

Česká sklářská tradice sahá až do středověku

8.1.2014 ČRo Plus 18:40 Zaostřeno

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Česká sklářská tradice sahá až do středověku. Přesto se zejména po krachu Crystalexu v roce 2008 zdálo, že české sklo zůstane spíše historickým pojmem. Už 2 roky poté se ale odrazili skláři od pomyslného dna a od té doby celý segment průběžně roste. Dnes v tomto odvětví opět pracuje více než 21 tisíc lidí a třeba v roce 2012 překročily výnosy z prodeje 43 miliard korun. Příkladem životaschopnosti sklářství je Novoborsko. Po pádu Crystalexu stoupla nezaměstnanost v regionu ke 20 procentům. Stáhnou ji skoro až na republikový průměr jí pomohlo na 130 často drobných firem, které v oblasti působí. A právě do jednoho z nejstarších regionů s kontinuální výrobou skla na světě se vypravíme na úvod pořadu Zaostřeno. U sondy do průmyslové i umělecké výroby skla v Česku vás vítá Zuzana Vlčková.

Petr NOVÝ, kurátor Muzea skla a bižuterie v Jablonci nad Nisou

Pokud se budeme bavit o době, od kdy české sklo začalo být známé ve světě, tak se dostáváme na přelom 17., 18. století. Konec konců už půlce 18. století vlastně vzniká v Novém Boru piaristická škola, která už má na starosti i výuku sklářských obchodníků. Učí je jazyky, učí je počítat, takže je docela třeba zajímavé, že sklářská škola existovala dříve pro obchodníky než pro řemeslníky. Tam samozřejmě potom první sklářská škola vzniká v roce 1856 v Kamenickém Šenově.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Připomíná Petr Nový, kurátor Muzea skla a bižuterie v Jablonci. To je ale jen doprovodný jev. Světový úspěch a renomé českého skla ve smyslu značky odstartoval křišťál, novinka přelomu 17. a 18. století.

Petr NOVÝ, kurátor Muzea skla a bižuterie v Jablonci nad Nisou

Novinková sklovina, která se navíc ještě zdobila novinkovou technikou, brusem a rytím. To byla novinka natolik velká, že se ji dařilo prodávat i na jinak zavedených trzích a konkurovat Itálii, Francii nebo Německu a Anglii. A to bylo vlastně ten výdobytek, z kterého se těží celé 18. století a potom další taková velká vlna inovací je barevné sklo první poloviny 19. století.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Později už sice české sklo obecně neudává směr, ale jeho dobré jméno je dostatečně silnou značkou. To ale platilo i v době finančních propadů. Jak vypadal krach sklářského gigantu v reálném životě připomíná starosta Nového Boru Jaromír Dvořák.

Jaromír DVOŘÁK, starosta Nového Boru

To bylo ze dne na den tady, /nesrozumitelné/ propuštěno 1200 lidí, nezaměstnanost dosahovala 19 procent podle toho bývalého měřítka. Ta nezaměstnanost dneska klesla podle těch zase těch nových měřítek, podle té nové klasifikace dosahuje zhruba 10 procent. Tady nebyla téměř rodina, kde by to nezasáhlo někoho z rodiny, ta situace byla velmi smutná, nebyla tu žádná jiná práce.

Petr NOVÝ, kurátor Muzea skla a bižuterie v Jablonci nad Nisou

To, že ta krize Crystalexu nestála na tom, že by vyráběl špatné věci nebo vyráběl špatně, draze, nekvalitně, tak důkaz toho je i ten, že za loňský rok už zase nahlásil obrat na úrovni miliard, to znamená, tam to není možné, že by to bylo dáno tím, že ta produkce byla nekvalitní.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Dnes to Novoborsko se chlubí velkým počtem i třeba malých firem. Je tedy ta jeho budoucnost v nějaké vysoké specializaci? Například právě ve vysokém počtu malých firem, které nabídnou opravdu nějakou přidanou hodnotu ve speciální technologii a podobně?

