

Počeci i strategije marketinga tvornice Kaštel d. d. (1920. – 1945.)

The Early Days of Marketing and Marketing Strategies of Kaštel Plc. (1920 – 1945)

STELLA FATOVIĆ-FERENČIĆ¹, SILVIJA BRKIĆ MIDŽIĆ²

¹Odsjek za povijest medicinskih znanosti Zavoda za povijest i filozofiju znanosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Zagreb

²Hrvatski muzej medicine i farmacije Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Zagreb

SAŽETAK _____ Razvoj farmaceutske industrije prati specifičan tip oglašavanja koji se na našim prostorima sustavnije može pratiti nakon Prvoga svjetskog rata, tj. pojavnošću domaćih farmaceutske tvrtka. U ovom radu prikazuju se rane strategije marketinga tvornice *Kaštel d. d.* osnovane 1920. godine te njezina ulaganja u vizualno oblikovanje, prezentaciju i prepoznatljivost lijekova na tržištu. *Kaštel d. d.* razvijao je raznolike marketinške strategije, od oglašavanja u relevantnim publikacijama, intenziviranja suradnje s liječnicima (posjeti i razmjena iskustava koja se objavljuju u stručnim časopisima), predstavljanja na izložbama i izdavanja vlastitog časopisa *Medicusa* do tiskanja brošura, letaka, razglednica, rokovnika itd. Naglašava se važnost ranog uključivanja profesionalnog dizajnera Pavla Gavrančića u oblikovanje vizualnog identiteta proizvoda, čime je *Kaštel d. d.* pridonio promicanju i poticanju razvoja industrijskog dizajna na našim prostorima.

KLJUČNE RIJEČI: *Kaštel d. d.*, farmaceutska industrija, farmaceutske marketing, Pavao Gavrančić, reklamni dizajn, 20. stoljeće, Hrvatska

SUMMARY _____ The development of pharmaceutical industry is accompanied by a specific type of marketing. In Croatia, pharmaceutical marketing can be traced back to the years following World War I, when the national pharmaceutical industry began to emerge. Various material and visual sources have been used in this paper to present the early marketing strategies of *Kaštel Plc.*, the Croatian pharmaceutical company founded in 1920, including the efforts that this company invested in visual design, presentation and drug recognition on the market. The company developed and used various marketing strategies, from advertising in relevant publications, increasing cooperation with physicians (visits and sharing of experiences published in journals), launching exhibitions for presentation purposes and publishing the company journal *Medicus* to printing brochures, leaflets, postcards, personal organizers, etc. The paper underlines the importance of the early involvement of professional designer Pavao Gavrančić who helped create the visual identity of *Kaštel* products, thus contributing to the promotion of the development of industrial design in Croatia.

KEYWORDS: *Kaštel Plc.*, pharmaceutical industry, pharmaceutical marketing, Pavao Gavrančić, advertising design, the 20th century, Croatia

→ Uvod

Tijekom 19. stoljeća oglašavanja liječnika, zubara, ljekarnika i kirurga postaju sve vidljivija u dnevnom tisku, stručnim i drugim publikacijama. Tisak u to vrijeme postaje dostupniji i široj populaciji, a reklama koju objavljuje počinje znatnije pridonositi njegovoj prodaji. Oblikovanje potrošačkog društva utječe na razvoj modernoga marketinškog sustava pa i reklame iz medicinske i higijenske sfere poput lijekova, medicinskih i farmaceutske potrepština, kozmetičkih proizvoda, lječilišta, mineralnih voda, radioaktivnosti i sl. postaju potrošačima sve privlačnije. Velik dio promidžbe koji se odnosi na ljekarničke proizvode otpada na reklame patentiranih ljekarničkih pripravaka proizvedenih u onodobnim tvorničkim manufakturama (1).

Razvoj farmaceutske industrije također prati specifičan tip oglašavanja koji se na našim prostorima sustavnije može pratiti nakon Prvoga svjetskog rata, tj. pojavnošću domaćih

farmaceutskih tvrtka. Njihovi oglasi otvaraju sve mogućnosti uvida u rane strategije i oblike oglašavanja i na našim prostorima. Začuđuje, međutim, činjenica da su unatoč obilju napisa vezanih uz povijest i razvoj industrijske proizvodnje lijekova detaljnije studije vezane uz marketinške strategije farmaceutske industrije u Hrvatskoj izuzetna rijetkost. Slična situacija odnosi se i na historiografiju *Plive*, u kojoj se o marketingu i dizajnu proizvoda gotovo da i nije pisalo. Svojevrsan pomak dogodio se 2016. godine u sklopu suradnje Hrvatskog muzeja medicine i farmacije HAZU-a, Odsjeka za povijest medicinskih znanosti Zavoda za povijest i filozofiju znanosti HAZU-a i *Plive*, kada je osmišljena i realizirana izložba *Kaštel na vrhuncu* te je objavljen katalog (2) (slika 1.). Navedenom izložbom prikazani su rane strategije oglašavanja lijekova tvornice *Kaštel d. d.* te ulaganja u vizualnu prezentaciju i prepoznatljivost lijekova na tržištu. Izašlo je na vidjelo da je dio sačuvanog i izložbom prezentiranoga

promidžbenog materijala dragocjeno polazište u poznavanju cjelokupnosti *Plivine* i nacionalne industrijske baštine. Nadovezujući se na te rezultate, u ovom ćemo radu iznijeti pojedine segmente marketinških strategija tvornice *Kaštel d. d.* slijedeći trag pisanih izvora, ali i vizualne i predmetne građe radi naglašavanja važnosti predstavljanja, čuvanja i isticanja ovog dijela baštine, njezina daljnjeg prikupljanja i stručne obrade.

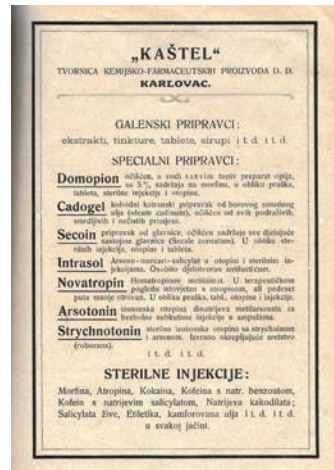


Slika 1. Katalog izložbe *Kaštel na vrhuncu*

Karlovačko razdoblje: proboj na tržište i prva oglašavanja

Krajem Prvog svjetskog rata započinju akcije za osnutak industrijske proizvodnje lijekova na našem području. Na poticaj nekolicine zagrebačkih ljekarnika (Hinka Brodjovina, Eugena Viktora Felleri, Otona Loeschnera, Fileusa Praunspbergera, Brune Vouka te sveučilišnog profesora Gustava Janečka) osnovano je u Zagrebu 1918. godine dioničko društvo *Isis d. d.* (3). Njegov rad proširio se na cijeli teritorij Kraljevine SHS pa je ukupni promet lijekovima već u 1919. godini iznosio 35 milijuna kruna. Na Drugoj redovitoj skupštini Društva održanoj 31. ožujka 1921. godine Gustav Janeček je izvijestio da je *Isis d. d.* zajedno s mađarskom tvornicom lijekova i kemijskih proizvoda *Chinoin* u 1920. godini osnovao *Kaštel d. d.*, tvornicu kemijsko-farmaceutskih preparata u Karlovcu. U taj posao uložio je *Isis d. d.* zemljište i imanje u vrijednosti od 1.400.000 kruna te opremu u vrijednosti od 1.000.000 kruna, dok je *Chinoin* uložio strojeve, opremu i kemikalije u vrijednosti od 1.200.000 kruna (4). U rujnu 1921. godine u skromnoj tvornici u Karlovcu na aristokratskome imanju, nekadašnjem vlasništvu grofa Nugenta, započeo je tako s radom prvi organizirani tabletni, injekcijski i galenski odjel u kojemu je bilo zaposleno 37 djelatnika. O povijesti *Kaštela / Plive* do sada je izišlo više prigodnih članaka i monografskih izdanja, uglavnom u povodu obljetnica (5 – 11). Već u svibanjskome broju *Vjesnika ljekarnika* iz 1921. godine, u rubrici *Razne vijesti*, izlazi nepotpisani opsežniji

