

# KRALJEVINA JUGOSLAVIJA

UPRAVA ZA ZAŠTITU



INDUSTRIJSKE SVOJINE

RAZRED 54 (4).

IZDAN 1 APRILA 1936.

## PATENTNI SPIS ŠTEV. 12220

Schimmel & Co. Ges. m. b. H., Liesing b. Wien, Avstrija.

Postopek in priprava, katera naj opozarja publiko na prodajo izvestne robe.

Prijava z dne 12. septembra 1934.

Velja od 1. julija 1935.

Zahtevana prvenstvena pravica z dne 14. septembra 1933. (Avstrija).

Da se opozarja publika na cesti na neko robo, se danes poslužujemo skoro izključno optičnih sredstev, kako n.pr. svetelčnih se napisnih tabel, katere so razsvetljene z naravno ali umetno svetlobo ter imajo mirujoč ali gibani napis. Ker se ta sredstva, katera pritegnejo naše pogled, zelo često uporabljajo, in to zlasti v velikanskem številu v trgovskih okrajih mesta, izpolnjujejo pač popolnoma svojo nalogo le tedaj, ako pritegnejo naše pogled vsled svoje posebne velikosti ali posebnosti; v vseh drugih slučajih na njihov učinek kot priprave, ki pritegne naše pogled, ne bo posebno velik.

Poskušalo se je tudi že, uporabljati v reklamne svrhe dišave, in sicer so se istočasno ali menjaje z optičnimi in akustičnimi pojavi razprševale dišeče tekočine, zlasti čistilna sredstva za zrak in desinfekcijska sredstva. Takí nespecifični vonji pa niso mogli služiti v to, da bi priporočali izvestno robo, in ker se smer, iz katere prihaja vonj, ne more vselej trenutno ugotoviti, je bil učinek take reklame zelo dvomljiv.

Izum temelji na pojavu, da vonji, kateri so karakteristični za izvestne robe, pri večini ljudi povzročajo misli na te robe. Ako postane razven tega poslovni lokal, v katerem se dotične robe prodajajo, istočasno z vonjalnim občutkom ali kmalu zatem viden, tedaj nastane miselna asocijacija in močno sugestivni učinek, katera vsled sodelujočih dojmov znatno povečata pripravljeno opazovalca za nakup dotične robe.

V smislu izuma se tedaj oddaja vonj, ki je karakterističen za neko robo, za katero

se dela reklama in sicer n.pr. na cestni strani nekega poslovnega lokala, gostilne ali pod. To razpošiljanje se more vršiti tako, da se uporablja pihalna ali razprševalna priprava, katera je ob cestnem delu lokala nameščena na takem mestu, da se z njo v smeri proti pločniku izpihava plin, ki povzroča dotični vonjalni učinek, oz. razpršuje se taka tekočina, s čimer se publika na cesti na posebno učinkovit način opozarja na karakter podjetja, ker se razširja vonj, ki je karakterističen za robo, prodajano v podjetju, n.pr. po kavi, tobaku, jestvinah, pijačah. Enako je tudi možno razširjati pred cvetličarnami vonj cvetlic ali pred trgovinami z usnjem vonj po juhti, s čimer se v vsakem slučaju pasanti prisiljeno opozorijo na karakter trgovine. V modno trgovino bi se moglo vabiti na primer z razširjanjem parfumastega vonja. Razširjanje vonja s pomočjo razprševalne priprave se more seveda odgovarjajoče vsakokratnim razmeram vršiti nepretrgano ali v izvestnih časovnih presledkih, n.pr. za časa živahnega prometa. V to svrhu se more v smislu smotrene izvedbene oblike predmeta izuma uporabljati razprševalna priprava po načinu škropilnice za cvetlice, katera s svojo sesalno cevjo sega v posodo, ki vsebuje tekočino, ki naj se razpršuje, pri čemer se pripravi dovaja razpršujoče sredstvo od majhnega ventilatorja, ki je pogonjen na primer od priprave na pero, majhnega elektromotorja ali pod. Združitev razprševalne priprave z ventilatorjem se more pri tem — da se dosežejo čim manjše izmere in da se preprečijo izgube na tlaku —

izvršiti prednostno na ta način, da je pihalna cev razprševalca tvorjena po tlačni cevi ventilatorja. Enako je seveda mogoče uporabljati kot razpršujoče sredstvo stisnjen zrak, katerega daje razprševalcu steklenica s stisnjnim zrakom.

