

## Hanyas vagy?

Negyvenes? Ötvenes?

Akkor mi nemcsak fél-szavakból, de fél-jelekből és embléma-töredékekből is megértjük egymást! Akár a tárgyak, a márkák is összegyűjtik és magukba zárják az emlékeket. Talán még jobban is. Micsoda világ tárul ki, ha faggatni kezdjük őket!

Emlékszel még, a lepusztult hálószoza falára szögezett üres **Marlborós** dobozra, amely titkos jelképként hirdette bennünk egy másik; egy elérhetetlen világ létét? Emlékszel arra a sok határon átcsempészett **Coca-Colás** üvegre, amelytől tucatnyian fetrengtünk „imperialista kokakóla-mámorban” azon a régi házibulin? Én emlékszem olyan házibulira is, ahol a háziasszony a kávéval és a pálinkával együtt egy titokzatos **Old Spice** dezodort, kínálgatott körbe. Emlékszem arra a **Cinzanós** üvegre is, amelynek az alját levágtam és villanykörtét húztam bele, hogy borzongató modernségével ragyogja be a kopott diákszoba szürkeségét!

Emlékszel még a valutás boltra, ahol a lebukástól rettegve váltottuk centjeinket **Wrigley** rágógumira, amely néhány órára minket tett az élet császárává? És emlékszel még milyen érzés volt belebújni a nyugati rokon által küldött elérhetetlen csodába; egy **Levi Strauss** farmerbe? Emlékszel még, hogy milyen szorongással ejtettük ki a magyarul kimondhatatlan **Peter Stuyvesant** nevű álomcigaretta nevét és kis sem mertük ejteni azt a másikat, amit vagy *palmalnak*, vagy *pelmelnek*, vagy *polmolnak* hívtak.

Itt van ez a 400 csillogóan magabiztos, büszke Superbrands nyertes. Ha visszacsöppennénk 1960-ba a pesti utcára, mit gondoltok hányat ismernénk fel közülük? Talán ötöt: **Totó-lottó**, **Keravill**, **Tungstram**, **OTP**, **Népszabadság**. A többiek azóta kellett megtanulnunk!!! A mi kis kollektív tudatunkban matuzsálemnek számító magyar márkák többsége alig több, mint harminc éves! Hihetetlen: Az **Aranypók**, a **Graboplast**, a **Danubius**, a **Malév** és a **Skála** már mind ennek a frissebb levegőt hozó új korszaknak az ajándékai voltak.

Mit gondoltok, megértik ezt azok a kifinomult tudású „brand-építők”, akik mindig egy folyamatosan és töretlenül fejlődő, gazdag fogyasztói múltból építkeztek? Akiknek sokszor az is elég volt, hogy egy-két vonalat, vagy egy-két Pantone színt váltsanak ahhoz, hogy a **Shell**, a **Mercedes**, vagy a **Colgate** emblémája még szebben ragyogjon? Hogy értenék, hiszen ma már mi magunk sem fogjuk fel mi mindenben mentünk keresztül!

A szocializmus bornírsága például a kapitalistákkal együtt elűzte a személyneveket is a mi brandjeinkből. Liebner bácsi játékboltjából Játékbolt lett. Nálunk nem lehetett egy cégnek, vagy árunak olyan normális nevet adni, mint **Meinl**, **Neckermann**, **Wolf**, vagy **Schwarzkopf**. **Váncza** úr sem haladhatott tovább a korrallal és eltűnt szegény a sütőporral együtt. A kiskereskedelem kínjában talált fel olyan fantasztikusan jól hangzó betűszavakat, amelyből a feledhetetlen, **Bubiv**, **Főbuha**, **Mofém**, **Éptek**, **Agrober**, - és a fantáziadús **Erdért**, **Piért**, **Texért**, **Zöldért**, **Füszért**, **Közért**, **Halért**, **Vasért**, márkák születtek.

Hanyas vagy? Negyvenes? Ötvenes?

Akkor benned még megmozdul valami, ha azt mondom **Fékosz**, **Ékisz**, **Fedosz**, **Elkisz**, **Rávisz**. Micsoda bájos nevek voltak ezek! De még mindig blickfangosabbak, mint rémszülött társaik: a **Szerelvényáru Értékesítő**, a **Melléktermék és Hulladékértékesítő Vállalat**, *Igen, volt idő, amikor elég volt a Cipőboltot cipőboltnak, a Ruházati Boltot ruházati boltnak hívni.* Ezekhez képest brandépítési bravúr volt a két „bájosan hangulatteremtő” márka: a **Vörös Október** meg a **Május 1 Ruhagyár!**

Emlékszel még olyan szívet melengető márkanevekre, mint amilyen például az első mosóporunk: az *Asszonydícséret*, a szádban szétolvadó semmi: a *Zizi*, a fogtömést próbára tevő massa: a *Frutti* volt?

