

SZÜTS ISTVÁN GERGELY

EGY VÁLLALATIGAZGATÓ

NEW YORKBAN

Gulden Gyula herendi ügyvezető igazgató 1939-es úti beszámoló

■ Az 1939-es esztendő kapcsán az európai politikai változások, a háborút előrevetítő események mellett ritkán esik szó egy kulturális, gazdasági és politikai szempontból is jelentős eseményről, a New York-i világkiállításról. Az 1939 májusában megnyílt seregszemle az utolsó olyan nagyszabású program volt, amelyen ugyan már érződött a német expanzió okozta bizonytalanság, mégis komoly célokkal érkeztek oda a kiállító országok.

A világkiállítás programjai, résztvevői a fennmaradt katalógusokból, beszámolókból, újságcikkekből és filmhíradókból rekonstruálhatóak, azonban az ott megjelentek benyomásai, tapasztalatai szinte alig ismerhetők meg.¹

Ezért különösen érdekes egy olyan utazási beszámoló, amelyet egy a világkiállításban bemutatkozó vállalat vezérigazgatója készített. Dr. Gulden Gyula, a Herendi Porcelángyár Rt. igazgatója majd öt hetet töltött a tengerentúlon, és a kiállításról, de legfőképpen New York üzleti életéről leveleiben számolt be a vezetőségnek.² A több nyelven kiválóan beszélő, jogot és kereskedelmi akadémiát végzett Gulden alapvetően üzleti szempontból tekintett a világkiállításra és a városra. A következőkben beszámoló alapján igyekszünk felvázolni a háború kitörése előtt néhány hónappal megnyitott kiállítás, valamint a város üzleti életének Herend szempontjából meghatározó eseményeit, illetve a vezérigazgató szubjektív benyomásait Amerikáról.

A századfordulótól a tengerentúlra utazó magyar polgárok – politikusok, egyházi személyiségek – naplói, visszaemlékezései mára részben feldolgozottak.³ Ezekből nagyrészt az Amerikai Egyesült Államok politikai berendezkedésének és kulturális életének magyar szempontból érdekes, pozitív vagy éppen negatív tapasztalatai olvashatóak ki. Igaz, hogy a két világháború közötti évtizedekben néhány utazó gazdasági, üzleti szempontból is írt kinti tapasztalatairól, ám ezek mind utólag konstruált visszaemlékezések voltak.⁴ Esetünkben azonban kifejezetten hírközlési szándékkal hazaküldött levelek szövegei szolgálnak forrásul. Ennek köszönhetően képet kaphatunk arról, hogy egy magyar vállalkozás vezetője – elsősorban üzleti szempontból – hogyan látta az USA-t, New Yorkot, az ottani kereskedelmi életet, a fogyasztási szokásokat és ezek tükrében Herend lehetőségeit.

A New York-i világkiállítás magyarországi előkészületei már 1938 tavaszán, közel egy évvel a megnyitő előtt megkezdődtek. A kormányzat báró Kruchina Károlyt jelölte ki kormánybiztosnak, aki mellett természetesen külön szervezőbizottság is működött. A magyar állam önálló pavilon felállítását tervezte, amelynek belső kialakításával az Országos Magyar Iparművészeti Társulatot bízta meg.⁵ Elsősorban jellegzetes nép- és iparművészeti alkotások kiállítását tervezték, szorosan kapcsolódva a magyar gasztronómia bemutatásához. A szakmai előkészületek zavartalan biztosítása érdekében az exportüggyek intézése a Magyar Királyi Külkereskedelmi Hivatal feladata lett. Mindkét szervezet több mint egy évtizede rendszeres kapcsolatban állt a porcelángyárral, az OMIT a művészeti kiállítások szervezésében segített, míg a Külkereskedelmi Hivatal az import- és exportüggyeket intézte. A sokéves együttműködés egyrészt az ügyintézésben, másrészt az intézményesült személyi átfedésekben is megmutatkozott. A világhi-

állítás egyik főszervezője, Szablya János kormányfőtanácsos ugyanis egyrészt az OMIT elnöke, másrészt a Herendi Porcelángyár Rt. igazgatósági tagja is volt.⁶