Petr NOVÝ, kurátor Muzea skla a bižuterie v Jablonci nad Nisou

Tak, je pravda, že na Novoborsku jsou stovky různých, různých firem a různých dílniček. Konec konců stejně třeba jako na Jablonecku v bižuterii. Ale ono je to o tom, že máte různé typy skla pro různé typy lidí, takže v případě třeba užitkového skla to bez automatické výroby úplně nejde a to nemůžete dělat doma. Takže samozřejmě jak jsem vlastně předesílal, síla historická českého skla byla vždycky v té diverzitě, v tom množství různých přístupů a technik. A tím pádem čím více firem a přístupů, tím lépe. Samozřejmě malá firma nikdy nezaměstná tolik zaměstnanců, kolik mívaly kdysi národní podniky. A asi není ani smyslem, aby se to k takovému počtu zaměstnanců vracelo, ale určitě každá specializace má svoje místo.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Doplňuje kurátor Petr Nový. A právě jednou z vysoce specializovaných novoborských skláren mě provedla Lucie Fremlová.

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Skláři v téhle sklárně vyrábějí vesměs umělecké komponenty. Není to taková klasická výroba jako úplně v jiných sklárnách, ale hodně se tu tvoří od volné ruky, hodně, hodně pracují se, společně s designéry, kde ty designéři samozřejmě jsou velice nároční a mají dost často zvláštní požadavky a sklárna Ajetto v Lindavě je na to zvyklá, je na to uzpůsobená, ty skláři jsou velice pružní v tomto směru a jsou strašně šikovní.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Kolik lidí tady pracuje?

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Já odhaduju tak 50.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Tady se vyráběla i trofej pro Tour de France, ta je tady z Lindavy?

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Ano prosím, tak ta je vyráběná tady v Lindavě.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Hm, a právě zmiňuji jí, protože posluchači si ji asi docela jednoduše vybaví a bylo by možná zajímavé říct, jestli i tohle je nějaký kousek, který není jednoduché převést do té reality, protože přece jenom, kdo nezná to pozadí, myslí si, že je jednoduché něco vyfouknout, něco vytvarovat.

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Samozřejmě máte pravdu v tom, že to určitě není jednoduché. Ten tvar sám o sobě téhle trofeje není nikterak složitý na nafouknutí. Přesto je to velký kus skla. Ono se to nezdá, ale ta trofej, když se nafoukne, respektive jakýkoli kus, který se nafoukne, tak je v podstatě mnohem větší než pak ten finální kus. Brousil ho brusič Lukáš Pokorný, který je nesmírně šikovný. Ta trofej, mám pocit, váží při broušení asi 4, 5 kilo. On ji celou dobu drží ve svých rukách a v podstatě tvaruje, kreslí těma rukama pomocí těch kotoučů ten dekor na to, ten řez. A kdyby mu ty ruce sklouzly, tak samozřejmě to okamžitě zajede někam jinam a ten kus je znehodnocen a musí se začít znovu.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Vybavují se mi návrhy Františka Víznera, které dlouho nebyly realizovatelné, až vlastně Bomma je potom uměla časem natvarovat. Jak často se stane ten případ, že designér navrhne něco, co vlastně ještě neumíme z nějakého důvodu vyrobit?

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Není to úplně častá věc, ale stává se nám to.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Kdybych to měla říct vulgárně, kolik věcí je na první dobrou a kolik se jich vrací do té pece a jdou znova do tavu?

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Není to vůbec vulgární, fajn by bylo, kdyby na první dobrou bylo všechno, takhle to nefunguje, myslím si, v žádném řemesle. Ale my tak jakoby zhruba počítáme s těmi 5 až 10 procenty odpadu z celé zakázky, což je výborný. Opravdu stačí vyzkoušet si první 2, 3 kusy a pak už ty kluci, pokud to nikdy nedělali, tak si vyzkouší 1, 2, 3 kusy a dostanou se do toho a pak už, pak už je to jenom lepší a lepší vždycky, protože tím, jak se toho vyrábí víc, stejnejch komponentů, tak je to samozřejmě, se to pro ně stává jednodušší, že jo, dostávají to do ruky a dělá se to dobře.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Naší průvodkyní byla Lucie Fremlová, děkujeme.