članak o osnutku tvornice *Kaštel* za koju se navodi da ima osobitu važnost sa našeg financijsko-ekonomskog gledišta, jer će to biti poduzeće, kojemu je zadatak prerade u domovini kultiviranog ili samoniklog bilja, koje se do sada moralo isključivo izvažati ili prepustiti truljenju i gnjiljenju (12). U sljedećem broju *Vjesnika ljekarnika Kaštel d. d.* već oglašava prvu reklamu (slika 2.) u kojoj donosi informaciju o svojim galenskim i specijalnim pripravcima te sterilnim injekcijama (13) (slike 3. i 4.).



Slika 2. Prva reklama u *Vjesniku ljekarnika*



Slika 3. Ambalaža injekcija iz karlovačkog razdoblja



Slika 4. Ampule iz karlovačkog razdoblja

Počeci oglašavanja istodobno su i počeci predstavljanja ove tvornice stručnoj i akademskoj javnosti, što potvrđuje i ilustrirana prezentacija ove tvornice na stranicama *Vjesnika ljekarnika* iz 1923. godine (12, 14). Na popratnim fotografijama prikazane su zgrade ravnateljstva s uredima, prostorijama za punjenje, pranje i sterilizaciju ampula, pripremu i punjenje želatinoznih kapsula te kemijski laboratorij. Na vrhu te zgrade smješteno je skladište gotove robe (prva slika). Na drugoj slici prikazane su zgrade u kojima se nalaze stanovi za podvorničko i pomoćno osoblje. Na trećoj slici prikazana je zgrada u kojoj se nalaze strojevi za destilaciju i pripremu raznih iscrpina, a na četvrtoj je zgrada koja će se adaptirati

za proizvodnju lako zapaljivih tvari. U jednom dijelu te zgrade namjerava se urediti odjel za proizvodnju farmaceutske kartonaže s vlastitom tiskarom. U pozadini zgrade prikazane na slici 6. nalaze se objekti u kojima su smještene radionice, dok se u zgradi do ove nalaze staje (slike 5. i 6.).



Slika 5. Ilustrirana prezentacija tvornice Kaštel na stranicama Vjesnika ljekarnika iz 1923.



Slika 6. Kaštel, Karlovac

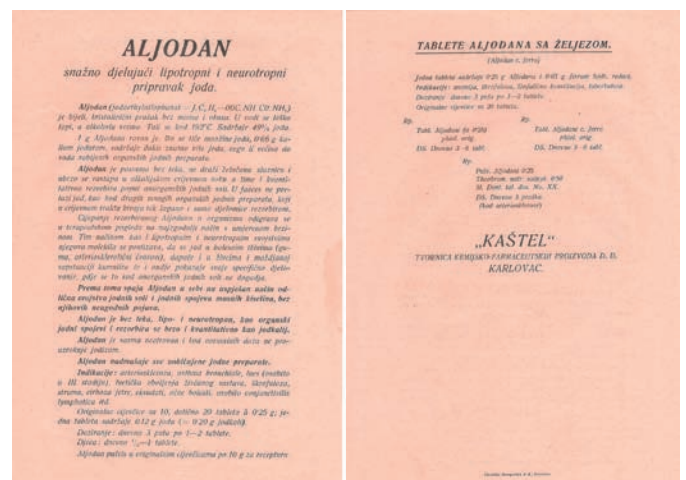
U probouju na tržište oglašavanje je koncipirano preko izloga ponude ove tvornice kao najstarijeg proizvođača sterilnih injekcija te proizvođača želatinoznih kapsula i masti. Uz farmaceutski program započinje se i s proizvodnjom veterinarskih, poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, među njima i prvog i jedinog preparata protiv metiljavosti pod nazivom *Distol* (12). Nedvojbeno je Kaštel imao dobar osjećaj za procjenu potreba tržišta u vrijeme kada je epidemija metiljavosti, osobito tijekom 1926. godine, ugrožavala stočarske krajeve. Uz proizvodnju *Distola* tvornica kreće i u edukacijsku kampanju seljaka o ovom preparatu, a usporedo s ovim aktivnostima preparat se oglašava i u dnevnom tisku (slika 7.). Već su se na samim početcima mogle uočiti prednosti, ali i negativnosti promidžbene kampanje jer, premda je *Distol* napravio pravi preokret u seoskim gospodarstvima i izvršno se prodavao, izazvao je i niz reakcija konkurentskih proizvođača. Među njima posebice su se isticali svojim anonimnim dopisom i pritužbama beogradski ljekarnici koji navode kako



Slika 7. Reklama za Distol

ih je proizvodnja i prodaja *Distola* dovela do bankrota. Na taj navod Kaštel je odgovorio svojom argumentacijom: *Pitamo g.g. beogradske apotekare, koliko su oni prodali Distola i zarim je doista Distol kriv bankrotstvu. Koliko je nama poznato u Beogradu nema zemljoradnika koji bi se bavili stočarstvom, pa ne znamo da bi se u beogradskim apotekama uopće Distol i prodavao. Iz toga se jasno vidi, da anonimnim napadačima nije na srcu bijeda beogradskih apotekara, već ih je na takav rad protiv naše tvornice ponukao netko tko imade naročite interese u borbi protiv Distola* (15). Nadalje, u jednom od članaka navodi se da je konkurencija tvornice Kaštel d. d. iskoristila oglašavanje i popularnost *Distola* kako bi kod seljaka progurala svoj proizvod pod lažnim imenom. Borba Kaštela s konkurencijom rezultirala je između ostalog i sniženjem njegove cijene (15), no i stavljanjem u promet drugih proizvoda vezanih uz poljoprivredu i stočarstvo. Jedan od njih jest i poslije proizveden vitaminski preparat *Pekk* koji je služio kao dodatak stočnoj hrani (16).

Sve u svemu, Kaštel d. d. kao industrijsko-trgovačko poduzeće nastavlja sa svojim programom proizvodnje unatoč svim teškoćama, ne zanemarujući ni nadalje brigu o plasmanu svoje proizvodnje, što je uključivalo i razvoj marketinških strategija. Budući da je prema rješenju Ministarstva narodnoga zdravlja od 4. siječnja 1921., broj 33019 bilo zabranjeno svako oglašavanje lijekova po nestručnim listovima (17), Kaštel plasira informacije o svojim proizvodima samo na stranicama stručnog tiska, i to *Vjesnika ljekarnika* već 1921. godine, *Liječničkog vjesnika* 1922. godine, zatim u *Farmaceutskom vjesniku* i drugdje. Rano se pribjegava i ubacivanju letaka u stručna glasila pa reklamni letak za *Aljodan*, lipotropni i neurotropni pripravak joda, nalazimo umetnut među stranice *Liječničkoga vjesnika* već 1924. (slike 8.a i b), a u istoj godini priložen je i letak za *Strychnotonin*, sterilnu izotoničnu otopinu u ampulama.