A magyar sajtó is rendszeresen beszámolt az előkészületekről, 1939 januárjában Kruchina Károly kormánybiztos nyilatkozott a magyar koncepcióról és néhány fontosabb részletről, mint például a herendi porcelánok kiállítási és használati funkciójáról.⁷

A Herendi Porcelángyár Rt. már 1938 őszétől részt vett az előkészítő munkákban, hiszen a kiállítás kapcsán az értékesítési lehetőségek kérdésében is érdekelt volt. Mivel a magyar pavilonban több hazai vállalkozás anyaga került elhelyezésre, és nyilvánvalóan mindannyian szerették volna alkotásaikat értékesíteni, ezért ennek gyakorlati lehetőségeiről értekeztek a legtöbbit. Gulden Gyula 1938. november 21-én kelt feljegyzésében megemlíti, az értékesítés pénzügyi keretei mellett az is tisztázódott, hogy a vállalatok nem delegálhatnak önálló árusító személyt a kiállításra, elsősorban a pavilon véges kapacitása miatt. Így abban állapodtak meg, hogy a magyar stand alkalmazotainak kell oktatást szervezni a porcelángyár történetéről, az egyes tárgyak, minták és motívumok formakincséről és persze az eladás feltételeiről.⁸

1939 első heteiben tovább folytatódtak az egyeztetések a porcelángyár vezetése és a világhiállítás szervezőbizottsága között. Herend, a magyar kulturális, művészeti és diplomáciai életben betöltött kiemelt szerepe, valamint gyártott termékeinek minősége okán nemcsak a kiállítási pavilonban, hanem más kísérő helyszíneken és rendezvényeken is érdekelt volt. Így például az ifjabb Gundel Károly által szervezett magyar pavilon éttermében is.

1939 márciusára összeállt az az anyag, amellyel Herend képviselte Magyarországot. E szerint a magyar pavilon számára hétládányi dísz tárgy és étkészlet, valamint a Gundel-féle magyar étterem részére további nyolcládányi étkészlet, asztaltartozék került behajózásra.

A kiállítási anyag még ebben a hónapban útnak indult a tengerentúlra, ám mielőtt megérkezett volna, újabb háromládányi apró dísz tárgyat kértek a szállításért felelős szervezők.

1939. április 30-án, hivatalosan május 11-én megnyitotta kapuit az USA által rendezett világhiállítás, amelyen ötvenkilenc nemzet képviseltette magát, mintegy 500 hektár kiterjedésű területen.

Az egyemeletes magyar pavilon Anglia standja mellett kapott helyet, itt kellett bemutatni a több mint kétszáz hazai kiállító anyagát.⁹ Már előzetesen nagy érdeklődés mutatkozott mind az amerikai látogatók, mind az Amerikába vándorolt magyar közönség részéről a kiállított termékek iránt. A május 11-én megtartott magyar megnyitóról számos amerikai lap, köztük a *New York Times* is első oldalas cikkben számolt be.¹⁰ Az előjelek, valamint Herend korábbi tengerentúli sikerei miatt a vállalatvezetés nagy reményekkel tekintett a világhiállítás elé. Különösen annak tükrében, hogy az 1930-as évek első harmadától biztató eredményeket ért el a tengerentúli piacokon. Ennek első pontja 1933-ban a chicagói világhiállítás volt, ahol a beszámolók szerint a bemutatott tárgyak komoly tetszést arattak mind az amerikai magyarok, mind a márkával nagyrészt akkor ismerkedő közönség körében.¹¹

A chicagói sikeren felbuzdulva az igazgatóság az amerikai piacon való erőteljesebb jelenlétet tűzte ki célul. Ennek első állomása a következő évben szintén Chicago volt, ám ezzel párhuzamosan már egy viszonteladói, vezérképviseleti szerződést is kötöttek a New York-i Charles Hall céggel.¹² A tengerentúli piacon meghatározó szerepet betöltő Hall cég a következő néhány esztendőben egyre nagyobb számban rendelt porcelán-tárgyakat, amely egyértelműen a márka sikerességét igazolta. Ezt támasztják alá az exportstatisztikák is, hiszen 1937-re az előző évhez képest például háromszor akkora bevételre tett szert, mint egy évvel korábban.¹³

Az előjelek tehát kedvezőek voltak, így egyrészt a világhiállításon jelen lévő partnerekkel való találkozás lehetősége, másrészt új kapcsolatok kiépítése miatt határozott úgy Gulden Gyula, hogy 1939 júniusában közel öt hétre az USA-ba utazik. Bár az amerikai kivitel kedvezően alakult, az európai politikai viszonyok bizonytalanságot és bizalmatlanságot keltettek a tengerentúli kereskedők és vásárlók körében.