Hanyas vagy? Mindegy!

Tudatosul -e Benned, hogy a mi brand-jeink mekkora hátránnyal indulnak egy ilyen versengésben? Tudod -e, hogy volt minimum negyven évünk, amikor a magyar márka egyet jelentett a silánnyal, a pocsékkal, a bővlival? A nyugati márka pedig felruházódott mindennel, ami csodálatos, ami irigylésre méltó, ami elérhetetlen volt.

A „hazai” jelző azt jelentette: „nekünk ez jut!” A „külföldi” jelző azt jelentette: „ilyen nekünk sose lesz!” Még a többi szocialista terméknek is jutott a külföldies imidzsből: ezért övezte olyan tisztelet az orosz *Sztolicsnaja* vodkát, a bulgár *Pliszka* konyakot. Ceruzában nem volt jobb, mint a csehszlovák *Versatil*, radírban meg az *Elefánt*!

Vajon van -e még egy hely a világon, ahol valaha is magával a márka szóval márkásították volna egy terméket? Nekünk bizony volt - egyébként nem is olyan sikertelen - *Márka* vermuthunk, *Márka* üdítőnk és *márkázott* vajunk!

Ebben a szép ünnepi pillanatban, amikor a fejlett világ jelképeinek díszes gyűjteményébe mi is letehetjük a magunk kis szimbólumait, hadd' emlékezzünk meg azokról a magyar brand-ekről, melyek oly sokat tettek azért, hogy ide eljuthassunk.

Ugye mi fél-szavakból is megértjük egymást?

Ha azt mondom Durmol, azt mondom *Darmol*. Ha azt mondom kokott, az nem hord mást, csak *Nor-cocot*! Ha azt mondom Servus, azt mondom *Salvus*! Ha azt mondom hello, azt mondom Leo. Ha azt mondom, ez a rádió serceg, azt mondom megjavítja *Herceg*. Nem kellett papír, nem kellett gyújtós, mert itt volt a *Tüker* alágyújtós! Akinek a szíve a vásárlóké, az nem más mint *a Skála-kópé*!

Ugye mi félszavakból is megértjük egymást?

Azt mondom: *Pacsirta*, azt mondom *Munkácsy*. Ha azt mondom *Autoszifon*, azt mondom *Kotyogó*. Ha azt mondom *Mos6*, azt mondom *Tip 67*. Ha azt mondom *Fecske*, azt mondom *Budavár*! Azt mondom: *Zserbó*, azt mondom *Ruszwurm*. Azt mondom *Jégbüfé*, azt mondom *Kárpátia*. Azt mondom *Aranypók*, azt mondom *Graboplast*. És jönnek-jönnek hozzájuk a többiek, akikről már a csoda se tudja, hogy eredetileg a világ melyik tájáról érkezett: *Ovenall, Odol, Ola, Condom, Amo, Lux, Pitralon, Birkenwasser,*

Azt mondom *Omnia*, azt mondom *Tchibo*. Azt mondom *Szerencsi*, azt mondom *Milka*. Játsszunk még? Miért ne?

*Szimfónia és Superfilt, - Berva Moped és Panni,- Velorex és Steyr Puch,- Trapper és Wrangler, - Bambi és Traubi.*

Nekünk szinte mindent előlről kellett kezdenünk, hogy a mi legjobbaink ma itt feszíthessenek a legjobb Négyszáz közt.

Gratulálunk a „Nagy Öregeknek”, akik oly sok viszontagságot és oly sok kalandot átvészelve ott vannak a csúcson.

Köszönjük *Herz és Pick*! Köszönjük *Herendi és Zsolnay*! Köszönjük *Törley és Zwack*!

De nem vagyunk kevésbé büszkék a nagyon fiatalokra sem, akik egy-két év alatt a semmiből küzdötték fel magukat az elit-klubba. Akikről néhány éve még azt sem tudtuk, hogy a világon vannak. És köszöntjük a multinacionális sztárok közül a bátor úttörőket, akik elsőként jöttek hozzánk és segítettek meghonosítani egy akkor még eretnek szemléletet.

Végülis mindegy hogy hanyas vagy! Ugyanazok a márkák vesznek körül bennünket és nagyjából ugyanazt jelentik mindannyiunknak. Ezért vagyunk egyazon közösség, egyazon kultúra. A brand-ek összetartó erőt jelentenek. Még arra is megtanítanak, hogy a rivalizáló világban lehet békésen is versengeni.

Sok nagyszerű brand vesz körül minket. Most négyszázat választottak közülük.

Fényesek.

Erősek.

Szuperek.

Igazi, nagyszerű személyiségek.

Bízunk bennük.

Ők a mieink.

És súgok még valamit:

Ők mi vagyunk!