Slike 8.a i b. Reklamni letak za Aljodan

Letak za *Rectobaryt*, pandan *Ventrobarytu* koji se rabio u dijagnostici pri rendgenološkoj pretrazi debeloga crijeva, umetnut je među stranice istog časopisa iz 1926. godine, a letak za *Aljothein*, tablete protiv arterioskleroze (slike 9.a i b), i *Novurit*, živin diuretik, nalazimo u *Liječničkom vjesniku* iz 1929. godine.



Slike 9.a i b. Letak za *Aljothein*, tablete protiv arterioskleroze

Dizajn prvih reklama i reklamnih letaka uglavnom je sveden na osnovne informacije o lijeku koje se nalaze u tipiziranom okviru, po čemu se *Kaštelovi* oglasi nisu bitno razlikovali od sličnih oglasa drugih predstavnika farmaceutske industrije. Sve do tridesetih godina 20. stoljeća oglasi ove tvornice uglavnom su informativnog karaktera, s opsežnijim tekstom, bez osobite grafičke izvedbe, a osim u stručnim glasilima, nalazimo ih u liječničkim i ljekarničkim kalendarima i godišnjacima poput *Medicinskog kalendara Zbora liječnika, Aesculapa* – almanaha za farmaciju i kemiju, *Farmaceutsko-godišnjaka* itd. Lista specijalnih medicinskih preparata *Kaštela d. d.* iz karlovačkog razdoblja proizvodnje danas je dostupna i na stranicama Virtualnog muzeja karlovačke industrije (<http://vmki.web.link2.hr/Leksikon/Predmet/136>).

Zagrebačko razdoblje: osvajanje domaćeg tržišta

Početkom 1928. godine *Kaštel d. d.* kupuje kompleks zgrada u zapadnoj industrijskoj četvrti u Zagrebu i onamo seli svoja postrojenja. *Vjesnik ljekarnika* u svojem je srpanjskom broju taj važni događaj i zabilježio: *Saznajemo da Kaštel d. d., tvornica kemijsko-farmaceutskih proizvoda u Karlovcu, uslijed likvidacije svojeg odnosa sa Isis d. d. za industriju i promet droga i kemikalija, radi na reorganizaciji svoga posla uz prijenos sjedišta u Zagreb* (18). U to vrijeme u *Kaštelu* je zaposleno 60 djelatnika i 25 činovnika, od toga 10 akademski obrazovanih (19). Oglašavanje se nastavlja i postaje sve učestalije te se *Kaštel d. d.* počevši od 1928. godine javlja s oglasima sa svoje zagrebačke adrese, uz bok proizvođačima poput *Jugofarmacije, Kemike, Rave* itd. Prva reklama u *Liječničkom vjesniku* iz tog

razdoblja tipizirana je poruka u stiliziranom pravokutnom okviru u kojem dominira nekoliko naziva za preparate poput *Valovosana* za umirenje nervoznih stanja kod žena, sedativa *Sombena*, analgetika *Demalgona* te digitalisa *Digiclarina* (20). U reklamama se naglašava da je *Kaštel* jedina domaća tvornica za izradu veterinarskih preparata i sredstava za zaštitu bilja (21). Uz navedeno, jedina je tvornica u državi koja proizvodi čisto sirište u tekućini, prahu i tabletama, i to za proizvodnju 700 – 800 vagona sira na godinu, čime je znatno potpomagala gospodarstvo (slika 10.). Iz oglasa je također razvidno da je tvornica preuzela ovlast za proizvodnju i nekih inozemnih specijaliteta, primjerice, proizvoda tvornice *Chino-in* u Budimpešti, tvornice *Sanabo-Chino-in* u Beču te *Chemische Fabrik Bad Hamburg* u Frankfurtu. Posebni reklamni prostor zauzima preparat *Euchinantigen* (prema I. H. Botteriju), tada jedini jugoslavenski medicinski preparat koji se uspješno izvozi na područje Europe i Amerike (22).

Ranih 1930-ih godina *Kaštel d. d.* stavlja u promet preparate *Antigonin, Valovosan, Bilagit, Pituisan* pod uvjetom da je njihovo oglašavanje dopušteno samo u stručnim listovima (23). *Kaštelove* reklame iz tog razdoblja, premda brojnije i široko zastupljene u različitim stručnim glasilima i drugim tiskovinama, i dalje su tipizirane i jednostavne. Razlikuju se međusobno po stilizaciji okvira u kojima se ističu nazivi preparata, varirajući sadržajem, veličinom i debljinom slova



Slika 10. *Vjesnik ljekarnika* 1929.



Slika 11. *Liječnički vjesnik* 1932. godine, reklama za *Kaštel*

Slika 12. Reklama za *Birobin*

i linija te stilizacijom zaštitnog znaka tvornice (slike 11. i 12.). Logotip tvornice postupno se oblikuje te se u tom razdoblju javlja nekoliko inačica, da bi se napokon ustalio znak koji sadržava stilizirano veliko početno slovo K s gornjim dijelom oblikovanim poput zidina kaštela (tvrđave) (slike 13., 14. i 15.).



Slike 13., 14. i 15. Logotip tvornice Kaštel

Slabije je poznata činjenica da je početkom tridesetih godina 20. stoljeća *Kaštel d. d.* proširio svoje područje rada i na posebni dio za proizvodnju higijenske gumene robe, u kojem kao jedina tvornica te vrste u ondašnjoj državi proizvodi prezervative, cijevi za irigatore, sisaljke, kapaljke i slično, tragove čega također nalazimo u onodobnim oglasima. Oglasi za ove proizvode izlaze u časopisu *Svijet* tijekom 1931. godine i rijedak su dokument o ovom odjelu tvornice, s obzirom na to da je on već tijekom 1934. pretvoren u samostalno dioničko društvo *Ris – tvornica gumene robe d. d.* (24). *Svijet* objavljuje dva tipa reklame za higijensku gumu *Ris* tvornice *Kaštel d. d.* Uz tekst o sigurnosti ovog proizvoda koji se može nabaviti u svim ljekarnama *Kaštelov* oglas isprva donosi i zaštitni znak za ovaj proizvod, tj. crtež risa uokviren u trokut te njegovu kasniju inačicu u kojoj se figura risa nalazi iznad imena *Ris* s točnom naznakom adrese tvornice u Cankarevoj 3 u Zagrebu (25) (slika 16.).