Gulden és Herend üzletpolitikájának egyik alapja az export-, illetve a mind több országban, megfelelő viszonteladókkal kialakított kapcsolat kiépítése volt. Gulden

ennek érdekében 1923-tól évente több hónapot is külföldön töltött, hogy személyesen tárgyaljon üzletfeleivel, bemutakozzon különböző kiállításokon és vásárokon.¹⁴

Amerikai útja előtt, 1939 áprilisában például Genf, London, Brüsszel, Berlin, Prága és Bécs érintésével egy négyhetes nyugat-európai üzleti utat tett, majd hazatérve azonnal hozzáfogott a tengerentúli utazás előkészületeihez.

Gulden és felesége¹⁵ június 7-én indult Genovából hajóval New Yorkba, ám előző nap még Padovában tárgyalt Herend olasz és német vezérképviselőjével.

New York

■ Guldenék június 15-én futottak be New York kikötőjébe, ám az első levelét csak öt nappal később küldte haza. Ebben röviden beszámolt első benyomásairól, valamint a már megkezdett és tervezett üzleti ügyleteiről írt. Bár részletes napi programjait nem ismerjük, leveleiből, beszámolóiból kitűnik, hogy a rendelkezésre álló időt igyekezett maximálisan kihasználni. Feleségével a belvárosi Fifth Avenue Hotelben szállt meg, és innen utazott ki egyrészt a világkiállítás helyszínére, másrészt a városban lévő régi és leendő új partnereihez. A szálláshelyük ebben az időszakban már a város egyik fontos üzleti negyedének része lett.¹⁶

New York, ahogyan szinte minden először odaérkezőt, őt is lenyűgözte. „Először is le kell szögeznem, hogy New York kolosszális benyomást kelt technikai arányokban és technikai szépségben, olyat lát itt az ember, hogy csak úgy szédül tőle. S ami az üzleteket illeti, nincs a világnak még egy városa, ahol az ember a remek üzleteknek ilyen végtelen sorával találkozhatna, mint itt.”¹⁷

Bár Gulden gyermekkorától rendszeresen utazott Európa nagyvárosaiba, és budapesti munkatempója is átlag feletti volt, az amerikai lépték, a ritmus és életstílus őt is meglepte. „Miután az első benyomásokból felocsúdtam, elkezdtem törni a fejemet, mit is csináljak, hogyan kezdjek hozzá a dolognak.”¹⁸

Megérkezését követően formális és informális csatornákon keresztül azonnal az üzleté lett a főszerep. Az első jelentősebb társadalmi esemény, amelyen feleségével részt vettek, a legfőbb amerikai partnerük, Charles Hall által tiszteletükre rendezett estély volt.

A következő hetekben hazaküldött néhány oldalas beszámoló alapvetően azonos elv szerint épültek fel, azaz rövid általános helyzetjelentés után egyes áruházak, partnerek jellemzése, a kint keresett termékek értékesítési lehetőségei, valamint a sikeresnek tűnő minták és motívumok listája következett. Június 30-án kelt levele szerint itt-tartózkodása alatt – a hét hat napjában – huszonhárom nagyáruházat és tíz kisebb kereskedést tervezett meglátogatni csak New Yorkban, de emellett Philadelphiába és Washingtonban is voltak előre megbeszélte találkozói.

Vasárnaponként hivatalosan nem dolgozott, ám az ekkor szervezett informális összejövetelek – partik, kirándulások – legalább olyan fontos szerepet játszottak az üzleti életben, mint a hétköznapiak.

Bár Magyarországon is a pénzügyi, kereskedelmi élet fontos színterei voltak az ilyen nem hivatalos találkozók, a New Yorkban tapasztalt munkaritmus miatt ezeknek sokkal nagyobb szerepet tulajdonított.

