

Georg Bergler:
Veröffentlichungen zum Markenartikel (1928-1969)

Das Marktproblem für die pharmazeutischen Artikel

In: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Berlin 1928, Heft 6, Seiten 467-473

Die Wirkungen der Mode und des Geschmacks auf den Markenartikel

In: Markt der Fertigware 1930, Nr. 2/3

**Zusammenhänge zwischen Beschaffung und Absatz bei
pharmazeutischen Markenartikeln**

In: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Berlin 1930, Heft 8, Seiten 629-634

Der Markt für Markenartikel

In: Der Diplom-Kaufmann, Berlin 1930, Nr. 9, Seiten 414-418

Über das Wesen des Markenartikels

In: Die Betriebswirtschaft, Stuttgart 1931, Heft 2, Seiten 47-51

Das Werden des Markenartikels und seine Rolle in der Wirtschaft

In: Der Ansporn, Hamburg 1931, Nr. 9/10

Der Markenartikel in der Süßwarenindustrie

In: Der Zuckerbäcker, Bernburg 1932, Nr. 51

Der Markenartikel in der Schokoladenfabrik

In: Der Zuckerbäcker, Bernburg 1933, Nr. 14

Die Abwanderungstendenzen der Süßwaren

In: Der Zuckerbäcker, Bernburg, 13. Juli 1933

Soll der Drogist Krawatten verkaufen? Neues zum alten Thema

»Abwanderung«

In: Das Drogistenfachblatt, Berlin 1933, Nr. 32

Über die Zukunft des Markenartikels

In: Die deutsche Fertigware, Stuttgart 1933 (5. Jg.), Heft 5, Teil B, Seiten 151-156

Die Absatzorganisation für den Markenartikel

In: Die Betriebswirtschaft, Stuttgart 1933, Heft 6, Seiten 151-156

Die Bedeutung des Markenartikels für den Fachhandel

In: Deutsche Handelsware, Nürnberg 1933, Nr. 17. Seiten 454-460

Qualitätsförderung – Gütezeichen – Markenartikel

In: Scherls Informationen, Berlin 1933, Nr. 98, Seiten 1-3

Der Süßwarenmarkenartikel in der Konditorei

In: Konditorzeitung, Trier, 24. Okt. 1933

Konsument und Markenartikel

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1933, Nr. 11, Seiten 822-830

Der chemisch-pharmazeutische Markenartikel. Darstellung des Wesens, der Absatzformen und des Kampfes um den Markt

Stuttgart 1933, IX und 99 Seiten

Dissertation, Württembergische Eberhard-Karl-Universität Tübingen 1931

Der kosmetische Markenartikel

In: Die Betriebswirtschaft, Stuttgart 1933, Heft 12 und 1934, Heft 1

Das Schrifttum über den Markenartikel

Deutscher Betriebswirte-Verlag, Berlin 1934, ca. 350 Quellenangaben;
Nachtrag 1 1935, Nachtrag 2 1936, 2. erw. Auflage 1940, 3. erw. Auflage 1950
(in: Der Leitfaden für Presse und Werbung, Willy Stamm Verlag, Essen) und
jährliche Nachträge 1951-1967.

Rationalisierung des Vertriebs durch den Markenartikel

In: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Berlin 1934, Heft 1, Seiten 125-127

Qualitätssicherung, Markenartikel und Leipziger Messe

In: Die deutsche Fertigung, Stuttgart 1934, Heft 2, Teil A, Seiten 21-27

Die Qualitätsgarantie des Markenartikels

In: Der Konfektionär, Berlin, 15. Febr. 1934

Die neuzeitliche Vertriebsform für Qualitätswaren

In: Neudeutsche Wirtschafts Rundschau, Berlin, 1. April 1934

Markenware und Handel

In: Der Markenartikel, Berlin 1934 (1. Jg.), Heft 1, Seiten 2-5

Götterdämmerung des Markenartikels

Ausführungen zu der 1934 vom Berliner Werbeberater Hanns W. Brose
vorgelegten 60-seitigen Schrift »Götterdämmerung des Markenartikels? Neue
Wege zu neuen Käufern«

In: Die deutsche Fertigung, Stuttgart 1934, Heft 8, Teil A, Seiten 115-120

Gütezeichen für Markenartikel?