Slika 16. Reklama za higijensku gumu *Ris*

Uz uobičajene tipove oglašavanja tvornica se uključuje i u prezentaciju svoje djelatnosti i proizvoda u sklopu tada popularnih izložaba. Primjerice, tijekom trećeg Kongresa Federacije slavenskih apotekara, na Zagrebačkom je velesajmu priredena i Kemijsko-farmaceutska izložba otvorena 4. listopada 1934. godine. Među brojnim izlagačima nalazila se i tvornica *Kaštel d. d.* koja je izložila svoje galenske preparate, tablete, pilule, farmaceutske kemikalije, sterilne injekcije,

medicinske šećerčiče i čokolade. Bilo je to vrijeme jačanja svijesti o podupiranju domaćih tvrtka i proizvoda u odnosu prema skupoj inozemnoj konkurenciji pa je tako u komentaru o *Kaštelu d. d.* i njegovoj prezentaciji na izložbi istaknuto: *Razni specijalni preparati što ih Kaštel proizvodi prvorazredni su, pa bi naša publika trebala da odbaci nepovjerenje prema domaćim preparatima i umjesto skupih stranih preparata, koji nam odnose mnoge milione preko granice, morala bi u većoj mjeri trošiti domaće proizvode. Spominjemo kao primjer Tonovin i Birobin, sredstva za jačanje slabokrvnih, Efetusin, sirup protiv kašlja, Jecovitol, standardizovano riblje ulje, Gripochin, tablete protiv gripe i Istopirin tablete* (24). Nezaobilazno je bilo isticanje i pozivanje na vrijednosti poput nacionalne proizvodnje te poticanje proizvodnje jeftinijih lijekova od domaćih sirovina.

Poštovani gospodine doktore

Put uspostave i razvoja *Kaštelove* proizvodnje bio je put konsolidacije korporativne moći temeljene na inovaciji, znanju i umijeću prezentacije i plasmana proizvoda. Među najvažnije marketinške strategije ove tvornice ubraja se razvijanje suradnje s liječnicima jer je oglašavanje bilo usmjereno samo prema zdravstvenim djelatnicima. Liječnici stoga dolaze u žarište marketinga farmaceutske industrije, oni testiraju lijekove u svojoj praksi i vrjednuju njihovu učinkovitost. Ekspertna mišljenja medicinskih praktičara o liječenju pojedinih bolesti i iskustvima s preparatima *Kaštela* javljaju se stoga već veoma rano u stručnim glasilima kao što su *Liječnički vjesnik*, *Zdravniški vesnik*, *Dermatologische Rundschau*, *Wiener Klinische Wochenschrift*, *Wiener Medizinische Wochenschrift*, *Therapia*, *Tuberkuloza*, *Ars Medici*, *Praktični lekar*, *Srpski arhiv*, *Ärztliche Zeitung* i drugi. Nedvojbeno su se ovakvi oblici suradnje pokazali učinkovitima pa *Kaštel* širi svoj oglašivački prostor i već 1933. počinje s izdavanjem vlastitoga glasila koje nosi naziv *Medicus* (26). Časopis otvara prostor opsežnijem i jasnije profiliranom oglašavanju s razrađenim strategijama marketinga, naglašavajući partnerstvo i razmjenu iskustava u liječenju različitih bolesti preparatima tvornice *Kaštel*. Svaki broj *Medicusa* čini sažeti kompendij medicinskoga znanja tog vremena vezanog za određenu tematiku. Kada je, primjerice, na tržište plasiran i inspektorans *Efetusin*, njegovo je djelovanje ispitao prof. dr. Karlo Radoničić na Internoj klinici Medicinskog fakulteta u Zagrebu (27). S te klinike donosi se i iskustvo s bazičnim kininom u terapiji pneumonije koje potpisuje klinički asistent Mile Budak, a odnosi se na iskustva s *Kaštelovim* preparatima *Transpulminom* i *Solvochinom* (28). Taj se koncept interakcije liječnika i farmaceutske industrije razvija iz broja u broj i nastavit će se na stranicama ovoga glasila sve do danas. Nije stoga čudno da se uredništvo *Medicusa* u jednom od svojih brojeva izravno obraća liječniku (*Poštovani gos-*

podine doktore) podsjećajući ga na uspjehe koje je polučio Streptazol u liječenju streptokoknih bolesti (*Svi smo svjedoci velikog napretka na polju suzbijanja streptokoknih infekcija sulfonamidskim preparatima. Erizipel i mnoge druge bolesti uzrokovane streptokokima dobile su svoje specifično sredstvo Streptazol*) (29) (slika 17.).



Slika 17. Primjer pisma liječniku u časopisu *Medicus*

Da su pozivi liječnicima temeljeni na sve većim i uvjerljivijim uspjesima ove tvornice urodili plodom, svjedoči i niz istaknutih imena, ponajprije suradnika u *Medicusojoj* rubrici *Originalia*, koji su se odazvali s cijeloga područja tadašnje Jugoslavije. Njihovi su radovi objavljeni na hrvatskom, srpskom i slovenskom jeziku, a od hrvatskih autora tu su ponajviše zastupljeni internisti (I. H. Botteri, M. Grossmann, A. Hahn, M. Budak, V. Boić, P. Sokolić, B. Stein, V. Vrhovac), ftizeolozi (G. Merkulov, Š. Janović, V. Letica), infektolozi (I. Petrić), kirurzi (M. Duić), ginekolozi (V. Bazala, M. Dajč, S. Zanella), ortopedi (M. Meštrić, M. Petras), pedijatri (S. Kaluđerški), dermatovenerolozi (M. Schwarzwald), neuropsihijatri (Đ. Karminski, B. Berglas) te inženjeri kemije (V. Brajković, E. Rajner) (2).

Medicinske teme koje se prezentiraju na stranicama *Medicusa* raznolike su te pružaju uvid u dominantnu medicinsku problematiku i tadašnje pristupe njezinu rješavanju. S druge strane, stranice *Medicusa* dobro su polazište za analizu početaka reklamnih inačica i ranog dizajna farmaceutske tvrtke koja postupno osvaja domaće tržište. Reklame su ondje razrađenije, donose tablične nizove s nazivima *Kaštelovih* proizvoda, informacije o pojedinstvenju pojedinih lijekova (*Peremin opće priznato sredstvo protiv mišićnog reumatizma znatno pojeftinilo!*) i sl. U njih se postupno ugrađuju i vizualni elementi, ponajprije uvođenjem crteža, primjerice, za *Gripochin* (30) (slika 18.) ili, pak, izvorne fotografije ambalaže gotovih preparata (slika 19.).

Takve reklame ne donose samo naziv lijeka, već ga prikazuju

trodimenzionalno u prostoru i u njegovu prepoznatljivom pakiranju. Katkada je tekst reklame popraćen crtežom mikroskopskog preparata tipičnog za određenu bolest (primjerice, u reklamama za antiluetik *Novobi*) (31), shematskim prikazom pojedinog organa (primjerice, crtež srca koji je uklopljen u reklamu za *Tonokardin*) (32) ili, pak, nagovještajem simbolike za bolest ili simptom poput, primjerice, fotografije mornarskog čvora u reklamama za *Surparil* protiv grčeva (33) i slično. Farmaceutska industrija tog vremena inzistira na znanstvenom pristupu, provjerenosti priprema i njegovoj ispravnosti. U reklamama su stoga najzastupljenije riječi: *napredak, novo, najpouzdanije, prokušano, odlično profilaktičko i terapijsko sredstvo, u pripremi, propišite sa sigurnošću* itd.

Oblikovanje reklamne poruke postaje sve važnije pa neće proći mnogo vremena, a da umjetnička imaginacija i kreativna vještina oblikovanja promidžbene poruke ne postanu nezaobilaznim dijelom *Kaštelova* komercijalnog interesa, što je podrazumijevalo uključivanje stručnjaka u promidžbu proizvoda. Tako se stvarala i uzdizala temeljna vrijednost promidžbe (34) preko koje *Kaštel d. d.* staje uz bok pionirima i poticateljima industrijskog dizajna.