„A feladat annál nehezebb volt, hogy üzletfeleinkkel találkozni fél 10 és fél 1 és fél 2 és 5 között lehet, s méghozzá mindenütt kétszer kell látogatást tenni. Először tisztelegő látogatás formájában jelentkezni és csak ezután lehet esetleges albumokkal terhelten megjelenni rendelés végett. De viszont az ember sosem tudja, mikorra végezhet az egyik helyen, s így második rendez-vous-t nem tud fixírozni, míg az elsővel nem végzett. Közben azt is láttam, hogy az üzletvezetőkkel és bevásárlókkal az üzletben magában a legkevésbé lehet nyugodtan beszélni, a tempó óriási, három összefüggő szót nem tudsz beszélni, telefon szól, állandóan zavarják az embert. Hall céggel hosszú tárgyalás kezdődött a legkülönbözőbb helyeken és körülmények között – irodában „have a drink” közben, autón és strandon stb.–, mely tárgyalások során többször úgy látszott, hogy lehetetlen összehozni az érdekeket.”¹⁹ „A hecc²⁰ óriási, a munkaidők rövidek, távolságok hosszúak, így azután mindent komprimálni kell. Ezt már látom, itt üzletember, ha valamit nyugodtan akar megbeszélni egy másikkal, úgy együtt esznek! Csak a lunch és a dinner alkalmával tudsz valakivel beszélni.”²¹

Gulden hamar belátta, hogy ezeknek az informális találkozóknak az otthoninál mennyivel nagyobb jelentősége van itt. Pedig vállalatvezetői szerepe mellett élénk közéleti és 1938 őszétől diplomáciai tevékenységet is folytatott Budapesten. Több mint fél évvel az amerikai útja előtt ugyanis tiszteletbeli portugál konzuli címet kapott, és feladata a két ország közötti gazdasági kapcsolatok fejlesztése volt. Gulden családi kapcsolatai, Herend nemzeti értéke valamint diplomáciai feladatai révén bejáratos volt a hazai politikai, gazdasági és kulturális élet legfontosabb köreibé. Mindez pedig elősegítette a herendi porcelántárgyak értékesítését is. A porcelángyár hagyományosan exportra termelt, így Gulden is igyekezett a magyar külképviseletekkel, elszármazott magyar és az ország iránt lojális üzletemberekkel jó viszonyt ápolni.

Nemcsak Herend, hanem általában a magyar termékek, alkotások exportjának elősegítésében komoly szerep jutott a külföldi magyar követségeknek is. Gulden jól ismerte Pelényi János washingtoni magyar követet és feleségét, és természetesen szerette volna meglátogatni őket is.²² „Pelényiék Európában vannak –, sajna, mert Pelényiné be akart volna egy-két cégnél mutatni engem.”²³ „Martin S. China Shop. Washington. Meglehetősen hűvös volt, »rém előkelő«, itt úgy látom, szükséges lesz majd Pelényinét egy kis »előfőzésre« felkérni, így »behavazódva« csak leereszkedően fogadtak. Kellő előkészítés után azonban ezt lehetne itt Washingtonban a legjobb service vevőnk.”²⁴ Mindkét forrásrészletből látszik, hogy milyen fontos szerepe lett volna nemcsak a követnek, hanem a már idézett informális csatornákon keresztül a követ feleségének is Herend megismertetésében. Természetesen ez – más léptékekkel ugyan, de – a hazai politikai és gazdasági életben is megfigyelhető volt. Gulden egyik levelében saját példájukon keresztül világítja meg mindezt. „Edmee ittléte üzletileg is roppant előnyös, egy országban sem olyan fontos, mint itt, ahol a privát szálak nagymértékben hozzájárulnak ahhoz, hogy ebben a hecces légkörben az ember ügyét elővegyék és foglalkozzanak vele.”²⁵

A privát kapcsolatok mellett nem kell ismét bizonyítani, milyen meghatározó szerepe is volt a nagypolitikának a gazdaság működésében. Az európai bizonytalan politikai helyzet természetesen a piac minden szereplőjét érintette. „Én most valamennyiüket megnyugtattam a mi külpolitikai helyzetünket illetőleg, de ha ezután Mr. Fischer²⁶ visszajön Európából s közben Németország megmozdul, akkor biz Isten senki sem tudhatja mi lesz.”²⁷