Na risbi je kot primer predočena ena izvedbena oblika predmeta izuma, pri čemer kažeta sl. 1 in 2 dva medseboj pravokotna preseka priprave.

Z 1 je označen zunanji opaž, portal ali pod. trgovskega lokala, na katerega notranji strani je — n.pr. v višini vrat ali glave človeka — tako razporejena reklamna priprava, da se more z njo skozi odprt no 2 v opažul ali pod., katera je tvorjena po kratki cevki, izpihavati proti cestni strani lokala razpršen oblak vonja. Razprševalna priprava je nameščena v ohišju 3, katero je po vmesni steni 4 razdeljeno v zgornji in spodnji prostor 5 oz. 6. Spodnji prostor 6 služi kot shramba za tekočino katera naj se razpršuje in katera se naliva skozi polnilni nastavek 12. V tekočino sega sesalna cev 7 kakor pri razpršilcih, ki so izobličeni po načinu škropilnice za cvetlice. V zgornjem prostoru 5 ohišja 3 je nameščen majhen ventilator 9 (puhala na stisnjen zrak), kateri je poganjan od majhnega elektromotorja 10, ki je istotako nameščen v prostoru 5 in katerega gred je neposredno sklopljena z gredjo ventilatorja. V steni ohišja 3, katera leži nasproti sesalni strani ventilatorja

9, je predvidena ena ali več odprtin 11, skozi katere vstopa zrak. Kakor je razvidno iz sl. 2, tvori tlačni provod 8 ventilatorja istočasno tudi pihalno cev razprševalca, iz katere teče razpršujoče sredstvo čez zgornje ustje sesalne cevi 7 in razpršuje v tej cevi dvigajočo se tekočino v smeri proti odprtini 2.

Zgoraj opisana izvedbena oblika se more seveda na razne načine spremeniti. Tako se more namesto elektromotorja 10 uporabljati priprava na pero kot pogonski motor za ventilator. Nadalje bi bilo mogoče, uporabljati kot razpršujoče sredstvo stisnjen zrak, kateri doteka pihalni cevi razprševalca iz majhne posode s stisnjnim zrakom.

### Patentni zahtevi:

1.) Priprava, s katero naj se opozarja publika na prodajo izvestne robe, označena s tem, da se na primer s pomočjo razprševalne oz. izparilne priprave, ki obratuje s stisnjnim zrakom, dobavljanim od ventilatorja (puhala), na cestni fronti trgovskega lokala ali gostilne, n.pr. proti pločniku, razpošilja v razpršenem oz. izparjenem stanju tekočina z vonjem, ki je karakterističen za dotično robo.

2.) Priprava po zahtevu 1.), označena s tem, da tlačna cev ventilatorja (puhala) istočasno tvori pihalno cev razprševalca.

Fig. 1

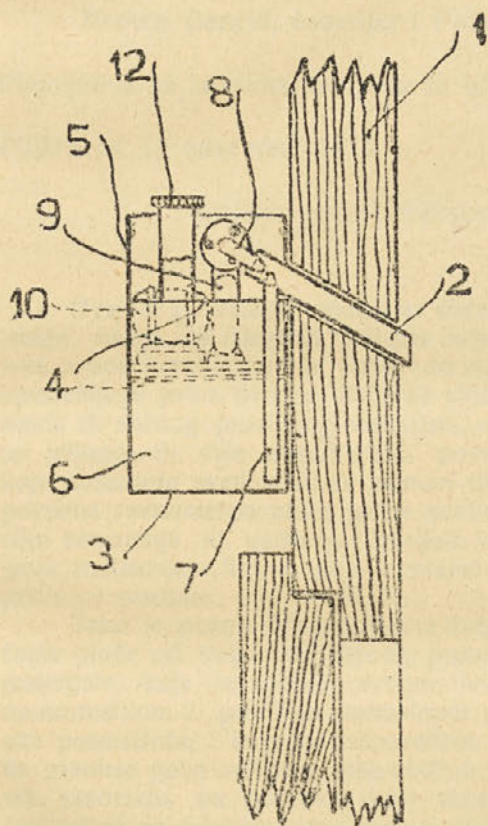


Fig. 2

