

	<p>Object: Centrum Áruházak 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_1988.43</p>
--	---

## Description

Centrum Áruházak kártyanaptár, 1983

A képen egy szőke hajú, ruhátlan nő áll, aki a Centrum emblémájával takarja magát. A modell, Bálint Ági, több cég reklámarca is volt, szerepelt a Csemege vagy az Állami Biztosító reklámjain.

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 fali- 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. Nem egyedi esetként még az ÁFÉSZ, az Állami Biztosító, vagy ahogy ezen a lapon látható, a Centrum Áruházak is meztelen nővel reklámozta magát. (A reklámozás ezen módja is a kor lenyomatának tekinthető.)

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. A képen látható modell hasonló beállításban hirdeti az Állami Biztosítót is.

„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

meghökkenítő, 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 is 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 esete van arra, hogy legalább egy ideig megőrizzék: 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 Centrum Áruházak Magyarország egyik legnagyobb áruházlánc volt, a Skála mellett. Az áruházlánc évtizedeken keresztül árulta termékeit Magyarország nagyobb városaiban. A vállalat 1999-ben fuzionált a Skála Divatházzal.

Az áruházakat 1948-ban államosították, ezután azok különböző formában működtek. 1966-ban jött létre az Országos Áruházi Vállalat, amely 1967-ben vette fel a Centrum Áruházak nevet. A rendszerváltást követően a vállalatot privatizálni kezdték.

Az 1948-1949-es évek nagy államosításainak a sokéves múlttal rendelkező patinás áruházak is áldozatul estek, és az Állami Áruházak vállalat keretein belül folytathatták

tevékenységüket. A vállalat szoros felügyeletet tartott boltjai felett, melyek nem voltak önelszámolók. "Viszonylagos önállóságot csak 1966-tól kaptak az üzletek, mikor megalakult a Centrum Áruházak nagyvállalat. Az üzletek Centrum Áruházként folytatták tevékenységüket. Az élen a Centrum Corvin állt, de több Centrum áruház szerzett magának nagy nevet, ilyen volt az Újpesti Centrum."

(Forrás: Kulich Júlia-Török Róbert: "A jó kalmár a világ jótévője". Két évszázad a magyar kereskedelem történetéből. Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, Budapest, é.n.)

Szocialista áruházakról képes összefoglaló olvasható:

<https://welovebudapest.com/toplista/szocialista-aruhazak-egy-letunt-korszak-plazai>

## 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

[Relation to person or institution]

When

Who Centrum Áruházak

Where

## Keywords

- Advertising
- Trade
- kártyanaptár