Gulden Gyula minden találkozásán szóba került a lehetséges háború kérdése, ám ő természetesen igyekezett megnyugtanni partnereit. Egyik fontos érve volt, hogy Charles Hall és több más nagykereskedő az érkező hírek ellenére augusztusban Európába készül. Megnyugtató az amiatt volt fontos, hogy a német termékekkel szembeni amerikai bojkott miatt 1938-tól megnőtt az érdeklődés például a magyar termékek, így a herendi porcelánok iránt is. Ez pedig hatalmas lehetőséget jelentett az amerikai piacon való erőteljesebb jelenlétre. Gulden kintléte alatt megpróbált tehát minél több lehetséges megrendelővel tárgyalni. Ebben komoly segítséget kapott amerikai partnerüktől, Charles Halléktól is. „Megjegyzem, Hallék igen ügyesen lanszírozták²⁸ személyemet is, lefényképeztek és megjelentettek szakújságukban, mindezt azért, hogy a Herend szó minél ismertebb legyen.”²⁹

Gulden útja végén azt konstatálhatta, hogy az előzetesen vártaktól eltérően az étkészletekkel szemben például sokkal inkább a dísz tárgyak iránt mutatkozott érdeklődés. „New York legelelőkelőbb és legdrágább áruháza. Nem is tekintik már magukat áruháznak, de méretei, felépítése szerint az. Különösen olyan figurák érdeklik, amelyekkel asztalt lehet díszíteni és amelyek valamelyest tartó felett rendelkeznek, amelyekbe virágot lehet tenni. A figurák 12–25 cm magasak legyenek, ne legyenek túl nehézkesek.”³⁰

A vezérigazgató jól ismerte a tengerentúli fogyasztási szokásokat, mégis a helyben tapasztaltak bizonyos termékek esetében őt is meglepték. „Jellemző az amerikai viszonyokra – ahol a tálakat kristályból és ezüsből tartják főleg (különösen az »előkelőségek«) –, hogy étkészletekből csakis tányért és csészét mutatnak be és tartanak raktáron, de ezekből azután a legfinomabbakat. Egész külön könyvtárunk és mintagyűjteményünk van az amerikai családok címerével.”³¹

A világiállítás

■ Bár Gulden és felesége hivatalosan a világiállításra utaztak a tengerentúlra, a minden várakozását felülmúló tempó, sorozatos üzleti tárgyalásai miatt alig volt alkalma kilátogatni oda. Levelei szerint az öt hét alatt mindössze háromszor jutott el a kiállítás helyszínére. Egyrészt messze volt a belvárostól, másrészt Gulden meglehetősen drágának is találta. Végül azonban mégsem csak ezek miatt jelent meg olyan ritkán a kiállításon. Kereskedelmi partnerei már a megérkezését követően jelezték felé, hogy komoly üzleteket nem elsősorban a pavilonban, hanem a városban zajló formális és informális találkozókon lehet kötni. Mindez persze nem jelentette azt, hogy a világiállítás ne lett volna fontos a vezérigazgató számára, bár a kiállítóterrel nem volt teljesen elégedett. „A kiállításon voltam, de még csak rövid vendégszereplésre. Az egész óriási nagyméretű és igazán szép. A magyar pavillon piciny és több tekintetben nem sikerült. A mi kiállításunk – egy kisebbeszerű vitrin –, hogy ne mondjam, inkább pocskék.”³²

A pavilon mellett mindhárom alkalommal meglátogatta a magyar éttermet is, nem sokkal hazautazásuk előtt itt látta vendégül legfőbb amerikai partnerét is. „Ma este a magyar pavillon vendéglőjében vacsorát adtam a Hall család részére. Mr. Hallnak nagyon tetszettek a magyar vendéglő berendezés-mintáival készült porcelánjaink. Szeretne belőle 12 hamutalat, 12 cigarettás dobozt.”³³ Ez az idézet jól kifejezi, milyen szerepe volt a pavilonnak. Gulden üzleti érzékének és az informális találkozóknak a porcelántárgyak értékesítésében.

Az út megtervezésénél nemcsak New Yorkkal, hanem Washingtonnal és Philadelphiával is kalkulált. A New York-i üzleti tempó miatt azonban ebben a két városban csak néhány napot tartózkodott, így nagyon megismernie sem volt ideje őket. Első benyomásai ellentmondásosak voltak.

