

## VÁROSNÉV CSERÉK

Geográfiai branding (2. rész)

*Egy korábbi tanulmányomban már mutattam néhány példát országnév-cserékre, melyeknek gyakran branding okai vannak.*

*Ezúttal a városok nevének megváltoztatása kerül terítékre.*

*Ahogy látni fogjuk, a szakmai szempontok itt még inkább előkerülnek.*



A földrajzi helyek neveinek többnyire messzire nyúló történelmi gyökerei vannak, legyen szó akár hegycsúcsokról, tavakról, tengerekről vagy országokról. És persze városokról. A név kötődik az ott lakók életéhez, akik hozzászoktak ahhoz. Persze a politika néha átírja ezt.

A szovjet birodalom csúcspontján például nemcsak a Szovjetunió, de néhány baráti országnak is megvolt a maga Sztálingrádjja: Lengyelországban **Katowice** viselte Sztálin nevét 1953 és 56 között, hazánkban pedig **Dunapenteléből** lett Sztálinváros 1949 és 61 közt, amit utána Dunaújvárosnak „kereszteltek”.

Kelet-Németországban **Chemnitz** 1953-ban Karl-Marx-Stadttá vált, majd 1990-ben a szabadsággal együtt eredeti nevét is visszanyerte.

Vietnamban **Saigon** a kommunista szabadságharcos nevét kapva Ho Si Minh-Város lett. Ami mellesleg politikától függetlenül borzalmas márkanev, mert ugyan ki akar Ho Si Minh-Városba utazni?

A fentieket azonban mindenképp hiba lenne brandingnek, nem pedig propagandának hívni. Egy valódi márkanevcserének ugyanis egyértelműen gazdasági célja van (a turizmus, ill. a befektetések ösztönzése), és bevonja az ott élőket is a döntésbe.

### AHOL BÁRMI MEGTÖRTÉNHEK

**Új-Mexikó** Sierra megyéjében van egy kisváros, amit úgy hívnak „**Truth or Consequences**”. Nem épp egy tipikus név és ez nem véletlen. A város eredetileg „Hot Springs”-re („Forró források”) hallgatott, utalva természeti adottságaira. 1950-ben viszont az akkori egyik legnépszerűbb rádióműsor vezetője, Ralph Edwards élő adásban bejelentette: arról a településről fog különadást sugározni, amelyik hajlandó felvenni a műsor nevét. Hot Springs kapott az alkalmon, a rádiós pedig tartotta ígéretét: ötven éven át, május első hetében megjelent a városban, óriási fiesztát rendezve, szépségversennyel, parádéval és mindennel együtt. Nem rossz állandó program és médiaesemény egy párezer fős településnek...

Kevésbé bizonyult sikeresnek az **Oregon államban fekvő „Halfway”** névváltoztatása, legalábbis a turizmus szempontjából. A várost a dotcom őrület csúcán, 1999-ben a half.com vette rá arra, hogy nevét egyszerűen „Half.com”-ra változtassa. (Földrajzi névről lévén szó, csak a nagybetűs írás volt lehetséges). A website mindezért százezer dollárt fizetett és még húsz számítógépet is adott a helyi iskolának. Sőt, „a világ első dotcom városának” híre bekerült a „Today Show”, a „Good Morning America” és a CNN műsorába. A cégnek mindenesetre jól jött ez a PR: Josh Kopelman tulajdonos egy év múlva több mint 350 millió dollárért (!) adta el a half.com rendszerét az eBay-nek. Az Ördög Kanyonban fekvő Half.com város lakói viszont csak a 100 ezer dollár miatt lehetnek boldogok, a turizmus miatt nem: a helyi Halfway Motel vezetői azt mondják, mindössze egy emberrel találkoztak, aki amiatt jött a városba, mert az megváltoztatta nevét.

Egy másik kisváros, a Texas állam **Denton megyéjében fekvő „Clark”** nevet cserélte le „DISH”-re 2005 novemberében. Bizony így, csupa nagybetűvel! Hogy mi volt a motiváció? Ingyenes TV alapsomag tíz évre és digitális videó rekorder a település összes családjának a DISH Networktól. Tekintve, hogy összesen 55 háztartásról van szó, az esemény PR értéke valószínűleg hamar visszahozta a cégnek a befektetett összeget.

Saját ötlettől vezérelve vette viszont fel 1953-ban a „Jim Thorpe” nevet egy **pennsylvaniai város**, „**Mauch Chunk**”. Az abban az évben meghalt olimpiai bajnok atléta nevéből és sírjának városba helyezésétől azt remélték, hogy fellendíti a turizmust és talán a gazdaságot is.

Nem ez volt a fő cél viszont a Massachusetts állambeli „**Gay Head**” **település** nevének cseréjekor. A „gay” szóról ugyanis ma már a legtöbb embernek a „homoszexuális” ugrik be, semmint az eredeti jelentés: „vidám”, „tarka”. Nem csoda, hogy 1995-ben a város új nevet kapott, úgymond az őslakosokra utalva: „Aquinnah”.

#### DISZNÓÓLBÓL – ÉDENKERT

Ha osztánának díjat a legsikeresebb névváltoztatásért, azt valószínűleg a Bahamák egyik kis szigete nyerné. Pontosabban a szigetet 1959-ben 11 millió dollárért megvásárló **Huntington Hartford**.

Huntington a floridai Palm Beach tervezőjét – John Volkot –, kérte fel az Ocean Club és az Atlantis Casino megépítésére, amit például az 1965-ös James Bond filmben, a „Tűzgolyó”-ban („Thunderball”) is megcsodálhatunk. Sőt, a klub az idei, 2006-os Bond mozinak, a „Casino Royal”-nak is helyszínéül szolgál. Huntington ötlete volt az is, hogy a szigetre kerüljön egy 14. századi francia monostor.

Nem, nem egy másolat, hanem az eredeti (!), amit még 1920-ban szállított az USA-ba egy vállalkozó, de a kövek egy raktárban porosodtak.

A sziget tulajdonosa persze nem csak a „területrendezésre” figyelt oda: Gary Player, világbajnok golfozót és Poncho Gonzalez teniszestőt kérte fel a golf- és tenisztornák és edzések főnökének.

Mindez azonban önmagában valószínűleg kevés lett volna, ha Huntington nem cseréli le a „Hog Island”, azaz „Disznó-sziget” nevet.

A „**Paradise Island**” (vagyis: „Édenkert-sziget”) prima döntésnek bizonyult, amit mi sem mutat jobban, mint hogy ma a Bahamákon itt a legrágábbak a szállodai szobák.

**Donald Trump** egymaga 321 millió dollárt keresett a szigettel, amikor a nyolcvanas években 79 millió dollárért megvette, majd 400 millióért túladott rajta.

Nem rossz üzlet...

Papp-Váry Árpád Ferenc

*Forrás: PR Herald (Success Consulting)*