

DS 20. MAREC 2015

Gozd in les

POGLED V RESNIČNOST OBLIKOVALSKE PRAKSE IN VZROKE ZA STAGNACIJO VREDNOSTI LESENIH IZDELKOV

OSEBNI POGLED

Jurij Dobrila

Nisem prepričan, da bom uspel zadeti bistvo in ugotavljam, da sem bil postavljen pred zahtevno nalogo.

Ne govorim vam o – morda 5 % zdaj še uspešno delujočega lesarskega potenciala Slovenije. Čestitke vsem, ki izstopajo iz slike dejanskega stanja. Upam, da se bo vsak poslušalec izvzel iz istih vsebin, ki niso prava presoja zanj.

Slovenija bi lahko imela nad 150.000 z lesom povezanih delovnih mest z nad 2.000 EUR povprečne mesečne plače.

Moji začetki – sredi sedemdesetih – na kratko celo kot mizarški vajenec, nato čez čas, kot sodelavec Inštituta za industrijsko oblikovanje.

Za naše okolje že takrat značilno zelo majhno število različnih serijskih izdelkov?

Večinoma so nastajali novi in novi projekti in prototipi, ki so jih proizvajalci (naši naročniki), takrat avtorjem celo korektno plačevali. Večinoma so bili namenjeni le promociji na domačem trgu in le redko razviti do končnega izdelka za širšo uporabo.

Zakaj?

Komoditeta v naših tovarnah, predvsem pa kronična neaktivnost in nezainteresiranost njihovih vodilnih, ki so želeli ene in iste izdelke proizvajati celo leto ali več let, brez posegov v proces proizvodnje.

Saj tako ni bilo treba vlagati pretirane energije in znanja za plačo, ki je bila, kot je bila, kar solidna za preživetje.

Sosedje Italijani so takrat med vikendi spreminjali nastavitve strojev in nekatere lesne izdelke proizvajali le mesec ali celo teden. S tem so analizirali trg in na tak način so uspeli najti takšne izdelke, ki so postali prodajna uspešnica, poleg tega pa so venomer svet bogatili z novostmi. Njihovi prodajniki – današnji managerji – so bili dinamični, strokovni in v stalni borbi za prostor na trgu. Kondicija prodajnikov je bila v Italiji vedno vrhunska. Njihova država je ta proces podpirala s subvenconiranjem razvoja in promocijo italijanske lesarske industrije in tudi medijev, ki se vedno igrajo globalno vlogo.

Večina naših lesnih izdelkov je bila tedaj prodanih na trgu bivše YU in vzhodne Evrope in zato so menili, da ni bil potreben inovativen razvoj za produktno lesno industrijo. Tedaj so veliko izdelkov enostavno prekopirali od Italijanov in drugih oblikovalcev.

Zaradi prikrivanja tega dejstva niso izpostavljali domačih oblikovalcev in ustvarjali novih domačih oblikovalskih imen. Poleg tega je bilo seveda kopiranje cenejše in je bilo zato lastnega razvoja malo. Oblikovanje je večinoma veljalo za nepotreben strošek ali pa celo za neko neupravičeno prilaščanje pravic.

Kraja zamisli je postala lokalni standard in folklor, kljub dejstvu da smo tedaj imeli celo v svetovnem merilu vodilno oblikovanje. Prerisovanje, plonkanje, kopiranje je postalo običajno že v vrtcih, osnovnih šolah ... Ali je to le stanje ali celo STANDARD duha, si ne upam presojati.

Naše blagovne znamke so bile omejene na lokalno področje, ker so menili, da vanje ni treba resneje vlagati.

Izvoz na zahod je bil omejen večinoma na velikoserijske masovne izdelke in polizdelke, ki so jih naročili tujci, in so bili plod tujega oblikovanja – designa. Prodajna mreža za lastne programe se ni pravilno razvijala, kljub dejstvu da smo imeli solidno zunanjetrgovinsko organiziranost. Navidezni uspeh lesne branže je temeljil predvsem na tečaju naše valute in prodajniki so se dogovarjali le o najnižji ceni, za kar ni treba prav veliko sposobnosti.

Kljub temu so nekatera vizionarska podjetja le imela lastno vizijo in razvojne oddelke. Sodelovala so tudi z zunanjimi oblikovalci. Obstajal je Razvojni inštitut Slovenijales in Inštitut za industrijsko oblikovanje, ki se je ukvarjal predvsem s pohištvom.