„Washington egy előkelő, gyönyörű város – széles boulevardok fásítva és emellett remek parkok, körülvéve szebbnél szebb, hatalmas középületekkel, emlékművekkel, kifejezetten egy reprezentatív jellegű hely, hatszázezer lakos. Philadelphia ezzel szemben egy hatalmas ipari hely kétmillió lakossal, emellett azonban egy csúnya kis vidéki város benyomását kelti, szűk utcák, piszkosak stb. Ezzel szemben a vasút több, mint félórát rohog ipartelepeken, míg befut a városba.”³⁴

E néhány napos távollét után visszatért New Yorkba, és már a lehetséges export-ügyeket és az európai találkozókat kezdte intézni.

Herend szempontjából a látogatás legfontosabb hozadéka a Charles Hall céggel kötött megállapodás mellett az volt, hogy Gulden személyesen kereshette fel a keleti part legmeghatározóbb üzleteit, illetve jelenlétével hozzájárult ahhoz, hogy az amerikai vállalkozások európai üzleti körütkük útitervébe Herendet is felvegyék. Ez utóbbi a háború kitörése miatt mégsem valósulhatott meg, hiszen a bizonytalan európai politikai helyzet miatt addig is aggódó amerikai utazók elvértve, majd a hadviselést követően már egyáltalán nem jöttek Magyarországra. Érdekes ugyanakkor, hogy legfontosabb partnerük, Charles Hall augusztusban, néhány héttel a háború kitörése előtt még ellátogatott Herendre.

Az 1939-es esztendő a háború kitörése ellenére rekordbevételt hozott, hiszen kétszer annyi pengő értékben exportáltak termékeket az USA-ba, mint egy évvel korábban.³⁵ Ehhez a sikerhez kellett egyrészt a német termékek amerikai bojkottja, másrészt a világiállítás sikere és Gulden amerikai üzletkötése. A világiállítás és a New York-i üzleti út eredményeit sajnos a háború miatt nem lehet egyértelműen megítélni. A vállalati statisztikákból az látszik, hogy 1940-ben a háborús helyzet ellenére több bevétel volt, mint 1938-ban, viszont csak feleannyi, mint 1939-ben.³⁶

Az USA-nak küldött magyar hadüzenet a porcelántárgyak exportját is megszüntette, így 1941-ben már csak 1373 pengő értékben érkezett valuta Herend számlájára.

Gulden Gyula és családja kilenc évvel később ismét New Yorkba érkezett, ám ekkor már nem rövid üzleti út, hanem a kényszerű emigráció miatt.

■ JEGYZETEK

1. A világiállítás két megbízott szervezője többek között a *Magyar Iparművészet* 1939. 8. számában közölt összefoglalót az eseményről.
2. Gulden Gyula (1898, Budapest – 1979, Syracuse, USA). Német apától és angol anyától született, iskoláit Budapesten végezte. 1923-ban került a Herendi Porcelángyár Rt-hez, 1926-ban ügyvezető igazgató lett és az 1930-as évek közepére többségi részvénytulajdonos. Számtalan szakmai tisztsége mellett 1938-tól tiszteletbeli portugál alkonzul lett, 1944. október 29 és december 8. között pedig ő

