

maznaných domácich miláčikov.

Naopak, značka, ktorá vyplní „skrytú“ medzeru na trhu, nie je natoľko definovaná svojím obratom, ako skôr odbytovými cestami. Jej rozpočet na reklamu je skromný, avšak dizajn precízny. Keďže táto značka stavila na svoj status „insidera“, zdráha sa zapáčiť všetkým. Keď ide o módu, jej tvorcovia pochádzajú z Belgicka alebo Holandska, hrdo nosia nevysloviteľné mená a sú uctievaní nadšencami módy z celého sveta.

### Megaznačka? Nuda

Čo sa skrýva za úspechom týchto značiek? Vo svete, kde veľkí dizajnéri radostne navrhujú obrovské kabelky, aby ich logo malo

Masové značky, čo obliekajú mužov, ženy, deti, manažérov, tínedžerov, niekedy aj psy a mačky... a ponúkajú módu od oblekov klientov atraktívne. Pretože pôsobia tuctovo a uniformne, na rozdiel od úzko špecializovaných výnimočnejších značiek, ktoré na Tommy Hilfiger.

priestor zasvietiť dostatočne veľkými písmenami, umiestňuje Bottega Veneta svoju značku z vnútornej strany. Taliansky výrobca propaguje sloganom: „When your own initials are enough“ (keď vám vaše vlastné iniciály stačia).

Toto posolstvo je kľúčové. Luxusným megaznačkám sa nevyhneme, rovnako ako dažďu v novembri. Ich obchody sú na každom letisku, reklamu majú v každom časopise. Čo však môžu mať takmer všetci a všade, prestáva byť luxusom. Megaznačka

má teda svoje riziká: čoraz viac zákazníkov považuje všeobecnú dostupnosť za nudnú.

Žiaľ, status insidera nie je menej nebezpečný. Firma Rochas, ktorá bola za čias dizajnéra Oliviera Theyskensa vplyvná, musela v roku 2006 zavrieť. Cez pár zlúčení zakotvil Rochas v materskej lodi Procter & Gamble, ale americkí veľkošpecialisti na práci prášok a podobné profánne dodatky do domácnosti mali problém pochopiť podnik, kde slávne odvetvie parfumov zarobilo ročne odhadom 44 miliónov dolárov,

“

**Delenie na veľké, stredné a malé značky už nefunguje.**

## TAKTO TO VIDÍM JA

# Československo 1968 = Ukrajina 2014



**Imrich Béreš,**  
predseda Predstavenstva  
Prvej stavebnej sporiteľne,  
pre HN:

Čelkom oprávnene si naši starší ľudia v súvislosti s Ukrajinou spomenuli na rok 1968. Bleskové obsadenie Krymu im pripomenulo okupáciu Československa. Aj vtedy dominovala Sovietska armáda a rozhodnutie padlo v Kremli tak isto ako teraz v prípade Krymu.

### Agresia

Rozhodnutie - vtedy i teraz - bolo prejavom veľmocenskej aro-

gancie a chladného kalkulovania o bezprostredných ziskoch. Ne počítalo sa však s dlhodobými následkami. Nič nie je totiž trvalejšie ako pocit poníženia národa po rozhodnutí politickej „verchušky“ iného národa.

Slováci už nikdy po roku 1968 nemali taký veľký priateľský vzťah k Rusom ako predtým. Rana, ktorú Putin uštedril vzťahom Rusov a Ukrajincov, je veľmi hlboká. Darmo bude kremelská propaganda opakovať, ako majú Rusi radi Ukrajincov, a odvolávať sa na slovanskú vzájomnosť.

### Poníženie, na ktoré Ukrajinci nezabudnú

Ukrajinci Moskve toto poníženie neodpustia. Následkom tejto politiky je nielen rozvrat vzťahov medzi štátmi, ale aj medzi prostými ľuďmi. Doteraz vedľa seba žili Ukrajinci a Rusi v priateľstve a v mieri, dnes stavajú barikády. Nestabilita na Ukrajine a anexia

“

**Doteraz vedľa seba žili Ukrajinci a Rusi v priateľstve a v mieri, dnes stavajú barikády.**

Krymu spôsobí aj nepríjemné ekonomické následky. Obmedzia sa dodávky zemného plynu, otáznosť sú dodávky paliva pre jadrové elektrárne.

Kríza potom neprospeje ekonomike ani zamestnanosti na Slovensku.

### Juhoslovanský scenár a Ukrajina

Politici, ktorí dovedú situáciu do takéhoto štádia, patria pred súd. Ešte nie je vylúčené, že pod tlakom zvonku sa situácia na Ukrajine postupne zmierni a k opakovaniu juhoslovanského scenára etnických vojen medzi blízkymi národmi napokon nedôjde. V Juhoslávii nezmyselne zahynulo vyše stotisíc ľudí.

Tí, čo toto obdobie prežívali, s trpkosťou hovorili: „Keď niekto zabije jedného človeka, obesia ho. Keď zabije státisíce, pozvú ho na medzinárodnú mierovú konferenciu...“