U to vrijeme promidžbu putem posjeta liječnicima provode dva liječnika medicine, dva magistra farmacije i jedan inženjer kemije (35). Tvornica rano kreće i s nekim oblikom „otvaranja vrata“ tadašnjim i budućim liječnicima i farmaceutima pa je u Odsjeku za povijest medicinskih znanosti HAZU-a kao trag takvih aktivnosti sačuvana i fotografija posjeta grupe studenata Farmaceutškoga fakulteta tvornici *Kaštel d. d.* pod vodstvom doc. dr. sc. Franje Benzingerera i ing. Vladimira Brajkovića (slika 20.). Pozivi liječnicima i farmaceutima da posjete tvornicu nastaviti će se i u kasnijim razdobljima.



Slika 18. Reklama za *Gripochin* (*Medicus* 1941.)



Slika 19. Reklama za *Tonovin* (*Medicus* 1940.)



Slika 20. Studenti Farmaceutskog fakulteta u posjetu tvornici Kaštel 1935. godine

Poruke zdravlja, snage i vitalnosti u reklamnim razglednicama Pavla Gavrančića

Početak 20. stoljeća obilježen je novim svjetonazorom koji stavlja u središte pozornosti preventivnu medicinu naglašavajući socijalne čimbenike i način života kao odlučne u čuvanju zdravlja. Otkriće vitamina u tom se razdoblju uspješno primjenjuje u liječenju pojedinih bolesti, ali i postupnim stvaranjem mita o novoj tjelesnoj otpornosti, energiji i snazi. Tomu su pridonijele i pojedine bolesti poput rahitisa koji je zahvaćao velik broj djece. Prve dekade 20. stoljeća obilježene su razjašnjavanjem važnosti antirahitičnog faktora i uloge svjetlosti u prevenciji ove bolesti. Kao ilustracija može poslužiti tekst Slavka Mašeka naslovljen *Rachitis*, objavljen u *Liječničkom vjesniku*, koji navodi: *Zadnjih godina svjetskog rata i neposredno iza njega stalno je harao rahitis u centralnoj Evropi, a i mi smo opažali jače tragove rahitide kod djece rođene u ratno vrijeme, nego što ih vidimo kod poratnih godišta. (...) Za ispravnu prehranu nije dovoljna količina bjelanjčevina, ugljikohidrata, masti i raznih soli, već je neophodno potrebna minimalna količina nekih supstancija silnog djelovanja. To su t.z. vitamini. Do sada nam je poznato 4 – 5 vitamina, ali ih je vjerojatno više. Označujemo ih redom slovima alfabeta* (36). U vrijeme kada se metabolizam i važnost vitamina tek otkrivaju, a rahitis je još zastupljen, osobito kod djece, u nas su se mogli kupiti preparati ribljega ulja, uglavnom stranih proizvođača. Prateći istraživanja vezana uz ulogu vitamina u nastanku bolesti, Kaštel d. d. započinje i s njihovom proizvodnjom. Na tržište se već tridesetih godina plasiraju dva vitaminska preparata, i to *Devitol* – uljna otopina čistoga kristaliziranog D-vitamina i riblje ulje sa standardnim i povećanim sadržajem D-vitamina pod nazivom *Jecovitol* (37, 38). Bilo je itekako važno da se informacija o ovom preparatu plasira i široj javnosti pa reklamu za *Jecovitol* nalazimo i u časopisu *Svijet* tijekom 1930. i 1931. godine (39) (slika 21.). Ova je činjenica važna i zbog toga što dizajn oglasa

potpisuje Pavao Gavrančić pa je ona ujedno i trag o početcima suradnje *Kaštela d. d.* s ovim umjetnikom i dizajnerom.

Pavao Gavrančić (Zagreb, 18. X. 1905. – Zagreb, 16. VII. 1973.), slikar i grafičar, povjesničar umjetnosti, likovni pedagog, dao je najzapaženiji doprinos na području primijenjene grafike te se smatra jednim od vodećih protagonista razvoja hrvatskoga grafičkog dizajna (40). Njegove reklame za *Kaštelov* vitaminski preparat *Jecovitol* objavljivane su u reviji *Svijet* redovito od 13. prosinca

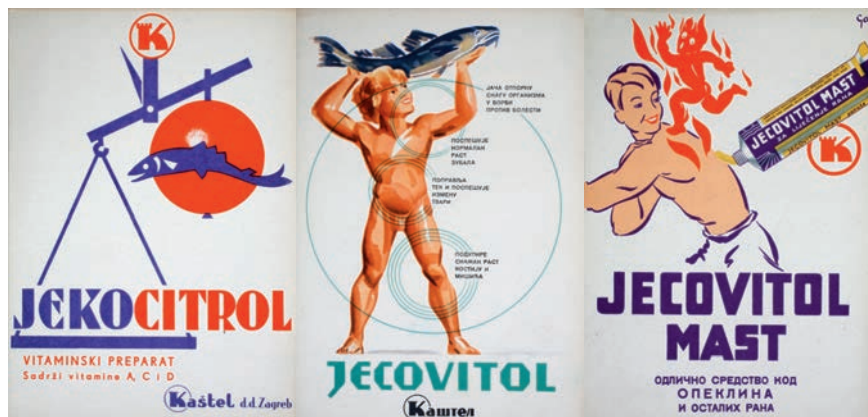
1930. do 4. travnja 1931. godine. Naizmjenice se pojavljivalo pet varijanata promidžbenog oglasa u kombinaciji crteža i teksta: *Stoljećima...*, *Ne 3 žlice...*, *1 žlica...*, *Vitamina...*, *1000 djece...*, u kojima se autor, uz eksplicitnu tekstualnu poruku, poslužio likovima iz svijeta dječje književnosti, igre i mašte kako bi postigao očekivani psihološki učinak kod roditelja i djece – da je *Jecovitol* nuždan dodatak dječjoj prehrani. Ovo je početak uspješne suradnje *Kaštela* (poslije *Plive*) s Pavlom Gavrančićem, koja će potrajati sve do 1950-ih godina.

Na tržište *Kaštel d. d.* ubrzo lansira i treći vitaminski preparat *Jecocitrol*, tj. kombinaciju vitamina A, C i D. U sljedećim brojevima ova paleta vitaminskih preparata potvrdit će se i preko novih smjernica vitaminske terapije u pogledu vitamina kao medikamenata pri liječenju tuberkuloze, diabetesa mellitusa, atonije želuca i crijeva, gastroenteritisa, hemoragijske dijateze, bolesti mišića i zglobova (41). Tijekom 1938. *Medicus* u svojoj rubrici *Novi preparati* oglašava *Kaštelov* peroralni vitaminski preparat B-grupe i C-vitamina (granule *Becevit*) sa širokim spektrom indikacija (od neuroloških do ginekoloških i zaraznih bolesti) (42) te vitamin B1 (*Aneurin*) u čistom stanju za terapiju živčanih i probavnih bolesti. *Medicus* iz 1940. godine pod naslovom *Napredak u terapiji rahitisa* objavljuje članak o injekcijama vitamina D₂. Naglašava se da se rahitis može izliječiti jednom jednom visokom dozom vitamina D, i to od 15 mg. Najavljuju injekcije *Vitaplex „D“ forte* koje su u pripremi (43). O pomaku u proizvodnji i oblikovanju *Kaštelovih* vitaminskih proizvoda svjedoči i niz sačuvanih Gavrančićevih promidžbenih razglednica reduciranoga tekstualnog sadržaja, koloristički i vizualno atraktivnih. Autor se koristi tipografsko-simboličkim rješenjima (*Jecocitrol*) ili stavlja naglasak na čovjeka



Slika 21. Reklamni oglas za *Jecovitol* (*Svijet* 1931.)