In: Die deutsche Fertigware, Stuttgart 1934, Heft 10, Teil A, Seiten 149-153

**Die gegenwärtige Lage des Markenartikels und seine
Entwicklungstendenzen**

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1935, Heft 4, Seiten 317-325

Wesen und Verpflichtung des preisgebundenen Markenartikels

In: Der Markenartikel, Berlin 1935, Heft 5, Seiten 115-121

Die Werbung für den Markenartikel

Vortrag auf dem 1. Deutschen Betriebswirtschaftler-Tag; in: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1935, Heft 6, Seiten 548-554

Zur Problematik des Markenartikels

In: Wirtschaftsblatt der Industrie- und Handelskammer zu Berlin, 27. Juni 1935, Seite 1260

Der Markenartikel, die moderne Vertriebsform für Fertigwaren

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1935, Heft 9, Seiten 875-885

Die Markenware im deutschen Außenhandel

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1935, Heft 12, Seiten 1267-1269

Die Bedeutung des Markenartikels für den Export

In: Der Ansporn, Hamburg, 6. Dez. 1935

Der Markenartikel im deutschen Außenhandel

In: Der Markenartikel, Festschrift zur Jahreshauptversammlung des Markenschutzverbandes, Berlin, 18. Febr. 1936, Seiten 18-22

Um den Markenartikel

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1936, Heft 4, Seiten 449-451

Wertarbeit und Markenartikel

In: Deutsche Handelsware, Nürnberg 1936, Heft 12, Seiten 358-362 und Heft 14, Seiten 420-424 und Heft 17, Seiten 517-520

Marktordnung und Markenwesen

In: Die deutsche Fertigware, Berlin 1937, Heft 1, Teil A, Seiten 22-28

Pharmazeutische und chemische Erzeugnisse

Zeugnisse deutscher Wertarbeit, dargestellt am Beispiel der Schering-Kahlbaum AG, Berlin

In: Deutsche Handelsware, Nürnberg 1937, 2. Maiheft

Das Schrifttum über den Markenartikel

III. Nachtrag

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1937, Nr. 12, Seiten 987-993

Markenware und Markenartikel auf der Leipziger Messe

In: Seidels Reklame – Werben und Verkaufen, Berlin 1938, Heft 2, Seiten 57-59

Das Schrifttum über den Markenartikel

IV. Nachtrag

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1939, Nr. 5, Seiten 432-438

Der Markenartikel im Rahmen der industriellen Absatzwirtschaft

In: Marktwirtschaft und Wirtschaftswissenschaft; eine Festgabe aus dem Kreise der Nürnberger Schule zum 60. Geburtstag von Wilhelm Vershofen; Hrsg. von Georg Bergler und Ludwig Erhard. Deutscher Betriebswirte-Verlag, Berlin 1939, Seiten 233-284

Freie Preise und gebundene Preise vom Standpunkt des Verbrauchers

In: Der praktische Betriebswirt, Berlin 1940, Nr. 4, Seiten 152-162

Pharmazeutische Markenwaren

In: Industrie, Blätter der Frankfurter Zeitung für Technik und Wirtschaft, 31. Dez. 1941

Der Markenartikel im Rahmen der industriellen Absatzwirtschaft

In: Der Markenartikel, Berlin 1942; Heft 6, Seiten 133-140; Heft 9, Seiten 203-211; Heft 10, Seiten 232-236; Heft 12, Seiten 283-292

Georg von Eyck – ein Pionier des Markenartikels. Zugleich ein Beitrag zur Geschichte des Markenartikels

In: Der Markenartikel, München und Berlin, 1944, Heft 3/4, Seiten 33-36

Der Markenartikel im Urteil des Händlers

Vortrag anlässlich der Gründungsversammlung des Markenverband e.V. am 10. März 1948 in Rüdesheim: Ergebnisse einer Händler-Befragung aus dem Juli 1939

In: Mitteilungen des Markenverbandes, Wiesbaden 1948, Nr. 2, Seiten 8-15

Der Markenartikel zwischen Handel und Verbraucher

In: Handelsblatt, Sonderbeilage »Der Markenartikel im Wiederaufbau«, Düsseldorf, 14. Jan. 1949

Wo steht der Markenartikel heute?

In: Der Markenartikel, München 1953, Heft 10, Seiten 499-506

Gestaltwandel des Markenartikels

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1955, Heft 3, Seiten 157-195

Der Markenartikel als Ordnungs- und Rationalisierungsprinzip in der Absatzwirtschaft

In: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Wiesbaden 1956, Heft 1, Seiten 15-25; und: die absatzwirtschaft, Nürnberg 1956, Heft 3, Seiten 1-12

Der Markenartikel in der modernen Wirtschaft

In: Der Volkswirt, Beiheft »Markenartikel-Industrie«, Frankfurt 1956, Nr. 31, Seiten 8-10

Gestaltwandel des Markenartikels

In: Georg Bergler; Beiträge zur Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1957, Seiten 17-67

Verdrängt die Händlermarke den Markenartikel?