Lucie FREMLOVÁ, průvodkyně po sklárně, sklářka

Děkuju vám.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Lucie Fremlová se s trochou nadsázky stala svědkem nebo účastníkem hned několika zázraků nebo aspoň historických okamžiků. Je jednou z vůbec prvních vystudovaných sklářek s praxí v běžné výrobě. Vzestup regionů sleduje v rámci firmy, která je i přes svou krátkou historii nejen pojmem, ale i fenoménem. Lasvit vyrábí nákladné světelné objekty. Nešel cestou postupného růstu firmy, jak prozrazuje jeho zakladatel Leon Jakimič. Kariéru tohoto zjevení na české scéně odstartovaly neskromné cíle.

Leon JAKIMIČ, zakladatel firmy Lasvit

Já jsem nechtěl vybudovat firmu, která má nějaký jenom lokální význam a nějak jako krátkodobej, já chci mít firmu na třeba 20 generací dopředu a chci, aby to byla značka celosvětově známá jednou, značka, která bude luxusní a firma, která bude něco znamenat na týhle planetě a v podstatě jsem se do nějaký míry inspiroval i Applem, kterej chce změnit svět. Oni to maj teda jednodušší, ale my se o to snažíme, jak to jde, přes design a sklo.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Kdybyste měl říci proporce, které jsou důležité pro tu úspěšnou strategii té firmy, kolik z toho je marketing, kolik z toho je kvalita, kolik z toho je moderní design, běžná obchodnická práce, máte takovéhle nějaké proporce?

Leon JAKIMIČ, zakladatel firmy Lasvit

My jsme nedávno si ve firmě říkali, čím vlastně jsme jedinečný, čím se odlišujem od ostatním a došli jsme po nějaký dvouhodinový diskuzi k tomu, že Lasvit má nejsilnější stránky, myslím, jakoby v

byznysu a marketingu, potom v designu a potom ve firemní kultuře. Pro nás je ta firemní kultura Lasvitu, ta nás taky svým způsobem hodně odlišuje.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Vy jste vlastně začínali na zelené louce. Ve kterém tom bodě se to zhouplo a změnilo a muselo se s vámi začít počítat?

Leon JAKIMIČ, zakladatel firmy Lasvit

Když jsme byli asi ve druhém roce existování firmy, tak jsem požádal /nesrozumitelné/, ikonického designéra, o vizitku a on mi říká, já vizitky nenosím, najděte si mě na internetu, já jsem slavný. Rok, 2 na to on sám za náma chodí, že by pro nás jako sám rád něco dělal, takže tak říkám, po těch 2, 3 letech ta změna byla obrovská.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Český trh není tak velký, aby byl nějakým zásadním bodem v tom vašem prodeji. Jak jste tedy rozkročení po těch jednotlivých zemích a kontinentech, kde je vaše, co se týče toho obratu prodeje, odbytu, největší těžiště?

Leon JAKIMIČ, zakladatel firmy Lasvit

Obratově samozřejmě pro nás je naprosto klíčová Asie a střední východ, možná dohromady tyhle 2 teritoria velký dělají až 65, 70 procent našeho obratu, zbytek pak už rovnoměrně mezi Spojený státy, zbytek jakoby Ameriky, Rusko a Evropu.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Když mluvím s architekty, co působí v Asii, tak říkají, že je pro ně velice důležité proniknout do té mentality, do těch struktur. Platí to tak i pro ty vaše objekty? Nebo tam už jste sami za sebe a nepotřebujete dlouho nastudovávat mentalitu a specifika?

Leon JAKIMIČ, zakladatel firmy Lasvit

Naštěstí ty základní věci jako platěj všude, no, že dobrej design je přes hranice, samozřejmě někdo to má radši více křiklavější, víc dekorativnější, někdo má radši víc minimalistický, ale prostě pěkný design a kvalitní sklo je mezinárodní. A takže my v podstatě v těch nuancích se to liší, ale základy platěj všude stejný.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Konstatuje Leon Jakimič. To, že často ve světě prorazí spojení vysoké kvality, návrhu i zpracování potvrzuje ředitelka Českých center Vilma Anýžová. Často spíše samy výrobky nebo jejich designéri propagují Českou republiku. A ne naopak.