(muškarca, ženu, dijete, majku s djetetom, obitelj) te krajnje pojednostavnjenim likovnim sredstvima (forma i pokret tijela, simboličke naznake uzroka i posljedice ozljede, rumeni obrazi...) upozorava na blagotvorni učinak lijeka ili vitaminskog pripravka na zdravstveno stanje i kvalitetu života ljudi (*Jecovitol*, *Eukalcin*) (slike 22., 23.a i b, 24.).



Slike 22., 23.a i b. *Jecovitol* – reklamna razglednica



Slika 24. *Eukalcin* – reklamna razglednica

Proizvodnja domaćih kemoterapeutika

Borba za tržište u tom razdoblju neprestano naglašava domaći proizvod i domaću tvrtku koja cijenom i kvalitetom konkurira stranim. Pritom se ne propušta naglasiti činjenica da tvornica *Kaštel d. d. među svojim zaposlenicima nema ni jednog stranog državljanina*, što je dokaz da i mi možemo vlastitim snagama da vodimo ovakvo jedno poduzeće k razvitku i napretku (35). Velikim, često i pionirskim zalaganjem ova je tvrtka uspjela prokročiti put domaćoj proizvodnji lijekova, premda je borba sa stranom konkurencijom i dalje prisutna. To je vidljivo i u članku naslovljenom *Prilog propisivanja domaćih preparata* u kojemu se ističe favoriziranje domaćih preparata te se apelira na liječnike da bi takvim propisivanjem ne samo osigurali jeftinije liječenje pacijentima već i poduprli daljnju izgradnju i napredak domaće kemijsko-farmaceutske industrije (44). Već tijekom 1935. godine *Kaštel* kreće s idejom proizvodnje vlastite farmaceutske sirovine. Ustrojen je stoga *Preparativni odjel*, preteča suvremenog odjela organskih sinteza, za pokusnu proizvodnju. U njemu započinje i prva sintetička proizvodnja lijekova poput *Tonokardina*, ovdje se sintetizira antiluetik *Novobi* i drugo, a organiziran je i istraživački odjel za farmakološko ispitivanje pripremljenih supstancija. Iste godine vanjskim

suradnikom *Kaštela* postao je docent Kemijskog odjela zagrebačkoga Tehničkog fakulteta Vladimir Prelog, poslije redoviti profesor na Saveznoj visokoj tehničkoj školi u Zürichu i nobelovac, koji je zaslužan za osnivanje prvoga znanstvenoistraživačkog odsjeka u ovoj tvornici 1936. godine. Njegov su tim u to vrijeme činili Eugen Cerkovnikov, tada profesor Medicinskog

fakulteta u Rijeci, Viktor Hahn, profesor Tehnološkog fakulteta u Zagrebu i Pavao Štern, profesor farmakologije Medicinskog fakulteta u Sarajevu. Bio je to osvit antibiotske ere u kojemu 1935. njemački patolog i bakteriolog Gerhard Domagk otkriva prvi djelotvorni antibakterijski lijek *Prontosil* uspješan u suzbijanju streptokoka. Prema revolucionarnosti, važnosti i utjecaju na daljnji razvoj terapije, mnogi su ovo otkriće uspoređivali s otkrićem anestezije i asepsa. Ono je bilo i snažan poticaj istraživačima u propitivanju mogućnosti koje

sulfanilamidi otvaraju, to više što su uvođenjem određenih grupa u njihov spoj dobiveni i novi derivati izražene specifične djelotvornosti. Engleski kemičari, primjerice, 1938. godine pronalaze sulfapiridin specifična djelovanja protiv pneumokoknih, ali i gonokoknih i meningokoknih infekcija. U Americi i Engleskoj ubrzo je bio pripravljen i drugi derivat sulfanilamida, tzv. sulfatiazol, tj. njemu srodni sulfa-metil-tiazol (45). Kemičari u *Kaštelu* ne zaostaju nimalo za ovim događajima. Dapače, već godinu dana nakon Domagkova otkrića Prelog u suradnji s Ljubom Trinajstićem i Ernestom Rajnerom plasira na tržište sulfonamid pod imenom *Streptazol* koji ubrzo postiže golem uspjeh (slika 25.). Uz sulfanilamid (*Streptazol*), vlastitim sintetičkim postupkom stavljen je u promet rani sulfonamidski preparat (*Sulfapiridin*), zatim sulfapiridin (*Plurazol*) te sulfatiazol (*Ultraseptil*) (slike 26. i 27.).



Slika 25. *Streptazol*



Slika 26. *Plurazol*



Slika 27. Ultraseptil

Kreće se u proizvodnju fenil-azo-amino-piridina (*Eucistin*), kalcijskog levulinata, dietilamida nikotinske kiseline, te se postupno razvija i sinteza vitamina C. O pojedinim *Kaštelovim* preparatima objavljuju se zasebne studije. Časopis *Medicus* pokreće 1937. godine *Medicinsku praktičnu biblioteku* u kojoj je do 1939. godine objavljeno 7 svezaka u obliku monografskih publikacija namijenjenih liječnicima praktičarima. U sedmom svesku ove publikacije iz 1939. objavljen je, primjerice, tekst *Triumf kemoterapije. Kemoterapija bakterijskih infekcija. Streptazol, Plurazol, Elektil* koji donosi informacije o ovim kemoterapeutičkim na 62 stranice. Uistinu, to nije bio samo trijumf kemoterapije, već i tvornice *Kaštel* u kojoj je sinteza sulfonamida počela istodobno kada i u Velikoj Britaniji, a neki pokusni preparati izrađeni su i prije nego u mnogim većim i bogatijim zemljama. U navedenoj knjižici prezentirana su tri najvažnija *Kaštelova* sulfamidna preparata: *Streptazol*, efikasno sredstvo protiv streptokoknih infekcija, napose erizipela, puerperalne sepse, septikemije, gnojnih procesa na koži i sluznicama, streptokoknog meningitisa, gonoreje i infekcija mokraćnih putova, zatim *Plurazol*, sredstvo protiv pneumokoka te *Elektil*, lijek protiv gonokoknih i stafilokoknih infekcija. Opisuju se način djelovanja, eksperimentalni i klinički rezultati te farmakologija i toksikologija (46). Tijekom 1936. *Kaštelov* časopis *Medicus* obrazlaže zašto je u promet stavljen *Eukalcin* kao potpuno novi preparat koji sadržava kalcijski klinat. Priopćuje se da je tvornica *Kaštel* prva predala općoj uporabi ovaj peroralni preparat koji se sigurno resorbira. *Samo ta činjenica*, navodi se nadalje, *je bila odlučna da smo uveli Eukalcin u terapiju. Koliko nam je poznato u inostranstvu nema sličnog preparata. (...) Sinteza ove kalcijske soli obavlja se u našim laboratorijima, a gotovi se produkti i injekcije stalno kontroliraju u univerzitetkim institutima* (47) (slika 28.).