- vezette a budapesti követséget. 1944. december 9-én távozott Magyarországról, 1948-ig Svájcban, majd az Amerikai Egyesült Államokban élt családjával.
3. Eöry Áron: *Utazásirók mérlegen. Három Amerikáról szóló útleírás az 1920-as évek első feléből*. Átjáró (2.) 2014. 1.sz. 45–58; Glant Tibor: *Amerikás könyvek és Amerika-kép a két világháború közötti Magyarországon*. In: „Minden gondolatomra számtalan másik árnya hull...” *Enlétkönyv Frank Tibor 60. születésnapjára*. Bp., 2008. 79–85.
 4. Lásd példának Kovaltsik Sándor: *Utazásaim, külföldi élményeim. Amíg a piccolóbból szakember lesz*. Bp., 1931; Drozdy Győző: *Amerika*. Bp., 1924.
 5. Az OMIT Közleményei 1938. október 29. 42.sz. 67.
 6. Szablya János (1880, Budapest – 1966, Vancouver, USA) mérnök, 1900-tól a Ganz és Társa Rt. alkalmazottja, később az Országos Iparművészeti Társulat tagja, majd elnöke. 1938-tól a Herendi Porcelángyár Rt. igazgatósági tagja.
 7. 8 Órai Újság 1939. január 26. 5.
 8. Gulden Gyula feljegyzése az 1938. november 21-én az OMIT-ban tartott megbeszélésről. In: Magyar Nemzeti Levéltár Veszprém Megyei Levéltára (a továbbiakban MNL VeML) Herendi Porcelángyár Rt. iratai. XI.46.c.aa. VIII.4. tétel
 9. Magyar Exportkurír 1939. május 16. 3.
 10. Pesti Napló 1939. június 18. 15.
 11. Magyar Újság 1933. augusztus 19. 5. Gulden a siker érdekében természetesen nemcsak a kiállítással, hanem a vállalat és a kiállított termékek propagálásával is foglalkozott. A rendezvény ideje alatt több hirdetés is megjelent az amerikai Magyar Újságban és a hozzá kapcsolódó társadalmi eseményeken is jelen volt a magyar márka. Sőt az amerikai magyarok örömeire és természetesen családi érdeklőségei révén Herend után a Gerbeaud-termékek is megérkeztek a kiállításra.
 12. A Charles Hall cég központja, a Hall House a 3 East 40th Street, NY címen volt található.
 13. Amíg 1934-ben 22 420, 1936-ban 21 285 pengő bevétele származott a vállalatnak az USA-exportból, addig 1937-ben már 61 328. MNL VeML XI.46.c.ee.10. tétel
 14. Szűts István Gergely: *A műhelytől a szalonig. A Herendi Porcelánmanufaktúra a Monarchia idején*. Veszprém, 2011.
 15. Edmee Pittard (1904, Genf – 1996, Syracuse USA). Gulden Gyula 1923-ban vette feleségül Edmeet, akinek édesanyja Gerbeaud Gabriella, édesapja pedig Edmond Pittard genfi jogász, egyetemi tanár volt. Egy lányuk született.
 16. „New York vagyona, gazdagsága és gyönyörűsége a 23 kilométer hosszú Fifth Avenuen jelentkezik legszembetűnőbbben. A zárkózott dollárkirályok exkluzív előkelőségéé ez az ucca. Ma már azonban napról napra zajosabbá válik és a magánpalotákat klubok, irodák, szállók és elegáns üzletek kezdik elfoglalni. A haute-volée pedig a Hudson partjára, a Riverside-ra költözik.” In: Drozdy 29.
 17. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 24.
 18. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 24.
 19. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 24
 20. A *hecc* szó ebben az időszakban zavarba ejtő, mozgalmas helyzeteket, kavargást jelentett.
 21. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. július 9.
 22. Pelényi János (1885, Budapest – 1974, Hanover, USA). Iskoláit Budapesten és Bécsben végezte. 1907-ben a császárváros konzuli akadémiáján diplomázott, 1909 és 1916 között az USA-ban töltött be konzuli feladatokat. 1923 és 1930 között a washingtoni magyar követségen dolgozott, időközben feleségül vette egy amerikai vasúttulajdonos lányát, így családi szálakon keresztül kiváló kapcsolatokat épített ki amerikai politikai és gazdasági körökkel. 1933 és 1940 között washingtoni magyar követ.
 23. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. július 1.
 24. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. július 3.
 25. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. július 9.
 26. A Fischer Bruce & Co. Philadelphia legnagyobb és legmeghatározóbb díszműűrukat forgalmazó vállalata, áruháza volt. A Herendi Porcelángyár Rt. 1938-ban és 1939-ben állt rövid ideig kapcsolatban velük.
 27. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 20.
 28. A szó korabeli jelentése, felkarolni, támogatni.
 29. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. július 9.
 30. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 20.
 31. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 20.
 32. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. június 24.
 33. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. július 12.
 34. MNL VeML XI.46.c.aa.VII.4. tétel. 1939. augusztus 1.
 35. Amíg 1938-ban 44 153 pengő értékben értékesítetek porcelántárgyakat az USA-ban, addig egy évvel később már 88 952 pengő összegben. MNL VeML XI.46.c.ee.10. tétel
 36. 1940-ben 53 083 pengő értékben érkezett valuta az USA-ból. MNL VeML XI. 46.c.ee.10. tétel