Vilma ANÝŽOVÁ, ředitelka Českých center

Tohle to je věc, kterou naši ředitelé v zahraničí potvrzují, že opravdu české sklo, český, český design i český porcelán jsou věci, na které vždycky návštěvníky seženou.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Pozvání k našemu mikrofonu přijala Magda Purkrábková, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky. Dobrý den.

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Dobrý den.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Běžně si člověk asi, když se řekne sklo, sklářský průmysl, vybaví ty klasické výrobky, ale to zdaleka nejsou jenom skleničky, lustry, co všechno do toho sklářského průmyslu v Česku patří?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Český sklářský průmysl v sobě zahrnuje výrobní obory ploché sklo, obalové sklo, skleněná vlákna, výrobky z nich, domácké neboli užitkové sklo a pak taková celá velká skupina ostatních skel.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Který ten segment je vlastně zdaleka nejsilnější, co se týká objemu?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Když se podíváme na ty jednotlivé obory, největší podíl v tržbách zaujímá výroba plochého skla, 40 procent. Skupina ostatního skla je asi 22 procent. Výroba skleněných vláken a výrobků z nich je 18, zhruba 18 procent. Obalového skla je zhruba 10 procent a užitkového skla je asi 9,5 procenta.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Čili ten segment, který my vlastně vnímáme nejsilněji, zdaleka nejsilnější není?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Je to daný charakterem práce, protože vlastně třeba výroba plochého skla, skleněných vláken, obalového skla, ta je plně automatizovaná. Třeba u toho užitkového skla převládá, jednak jsou tam sice automatické výroby, jako je třeba v Crystalexu, ale jsou tam, taky je tam vysoký podíl ruční práce, to znamená, tam je, že jo, nejen dekory, ale i ruční foukání, to znamená, že vlastně ta kapacita nemůže být zdaleka taková jako na té strojové výrobě.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Když se mluví o krizi ve sklářském průmyslu, tak to vlastně z tohoto pohledu bylo velmi zavádějící, protože se to týkalo spíše toho segmentu užitkového skla, nebo dopadla i na některé další?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

V podstatě v tom roce 2008 a 2009 ten pokles byl u všech výrobních oborů. To užitkové sklo, to dostalo úplně největší ránu, protože, že jo, to je vlastně i zbytečný, tím pádem vám velice rychle klesne poptávka. Pravdou je, že od roku 2009 vlastně všechny ty sklárny, který byly, že jo, třeba bejvalý sklárny Bohemia sklo, v Poděbradech, Sklo Bohemia, na Sázavě sklárny Kavalír, ty teda zavřené nebyly, ty pokračovaly. Tak tyhle ty firmy koupili noví majitelé a vlastně tu, ještě doplňují Crystalex, takže všechny tyhle ty 4 firmy koupili noví majitelé a postupně začali tu výrobu rozvíjet. Pravda, jsou zhruba tak asi na těch 2 třetinách, ani ne možná, toho, co se vyrábělo před tím rokem 2007.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Co se muselo změnit v těch firmách pro to, aby mohly nabrat nový dech?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Jestliže mluvíme o těch zavřených podnicích, tak především se musely, když už teda ten majitel to koupit, tak především si musel zajistit, aby měl zakázky.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

A co se jakoby změnilo v té struktuře toho podniku? Ono se hodně třeba hovořilo o tom, že některé problémy českého skla způsobilo to, že nemělo jasně danou identitu a nesoustředilo se třeba na

autorské věci a dělalo takovou tu masovou produkci, která není snadno rozlišitelná. Vidíte v tom taky ten problém, anebo je to velmi jako úzký pohled?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Každá, každá sklárna má svůj vlastní sortiment, který vychází z tradice, protože spousta skláren mají 120, 150 let, jo, to znamená, že oni vychází z tradice. Spíš si myslím, že to je daný tím, že ta krize propukla a tento sortiment je zbytečný pro lidi.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Mnoho glosátorů té situace říkalo, že vlastně za ty ekonomické problémy si mohou firmy proto, že se nedokázaly třeba jasně vymezit vůči nějaké levné produkci, nedokázaly nabídnout něco s jasnou tvář ...

