

| | |
|--|---|
| | <p>Object: Minőségi Cipőgyár, MINO kártyanaptár, 1983</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_Kártyanaptárak (KD)</p> <p>Inventory number: KD_SZK_1988.27</p> |
|--|---|

Description

Minőségi Cipőgyár, MINO kártyanaptár, 1983

A kép modellje Kristyán Judit manöken volt. Az 1980-as években őt tartották a legszebb lábú magyar modellnek, ezért többek között a Minőségi Cipőgyár termékeit, a Mino-cipőket is ő reklámozta. Sikerét a Kálvin téren látható óriásira felnagyított Mino plakátnak is köszönhetette. A plakát, melyet Bakos István grafikusművész alkotott az emblematikussá vált Fabulon-mozaik mellett helyezkedett el.

A korszak reklámhordozóin a legtöbb esetben fiatal nők szerepelnek, általában erős sminkkel. A nők „dekorációs reklámeszközként” való szerepeltetésének vadhajtásaiként hiányos öltözetű vagy teljesen meztelen nők is megjelentek például a fal- és kártyanaptárokon. E reklámajándékok némelyikén, melyek jelentős részét a vállalatok ügyfeleik számára készítették, szinte már alig beazonosítható a hirdetett termék vagy szolgáltatás: az volt a lényeg, hogy csinos nő legyen látható a képen.

Az 1970-80-as években gyakran tűnik fel ugyanaz az arc különböző reklámokban, ugyanis a reklámkészítők szívesen dolgoztak a kialakulóban lévő magyar manökenszakma legismertebb képviselőivel. Gyakran egy-egy termékcsalád arcává vált az őt reklámozó hölgy. A modellek, akik főállás mellett üzték ezt a tevékenységet, maguk készítették sminkjüket és saját ruháikban álltak a kamera elé, ezért egy elérhető ideált állítottak a vásárló nők elé.

„Végy egy szexis nőt. Ha kevés, akkor sokat. Minél gyengébb a reklámozandó áru, annál többet. Nyomj a kezébe gusztusos árut, keverd meg az egészet egy jó kamerával. Pácold kis

humorral, fűszerezd rafinált fény-és hanghatásokkal. Tálald minél csillogóbb, esetleg meghökkentő, bizarr környezetben.” – olvasható nem kevés éllel megfogalmazott reklámreceptként a Propaganda, reklám című folyóirat lapjain (1983/3).

(Forrás: Kulich Júlia- Veress Kinga: Mit vásárolt Jucika? Tablószövegek az MKVM 2019-ben rendezett kiállításán)

A vállalatok reklám költségvetésében többnyire csekély mértékben képviseltette magát a színes nyomtatvány. Jelentősége nagy példányszámában rejlett, sok cég készített nagy sorozatban kártyanaptárakat.

A kártyanaptár igazi divatja a hetvenes évek végén, nyolcvanas évek elején érte el tetőpontját. Népszerűsége abban rejlett, hogy apró mérete miatt kényelmesen elfért zsebben, tárcában, kistáskában, könyvjelzőnek is megfelelt. Éppen ebben rejlett rendeltetésének lényege is, mégpedig az, hogy mindig kéznél volt; tulajdonosa akárhányszor rápillantott, mindig a reklámozó, a kártyanaptárt adó cég juthatott az eszébe. A naptárakra nyomott színes képek miatt sokan gyűjtötték a lapokat, különösen a gyerekek körében volt igen kedvelt szórakozás az órák szüneteiben lebonyolított egymás közötti csere-bere.

A nyolcvanas években az asztali és falinaptárak, zsebnaptárak egyre jobban kiszorították a kártyanaptárt, leginkább azért, mert utóbbiak feljegyzések rögzítésére alkalmatlanok voltak.

Az 1980-as évek elejétől a Magyar Reklámszövetség propagandista szakosztályának keretei között működött a Reklámkritikai Fórum, melynek feladata volt, hogy elemezze a reklámpiac ágazatait. 1985-ben az akkoriban készült kártyanaptárak értékelését elvégezték, mely "...lehangoló képet nyújtott. Gyenge fotók, dilettáns grafikák, rossz emblémák és közhelyszerű szövegek bőven akadtak az anyagban. Még inkább elszomorító volt az a sok értelmetlenség, amely csak kérdőjeleket tudott támasztani: vajon milyen cél vezette a propagandistát, hogy vállalatát vagy annak egyik-másik termékét, szolgáltatását éppen ezzel a reklámeszközzel népszerűsítse." És ily módon - tehette volna hozzá írásában a szerző. "A kártyanaptárnak két esetében van esélye arra, hogy legalább egy ideig megőrizze: ha annyira kedves, ötletes, vagy szép, hogy jólesik ránézni ... vagy ha a naptár-funkción túl, valamilyen más hasznos információt is hordoz", például a naptár a névnapokat jelzi - olvasható a Propaganda, reklám című folyóiratban megjelent összegzésben.

(Forrás: M. Bán Erzsébet: Futó pillantás a kártyanaptárra. Propaganda. Reklám, 1985/6-5)

A Minőségi Cipőgyárat 1976-ban alapították. A budapesti székhelyű, egykori állami vállalatnak Csengeren működött az egyik üzemegysége, ahol cipőfelsőrészeket és késztermékeket gyártottak.

Magyarországon a 80-as évek közepén még mintegy 40 millió pár cipőt állítottak elő, és a teljes volumen 70-80%-át a Szovjetunióba exportálta az ország. A Minőségi Cipőgyár már a rendszerváltást sem élte meg: 1987-ben felszámolták.

(Forrás: Supply Chain Monitor, 2017. szeptember. <https://www.scmonitor.hu/cikk/20171013/kis-labak-nagy-eselyek>)

Basic data

Material/Technique:

Papír / színes nyomat

Measurements:

Events

Published

When 1983

Who MAHIR

Where Budapest

Printed

When 1983

Who Offset Játékkártyagyár és Nyomda (Budapest)

Where Budapest

Keywords

- Advertising
- Shoe
- Trade
- kártyanaptár