

	<p>Object: Skála reklámszatyor</p> <p>Museum: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum Korona tér 1. 1036 Budapest +36 1 375-62-49</p> <p>Collection: Kereskedelem-történeti dokumentációs gyűjtemény (KD), Aprónyomtatványok_Csomagolóanyagok (KD)</p> <p>Inventory number: J128</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Description

Húsvéti Skála reklámszatyor az 1980-as évekből.

Az 1980-as években nagy újdonságnak és ritkának számított a "nejlonszatyor"-nak nevezett műanyag táska/reklámszatyor. A képen a reklámhölgy a cégtől kapott feliratos pózoló, húsvéti kosarában Skála emblémás tojások láthatók.

Az évtized közepén ennek a reklámhordozónak a jelentősége még mindig nem volt tisztázva. A reklámszatyor hirdetési értékével a Magyar Reklámszövetség Propagandista szakosztályának keretei között működő Reklámkritikai Fórum is foglalkozott, 1986-ban elemző vizsgálatot folytattak többek között e témában is. Közel 200 vállalat szatyrait vizsgálták meg. Megpróbálták e média ismérveit összefoglalni, szerepét behatárolni. Azt fogalmazták meg, hogy a reklámszatyor a médiastratégia kiegészítő eszköze kellene, hogy legyen. A "merítésből" kiderült, hogy a szatyrok megrendelését többnyire a propagandisták intézték, nem mindig végiggondolt célkitűzésekkel, e reklámhordozó specifikumainak (minimális szövegfelhasználás, vizuális motívumok, jól felismerhető logók, figyelemfelkeltő színek használata, teherbírás, alkalmazhatóságuk) figyelembe vétele nélkül.

(Forrás: Frank Erika: Mi van a hazai reklámszatyrokon kívül? Propaganda. Reklám, 1986/2,3, 25-26.)

Az ÁFÉSZ a rendszerváltás előtti Magyarországon elterjedt, elsősorban a vidéki boltokat üzemeltető szövetkezetek egységes neve, az Általános Fogyasztási és Értékesítési Szövetkezet rövidítése. Területileg és helyi szinten is több ÁFÉSZ működött, de például szövetkezetekbe tömörültek a fodrászok, cukrászok, cipészek stb. is.

1976-ban nyitotta meg kapuit a Skála Budapest Szövetkezeti Nagyáruház, majd a Szövőru Nagykereskedelmi Vállalattal való fúziót követően megalakult a Skála-Coop Közös Vállalat.

Háziaszonya éveken keresztül Komjáthy Ágnes („Skála Ági”) volt.

A Skála-Coop (köznapi nevén Skála) a magyar kiskereskedelem jelentős szereplője, magyar vállalat.

Az első áruházukat, a Skála Budapest Nagyáruházat 1976. április 3-án nyitották meg, a második bolt, a Fehérvár Áruház megnyitására két évvel később, 1978. április 1-én került sor, innentől kezdve pedig sorra épültek az áruházak országszerte. A Skála-Coop első igazgatója Demján Sándor volt, aki merőben új kereskedelmi filozófia alapján vágott bele az új áruház létrehozásába. E döntésével nem kis kockázatot vállalt, hiszen fel kellett adnia a Gorsium ÁFÉSZ vezetőségi helyét az új vállalkozásért.

A nyolcvanas évekbeli reklámhordozókon – így a zacskókon is – szereplő nők mind fiatalok, öltözkük is ezt tükrözi. Legtöbbször erős sminkben, kiegészítőkkal, ékszerekkel felékesítve jelennek meg. Gyakran tűnt fel ugyanaz az az arc különböző reklámokban, azért is, mert a nők, akik mellékállásban modellkedtek, maguk készítette sminkben és ruhában álltak a kamera elé: a kialakuló manökenszakmában nem volt mindegy, hogy melyik modellnek milyen a ruhatára.

Basic data

Material/Technique:

Műanyag

Measurements:

Keywords

- Skála
- reklám szatyor
- Áfész