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Já bych, já bych se k tomuhle tomu jako nechtěla vyjadřovat, protože to byla interní záležitost tý který firmy. Ta, to, ta situace v tý který firmě nebo v té které, dejme tomu, společnosti, jako třeba byla Bohemia Crystalex, tehdy byla jiná. Já bych spíš si řekla jednu věc, že když vypukne nějaká krize, tak to vždycky postihne zpracovatelskej průmysl, úplně jako první. Jo, jako v 30. letech šlo taky sklo, textil, tyhle ten průmysl to poskytne jako první. A navíc ještě tady tenhle ten sortiment, já nejsem jako odborníkem na tenhle sortiment, ale v podstatě podléhá určitejm těm módním vlnám, jo. Ty nejsou, že jo, to není třeba na 10, na 15 let. Ale tam si troufnu říct, že těch vlivů bylo, myslím, víc.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Vlastně se změnou způsobu života se mění i ta poptávka a její struktura. V čem je tedy konkrétně v tom užitkovém skle podle vás budoucnost? Na co by se mělo orientovat? Co se v něm mění, v té výrobě?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Změnil se styl života, takže i mladí lidé už netouží po bohatých servisech, po spoustě, po spoustě skla mít doma, spíš o něčem ojedinělejším, mít hezký běžný zařízení. Ale nemít toho moc. Mít to, co odpovídá zrovna tomu životu, jakej ten člověk vede. Rozhodně je budoucnost i u strojový výroby v menších sériích, ve velice kvalitním provedení a v moderním designu, v moderně provedeným.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Pojďme tedy do té budoucnosti, která, zdá se, je relativně optimistická. Jaké jsou prognózy toho vývoje? O kolik ještě předpokládáte, že ten český sklářský průmysl poroste třeba v tom následujícím roce?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Tak, jednak, byť střednědobou prognózu bych já si vůbec netroufla udělat, to, že, to opravdu záleží na tom, jak se ten svět bude vyvíjet. Samozřejmě to záleží na tom, jak majitelé firem, manažeři firem budou kreativní, jak dalece budou pronikat na nové trhy, co dokážou nabídnout.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Obecně můžeme říci, očekává se pokračování toho růstu?

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Velice ráda bych to řekla. Jako en bloc vývoj v těch jednotlivých komoditách bude různý. Ta nejistota toho budoucího vývoje, s tou už musí každé počítat. Takže, jako jedno vím teda naprosto bezpečně, že sklářskej průmysl už si teda zažil za tu dobu, co je v Český republice, už jako ledacos. A nikdy ho žádná krize neporazila. Takže já si myslím, že ten sklářskej průmysl bude v tý Český republice dál.

Jestli bude s takovým růstem, jestli bude růst enormně nebo se bude držet na stávajících hodnotách, to nelze říct. Ale ten průmysl tady bude. Samozřejmě i když vemu jako ty průmyslová skla, tak ty mají neuvěřitelný množství aplikací, které se dají použít. Ty, v tom užitekovém skle ta kreativita těch lidí a schopnosti lidí, který nejen teda vyrábí, navrhuje, ale i prodávají a dokázali hledat trhy, takže si myslím, že ten průmysl má v této zemi budoucnost. A jako naprosto nezastupitelnou roli, tak.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Uzavírá s umírněným, ale neochvějným optimismem Magda Purkrábková, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky. Já vám děkuji za rozhovor.

Magda PURKRÁBKOVÁ, tajemnice Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky

Rádo se stalo.

Zuzana VLČKOVÁ, moderátorka

Dobré výhledy a příjemný poslech dalších pořadů rádia Plus vám přeje Zuzana Vlčková.