Vidjeti, prosuditi, propisati

Posebnu pozornost *Kaštel d. d.* posvećuje intenzivnom informiranju naših liječnika o svim lijekovima u ponudi. *Uvje-*



Slika 28. Eukalcin

reni smo, poštovani gospodine doktore, da će Vas zanimati ono što je stvorila domaća radinost na tom polju, te Vam stoga predajemo ovaj popis specijalnih preparata tvornice „Kaštel“, navodi se u uvodniku kataloga specijaliteta i lijekova sa specijalnim zaštićenim imenom „Kaštel“ i hormonskih preparata „Sanabo-Kaštel“ iz 1936. godine (48). Knjižica donosi listu preparata abecednim redom, njihov sastav, djelovanje, indikacije, doziranje, pakiranje, katkad i literaturu koja o tome piše. Također se najavljuju novi preparati u pripremi, pregled preparata prema indikacijama i cijene ljekovitih specijaliteta (slike 29.a i b).

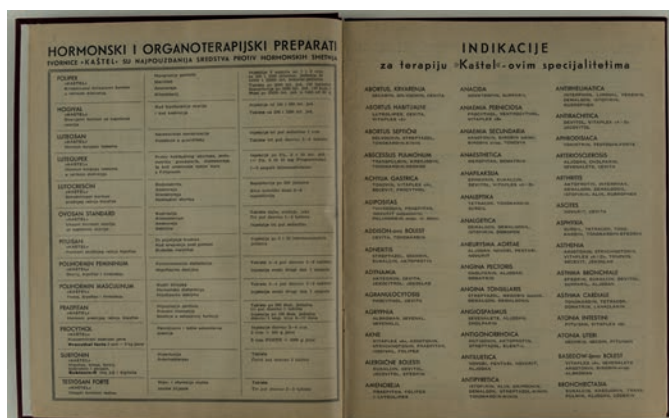


Slike 29.a i b. Omot kataloga lijekova



Slika 30. *Kaštel d. d.* redovito izdaje i svoje cjenike za ljekarnike

Kao osobit alat u sistematiziranju i prenošenju znanja o lijekovima i drugoj medicinskoj tematici farmaceutske tvrtke izdaju rokovnike (dnevnike) za liječnike. U jednom *Diariu-mu Medici* iz 1939. godine *Kaštel d. d.* prezentira listu svojih *specijalnih preparata, hormonske i organoterapijske preparate, indikacije za terapiju Kaštelovim specijalitetima, pregled indikacija i doziranje za hormonske preparate u ginekologiji, tabelu trudnoće, doziranje lijekova za djecu, praktične mjere, odstranjivanje mrlja i vitaminske preparate.* U to vrijeme na listi specijalnih preparata tvornice *Kaštel* nalaze se i *Cholparin* (na poledini *Medicusa* iz 1940. godine, knjiga III, broj 4 objavljena je reklama za ovaj antihipertonik kojom dominira crtež stresnog načina života i proizvodnje lijeka), *Eucistin, Eulaksin, Gerulcin, Interphan, Istopirin, Jekocitol, Lanaclarin* i drugi (49) (slika 31.).



Slika 31. *Diarium Medici* iz 1939.

Pratimo li razvoj marketinških strategija *Kaštela d. d.*, uočit ćemo da je briga o plasmanu proizvoda ukorijenjena u same početke rada ove tvornice. Ona je prije svega bila motivirana nastojanjima proboja na tržište, borbom protiv konkurencije, ali u smjeru prepoznatljivosti tvornice kao nacionalne tvrtke koja pridonosi razvitku gospodarstva. Identitet tvrtke

gradi se na ideji plasiranja domaćeg proizvoda kao kvalitetnog, dostupnog i jeftinijeg od inozemnoga. Pritom *Kaštel d. d.* pribjegava raznolikim marketinškim strategijama, od oglašavanja u relevantnim publikacijama, intenziviranja suradnje s liječnicima (posjeti i razmjena iskustava koja se objavljuju u stručnim časopisima), predstavljanja na izložbama i izdavanja vlastitog časopisa do tiskanja brošura, letaka, razglednica, rokovnika itd. Uz navedeno, važno je i rano uključivanje umjetnika u oblikovanje vizualnog identiteta proizvoda, čime je *Kaštel d. d.* pridonio promicanju i poticanju razvoja industrijskog dizajna na našim prostorima. Profesionalno oblikovane reklame i poruke promiču životni stil ispunjen zdravljem, snagom i energijom koji se oslanja na provjerene i znanstveno vrjednovane lijekove (slike 32. i 33.). Taj se aspekt održao u marketingu i nakon što je 1945. godine tvornica *Kaštel d. d.* pripojena Državnom zavodu za proizvodnju lijekova *Pliva*.