Diskussionsleitung; in: Tagungsbericht der Absatzwirtschaftlichen Gesellschaft e.V., Nürnberg 1958

Arzneimittelmarkt und Preisbindung der zweiten Hand

In: Die pharmazeutische Industrie, Aulendorf 1958, Nr. 10

Markenartikel

In: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Stuttgart-Tübingen-Göttingen 1959/1961, Siebter Band, Seiten 125-131

Mode und Marke. Wandel der Absatzmethode

In: textil-schnell-report, Berlin-Düsseldorf 1960, Nr. 39

Der traditionale Markenartikel

In: die absatzwirtschaft, Düsseldorf 1960, Dezember-Heft

Das Schrifttum über den Markenartikel

4. Auflage, Nürnberg 1960, Schriftenreihe der GfK »Marktwirtschaft und Verbrauch«, Band 12, 332 Seiten

Die verzauberte Marke

Rezension der Bücher von Werner Suhr: »Die verzauberte Marke« und »Markenartikel – Trumpf auf allen Märkten« in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, München 1962, Heft 3/4, Seiten 290-293

Rohstoffmarke und Produktdifferenzierung in der Textilwirtschaft

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1965, Heft 1, Seiten 9-26

Georg von Eyck – ein Pionier des Markenartikels. Zugleich ein Beitrag zur Geschichte des Markenartikels

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1965, Heft 3

Der Massenartikel Bleistift

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1965, Heft 4

Werkleute. Die Baumeister der GfK

Begegnungen mit »hervorragenden Männern aus Wirtschaft und Wissenschaft«, u.a. mit den Markenartiklern Willy Hillers, Rudolf Asbach und Reinhold Krause

Frankenverlag Lorenz Spindler, Nürnberg 1965, 160 Seiten

Abschiedsvorlesung »Der Mensch in der Wirtschaft«

Mit Verweisen auf Berglers Beschäftigung mit dem Markenartikel als Forscher, Lehrer und Wirtschaftspraktiker

28. Juli 1966 in Nürnberg, Privatdruck von 1.000 Exemplaren; ferner in:

Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 1967, Heft 3, Seiten 327-360

Das werbende Etikett auf Zündholzschachteln

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1967, Heft 4

Schreibste mir ... MK-Papier

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nürnberg 1968, Heft 2

Der Markenartikel

In: Georg Bergler; Absatz. Materialien für eine Absatzlehre. Schriftenreihe der GfK »Marktwirtschaft und Verbrauch«, Band 28, Nürnberg 1968, Seiten 166-174

Der Markenartikel als Ordnungsprinzip

In: Georg Bergler; Absatz. Materialien für eine Absatzlehre. Schriftenreihe der GfK »Marktwirtschaft und Verbrauch«, Band 28, Nürnberg 1968, Seiten 175-190

Die traditionale Marke

In: Georg Bergler; Absatz. Materialien für eine Absatzlehre. Schriftenreihe der GfK »Marktwirtschaft und Verbrauch«, Band 28, Nürnberg 1968, Seiten 191-199

Rohstoffmarke und Produktdifferenzierung

In: Georg Bergler; Absatz. Materialien für eine Absatzlehre. Schriftenreihe der GfK »Marktwirtschaft und Verbrauch«, Band 28, Nürnberg 1968, Seiten 200-221

Werben ist eine Kunst. Geschichte und Gestalt der Werbung für einen klassischen Markenartikel: Asbach Uralt

Verlag F. Bruckmann, München 1969, 241 Seiten

Männer und Werke

Erster Teil: **Männer.** Begegnungen u.a. mit den Markenartiklern Rudolf Asbach, Max Pauli, Karl Christian Birkel, Karl Rolle, Gregor Wolf, Gerhard Hoffmann, Ewald Kipper, Hugo Theunert und Reinhold Krause.

Zweiter Teil: **Werke.** Jubiläumsreden – 100 Jahre Bast AG (1955), 100 Jahre Schwan-Bleistiftfabrik AG (1955), 50 Jahre Wolf-Geräte GmbH (1962), 50 Jahre Bauknecht GmbH (1969) und 100 Jahre Bayerische Landesgewerbeanstalt (1969).

Privatdruck Nürnberg 1970, 255 Seiten

Diese Zusammenstellung stützt sich auf die folgenden Quellen: (1) Bibliographie »Veröffentlichungen von Georg Bergler«, die Gertraud Sailer für die Festschrift »Der Mensch im Markt« zum 60. Geburtstag von Georg Bergler erstellt hat, Duncker & Humblot, Berlin 1960, Seiten 447-464; (2) Zusammenstellung »Das Schrifttum über den Markenartikel« von Georg Bergler, 4. Auflage, Nürnberg 1960, Schriftenreihe der GfK »Marktwirtschaft und Verbrauch«, Band 12, 332 Seiten; (3) Artikel »Die wissenschaftlichen Veröffentlichungen von Georg Bergler«, die Ludwig Hülf im »Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung«, Nürnberg 1970, Heft 2, Seiten 95-117 veröffentlichte; (4) Nachweise in der Datenbank der G·E·M, (5) eigene Recherchen.

Wolfgang K.A. Disch, August 2006