografija lutke, rumena podlaga za logotip in delovni čas, zelenkasto ozadje
6. Toyota, AC Lovše, Jarška cesta 11, Domžale, prodaj avozil Toyota Verso, Rava, Yaris, Urban Cruiser	Tri majhne in ena velika barvna fotografija z lepim ozadjem, barvna tipografija
7. Citroën, Avto Detr d.o.o., Mengeš, Slovenska cesta 66, Prodaja avtomobilov Citroën Xsara Picasso	Črno-bela fotografija, sivo-bela podlaga, črno-bela podlaga s kontrastno tipografijo
8. Mestne lekarne, Lekarna Domžale, Ljubljanska 72, Domžale, Lekarna Mengeš, Zoranina 3, Mengeš, Lekarna Radomlje, Cesta borcev 5a, Radomlje	Logotip, zeleni trakovi, barvna kontrastna tipografija
9. DARCOMPUTERS, Domžale, sistemi po vaših željah, svetovanje, dobava, potrošni material, igre, servis vseh vrst računalnikov	Logotip, podlaga v modrih odtenkih, bela tipografija
10. SIRK Aljoša, Goriška Brda, Vinska klet Domžale,	Črna podlaga za logotip, oranžno ozadje, črna tipografija

Ljubljanska cesta 138 (pri križišču Domžale – Celje)	
11. WATT ELEKTRO d.o.o., Veletrgovina in maloprodaja elektroinstalacijskega materiala, Brezovce 1, IOC Trzin	Izrezane slike izdelkov, zelena podlaga, zelena, barvna tipografija
12. ELEKTROTEHNA INTERSET, Mengeš, Trdinov trg 4a, Specializirana prodajalna bele tehnike, akustike in elektro materiala	Logotipi, modra, sivo-bela podlaga, barvna tipografija

**Storitvena obrt / storitvene dejavnosti**

<b>Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe</b>	<b>Grafična podoba</b>
1. Ekotrend d.o.o., Ekotrend inženiring, d.o.o., Škrjančevo 8, Radomlje Načrtovanje in montaža toplotnih črpalk Stiebel Eltron in solarne tehnike DeDietrich	Tribarvni logotipi, zelen okvir, črna tipografija
2. Medicinska pedikura Pančur, Vlasta Pančur, v stavbi zdravstvenega doma Domžale	Zeleno ozadje, skica stopala, črna tipografija
3. Kozmetični salon Lotos, Pelechova ul. 18, 1235 Radomlje,	Barvna fotografija lokvanja, rjav trak in barvna tipografija
4. DiC- dermatološko internistični center, Kecelj d. o. o, Vodnikova 3a, 1230 Domžale	Sivo-beli pasovi in kontrastna barvna tipografija
5. Remax Naj-dom, Karo d. o. o., Slovenka cesta 24, Mengeš, svetovanje in posredovanje pri prodaji, nakupu, menjavi, oddaji ali najemu vseh vrst nepremičnin na območju občin Mengeš, Domžale, Kamnik in Trzin	Fotografija balona z logotipom, barvni logotip, modra trakova levo in desno s kontrastno barvno tipografijo
6. DUDE, Center za tuje jezike, Domžale, Breznikova 15, jezikovni tečajji za otroke in odrasle	Barvni logotip, oranžno-rdeče ozadje in barvna tipografija
7. Joga v vsakdanjem življenju, Domžale in Radomlje, neprofitna, humanitarna in nevladna organizacija, vabi k vpisu	Barvna fotografija, barvni logotip, rdeče-belo ozadje in kontrastna barvna tipografija
8. BERNARDI tenis, beach volley, sauna, solarij, Vir, Hubadova ulica 14, Domžale	Barvni logotip, rumeno ozadje, barvna tipografija
9. Info biro, Zavod za informiranje in izobraževanje, Ljubljanska 80 (SPB1), Domžale, Računalniški tečajji, strojepisje na računalniku, začetni in nadaljevalni tečaj za	Barvni logotip, rumeno ozadje, črna tipografija, <a href="http://www.infobiro.si">www.infobiro.si</a> in »za začetnike«, »za upokoјence« barvna tipografija, rdeče pregradne črte



vodenje poslovnih knjig	
10. IPSE, Računovodski in pravni servis, za javne zavode, zavode, društva, s. p. in družbe, Borovec 2a, Trzin	Barvni logotip, belo-sivo ozadje, črna tipografija, e-pošta barvna tipografija
11. Podjetje za geodetske storitve AR d. o. o., Ljubljanska c. 32, Domžale	Črno-bela skica parcel, črna tipografija, rumenkasto ozadje
12. ALFA NEPREMIČNINE, INT DOMŽALE, Slamnikarska 22, Domžale	Rumeno ozadje, barvni logotip, črna tipografija, tanek rob
13. Računovodski servis COSMOS, Ljubljanska 80, Domžale	Rdeč naslov, črn logotip, črna tipografija, rumenkasto ozadje, tanek rob
14. AVTOPRALNICA S&S, v garažnih prostorih SPB-ja, Domžale	Oranžno-belo ozadje, črn logotip, črna tipografija
15. AVTO KLEPARSTVO, AVTOLIČARSTVO, Karner Brane s. p., Bišče 41, Domžale	Črno-bela fotografija avta, črna tipografija, rdeče pregradne črte

#### Proizvodna obrt

Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe	Grafična podoba
1. MKE d. o. o., Domžale, Mačkovci 27 PVC okna in vrata, zimski vrtovi, lesena vrata, nadstreški, ograje, konstrukcije	Barvna risba človeka z očali in sonca, rdeč naslov in akcija 11 %, črna tipografija, <a href="http://www.mke.si">www.mke.si</a> barvna tipografija
2. KLANE d. o. o., Kajuhova 15, 1235 Radomlje, notranja in vhodna vrata, strešna in vertikalna okna, parketi, kljuke, police, klimatske naprave, »strokovna montaža«	Tri barvne fotografije (ena posebej privlačna), barvna tipografija, logotip oranžne barve
3. Steklarstvo IRMI, Homec-Domžale, ALU in PVC okna in vrata, zasteklitve balkonov, izdelava termopan stekla, brušenje stekla in ogledal, ...	Logotip, zeleno-belo ozadje, črna predelna črta, črna tipografija
4. Modno šiviljstvo Karmen s. p., Dvoržakova ul. 2a, Vir pri Domžalah, šivanje ženskih oblačil	Črna tipografija, črn trak spodaj s kontrastno tipografijo
5. Neri system d. o. o., Študljanska cesta 104, Domžale, PVC ograje za vrtove, dvorišča, terase, balkone, za pašnike, maneže	Štiri barvne fotografije, barvni logotip, rdeč trak, zelenkasto ozadje, barvna tipografija

**Gostinstvo**

<b>Ime in kraj podjetja, vsebina ponudbe</b>	<b>Grafična podoba</b>
1. Gostilna PIRC Rova, Žička c. 12, Radomlje	Skica kokoši rumene barve, barvna tipografija
2. Gostilna Trzinka, Rašiške čete 17, Trzin, dostava hrane na dom	Temnomoder logotip, silhueta – risba dveh gostov, barvna tipografija