Slika 32. *Medicus* iz 1941. – posljednja strana



Slika 33. Reklamna razglednica za injekcije

LITERATURA

- Fatović-Ferenčić S, Ferber Bogdan J. Otac i sinovi: članovi obitelji Feller u kontekstu početaka reklamnoga oglašavanja u Hrvatskoj. *Acta Med Hist Adriat* 2018;16(1):47–72.
- Fatović-Ferenčić S, Brkić Midžić S. Kaštel na vrhuncu: oglašavanje i ambalaža lijekova tvornice Kaštel u Zagrebu 1930-ih i 1940-ih. Zagreb: HAZU, Hrvatski muzej medicine i farmacije; 2016.
- Isis d. d. Liječ Vjesn 1929;51(7):334–5.
- Kovačević K. Gustav Janeček jedan od pokretača hrvatske farmaceutske industrije. U: Grdenić V (ur.). *Gustav Janeček (1848. – 1929.): život i djelo*. Zagreb: HAZU; 2012:151–61.
- Kaštel tvornica kemijsko-farmaceutskih proizvoda d. d. (prigodom 20. godišnjice opstanka). *Medicus* 1941;3(5):246–7.
- Od Kaštela do Plive. *Saopćenja* 1961;4(5):206–10.
- Baković V. Razvoj jugoslavenske farmaceutske industrije. *Saopćenja* 1971;14(1):53–8.
- Ščrbašić M. Tradicija se nastavlja – izazov budućnosti. U: Keros P (ur.). *Zbornik liječnika Hrvatske 1874. – 1974*. Zagreb: Zbor liječnika Hrvatske; 1974.
- Baković V. Osvrt na značajne obljetnice u SOUR Pliva u 1981. godini. *Saopćenja* 1981;27(2):171–81.
- Pavičić Ž (ur.). *Pliva 50. godina*. Zagreb: Pliva / Odjel za propagandu; 1971.
- Čapeta A (ur.). *Povjesnica Plive*. Zagreb: Pliva d. d.; 1996.
- „Kaštel“ tvornica kemijsko-farmaceutskih proizvoda d. d. Karlovac. *Vjesnik ljekarnika* 1921;3(9–10):151–3.
- Vjesnik ljekarnika* 1921;3(11,12):185.
- „Kaštel“ Tvornica kemijsko-farmaceutskih proizvoda d. d. 1923;5(11):384–6.
- Peroš D. U obranu pravedne stvari. *Medicus* 1935;57(5):164–76.
- Anonimno. Kemijsko-farmaceutska izložba na Zagrebačkom Zboru u Zagrebu. *Apotekarski vjesnik* 1934;16(20):1072–3.
- Spitzer A, Barac M. Zbirka zakona i naredaba tiućih se zdravstva i zdravstvene službe. Dodatak XI. Zagreb: Naklada kr. povl. privredne nakladne knjižare; [s. a.], 4:182.
- Kaštel d. d. *Vjesnik ljekarnika* 1928;10(6):338.
- „Kaštel“ Tvornica kemijsko farmaceutskih proizvoda d. d. Zagreb. *Farmaceutski vjesnik* 1929;19(poseban broj):30–1.
- Liječ Vjesn 1928;50(11):1493.
- Reklama za proizvode *Kaštel d. d.* *Vjesnik ljekarnika* 1929;11(1):54.
- Kaštel d. d. Dopis Uredništvu *Vjesnika ljekarnika*. *Vjesnik ljekarnika* 1933;15:288.
- Odobreni specijaliteti. *Vjesnik ljekarnika* 1933;15:963.
- Kemijsko-farmaceutska izložba na Zagrebačkom Zboru u Zagrebu. *Apotekarski vjesnik* 1934;16(20):1072–3.
- Ris [reklamni oglas]. *Svijet* 1931;6(7):151.
- Baković V. Jubilarna dvadeseta godišnjica časopisa „Saopćenja“. *Saopćenja* 1974;17(4):253–4.
- Hercog P, Mikić F. Efetusin – novi domaći lijek. *Medicus* 1934;2:65–6.
- Budak M. Bazični kinin u terapiji pneumonije. *Medicus* 1934;2:47–54.
- Poštovani gospodine doktore. *Medicus* 1938;9:bez paginacije.
- Medicus* 1938;5 (bez paginacije – reklamni umetak između str. 212. i 213.).
- Medicus* 1938;2(7):457.
- Medicus* 1935;5 (poledina časopisa).
- Surparil – univerzalni spazmolizikum. *Medicus* 1938;7 (reklama, bez paginacije).
- Vukić F. Umjetnost uvjeravanja. *Oglašavanje u Hrvatskoj 1835. – 2005*. Zagreb: Hrvatski oglasni zbor; 2006.
- Brajković V. Kratki posjet tvornici Kaštel. *Medicus* 1935;5:189.
- Mašek S. Rachitis. *Liječ Vjesn* 1930;50(6):265–6.
- Trgovačke vijesti: Jecovitol sa D-vitaminom standardizirano riblje ulje. *Vjesnik ljekarnika* 1930;12:531.
- Prijavljeni specijaliteti Ministarstvu socijalne politike i narodnog zdravlja 5. prosinca 1936. godine. *Apotekarski vjesnik* 1937;19:139.
- Vukić F. Gavranic Pavao. U: Macan T (ur.). *HBL. 4. sv.* Zagreb: Hrvatski leksikografski zavod Miroslav Krleža 1998.; str. 615.
- Svijet* 1930;26:708; 1931;1:3; 1931;2:39; 1931;5:147.
- Razvoj nauke o vitaminima. *Medicus* 1935;7:269–76.
- Novi preparati. *Medicus* 1938;2(7):438.
- Vijesti. Napredak u terapiji rahitisa. *Medicus* 1940;3(4):196.
- Prilog propisivanja domaćih preparata. *Medicus* 1934;3 (bez paginacije, kao reklamni umetak između str. 96. i 97.).
- Kratka povijest sulfanilamida. *Medicus* 1941;3(5):217–9.
- Dugački V. O 70. obljetnici časopisa „Medicus“. *Medicus* 2002;11(2):291–4.
- Važna saopćenja. Zašto je stavljen u promet Eukalcin? *Medicus* 1936;8–9:411–21.
- Specijaliteti i lijekovi sa specijalnim zaštićenim imenom „Kaštel“ i hormonski preparati „Sanabo-Kaštel“. Zagreb: Kaštel tvornica kem. farm. proizvoda d. d.; 1936.
- Specijalni preparati tvornice Kaštel. *Medicus* 1938;2(9) (umetak između str. 410. i 411.).

POPIS ILUSTRACIJA

1. Katalog izložbe Kaštel na vrhuncu, Zagreb, 2016.
2. Prva reklama u Vjesniku ljekarnika iz 1921. godine
3. Injekcije iz karlovačkog razdoblja – ambalaža, HMMF-168. Snimio: Srećko Budek
4. Ampule injekcija iz karlovačkog razdoblja, HMMF-168. Snimio: Srećko Budek
5. Prikaz tvornice, Vjesnik ljekarnika, 1923., br. 11, god. V, str. 385.
6. Prikaz tvornice, Vjesnik ljekarnika, 1923., br. 11, god. V, str. 386.
7. Distol, reklama iz časopisa Virovitičan iz 1928. godine
8. Aljodan, reklamni letak, strane a i b
9. a i b Aljothein, reklamni letak, Liječnički vjesnik, br. 1, 1929.; Aljothein, ambalaža, HMMF-1104
10. Reklama iz zagrebačkog razdoblja, Vjesnik ljekarnika, 1929.
11. Varijacije reklama: reklama za Kaštel, Liječnički vjesnik, 1932.
12. Varijacije reklama: reklama za Birobin, Liječnički vjesnik, 1934.
13. Logotip tvornice iz karlovačkog razdoblja. Snimio: Srećko Budek
14. Logotip tvornice iz zagrebačkog razdoblja. Snimio: Srećko Budek
15. Zaštitni znak tvornice na ambalaži. Snimio: Srećko Budek
16. Ris, reklamni oglas, Svijet, god. VI, knj. XII, br. 7, str. 151., 15. 8. 1931.
17. Poštovani gospodine doktore – Medicus 1938., knj. II, br. 9
18. Reklama za Griphochin, Medicus 1941., knj. III, br. 5
19. Reklama za Tonovin, Medicus 1940., knj. III, br. 3
20. Studenti farmacije s doc. dr. F. Benzingerom i ing. Brajkovićem u posjetu tvornici lijekova Kaštel, 1935.
21. Reklamni oglas za vitaminski pripravak Jecovitol, Svijet, 1931.
22. Jekocitrol, reklamna razglednica, HMMF-144. Snimio: Srećko Budek
23. a i b Jecovitol, reklamna razglednica, HMMF-114. Snimio: Srećko Budek
24. Jecovitol mast, reklamna razglednica, HMMF-115. Snimio: Srećko Budek
25. Eukalcin, reklamna razglednica, HMMF-126. Snimio: Srećko Budek
26. Streptazol, reklamna razglednica, HMMF-121. Snimio: Srećko Budek
27. Plurazol, ambalaža, HMMF-160. Snimio: Srećko Budek
28. Ultraseptil, ambalaža, HMMF-162. Snimio: Srećko Budek
29. Eukalcin, reklamna razglednica, HMMF-116. Snimio: Srećko Budek
30. a i b Katalog lijekova tvornice Kaštel d. d., 1936., HMMF-812, omot i naslovnica
31. a i b Cjenik za apotekare Kaštel, Zagreb, 1936.
32. Diarium Medici, Kaštel, Zagreb, 1939., HMMF-12. Snimio: Goran Vržina
33. Medicus iz 1940., reklama na posljednjoj stranici
34. Injekcije, reklamna razglednica, HMMF-124. Snimio: Srećko Budek



ADRESA ZA DOPISIVANJE:

Prof. dr. sc. Stella Fatović-Ferenčić, dr. med.
Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti
Zavod za povijest i filozofiju znanosti
Odsjek za povijest medicinskih znanosti
Gundulićeva 24, 10000 Zagreb
e-mail: stella@hazu.hr

PRIMLJENO/RECEIVED:

25. 7. 2018./July 25, 2018

PRIHVAĆENO/ACCEPTED:

26. 7. 2018./July 26, 2018