PRIMERI (slike)

- **kopalniško pohištvo ADRIANA (Lado Ercegovič in Matjaž Deu)**
- **sistem Konstrukta (Niko Kralj s sodelavci IIO)**
- **sistem Dota (Matjaž Deu s sodelavci IIO)**
- **sistem Tubus (Matjaž Deu)**
- **sistem E (Biba Bertok)**

VSE TE IZDELKE BI ŠE DANES PO MOJEM MNENJU LAHKO IZDELOVALI Z DOBIČKOM – morda le z manjšimi spremembami.

ugotovitve – IZ ARHIVA:

»Pohištvena industrija se je v številnih evropskih državah, predvsem v Nemčiji in skandinavskih državah, razvila v času naraščajoče kupne moči. Na slabšem so južne dežele Evrope, ki morajo zdaj svojo strukturo spreminjati v času, ko že obstaja konkurenčni pritisk drugih držav.

Pred nami je pomembno evropsko neravnovesje v smeri sever – jug. Če prilagojevalni proces ne bo podprt, ni pričakovati, da se bo pohištvena industrija južne Evrope, z izjemo severne Italije, zadovoljivo razvijala. Bati se je celo, da se pohištvene industrije Grčije, Španije in Portugalske na svojih trgih ne bodo obdržale, čeprav je izobrazba delojemalcev v teh deželah ravno na področju pohištva izjemno dobra.«

Revija: LES, julij 1989

»Leta 1989 je začel veljati Zakon o podjetjih. Namesto delovnih organizacij, tozgov in sozdov je uvedel pojem podjetja in upravljanja s kapitalom. Podjetništvo je izrinilo samoupravljanje. Marca 1990 je bilo registriranih že 14 podjetij v lasti družbe Meblo.«

Zbornik: Zgodba o Meblu, 1989

PRIMERI (slike)

- **slovenski izvozni čudež dolgih desetletij**

Seveda nikakor ne moremo govoriti o krivdi spremembe ali hvaliti preteklost in pretekle družbene odnose. Nedvomno pa je takrat nastalo obdobje BREZ GOSPODARJA – celo slabega gospodarja ni bilo več!!!

Rezultati nadaljnjega razvojnega procesa so nam vsem tukaj zbranim znani. Pričele so se delitve fevdalnih pravic in igrice ravbarjev, uvodoma sicer celo brez žandarjev. Za posameznega lastnika podjetja je bilo dovolj, da zasluži zase in bližnje in razvoj je popolnoma zamrl.

Precej lastnikov se je postavilo tudi v vlogo direktorjev z družinsko ekipo okoli sebe. Nekateri so celo ugotovili, da se jim bolj kot lesna tovarna plača gradnja stanovanj ali kaj podobnega, veliko pa jih je lastno akumulacijo vlagalo v vrtoglavo rastoče vrednostne papirje.

Nerazumevanje ali neupoštevanje trajnostnega razvoja..... ali ???

Oblikovanja je bilo v tem času malo, bolj zaradi enega sejma, ki ga je Slovenija komaj premogla. Večina direktorjev in prodajnikov se je zanašala na svojo zlato žilico, ki jim je prinesla bogastvo, nekateri celo na žene, hčere, tete in nečakinje ter so skupaj na izletih po tujih trgovinah razpravljali, kaj od tistega tam bi bilo morda dobro in se plačalo izdelovati tukaj.

Večkrat si celo spotoma kupijo tam zunaj kje kakšno novo kuhinjo zase doma, da se malo pohvalijo pred sosedi.

Danes skoraj nikomur niti na misel ne pride več, da bi si kaj odtrgal od svojih nenasitnih ust in vlagal v razvoj novih izdelkov, ustvaril svojo blagovno znamko in

seveda s tem tudi kakšna imena oblikovalcev in prispeval k skupnemu napredku in prepoznavnosti celote kot izvoznega izdelka.

Tudi kadar je nekaj tega bilo, so bile okoliščine za oblikovalce večinoma ponižujoče, večkrat je šlo celo za goljufije, lažne obljube proizvajalcev, krajo in potvarjanje avtorskih del – le z namero, da pojedjo vse rozine iz potice. Na koncu, zdaj ... žal potice res ni več!

Naša lesna podjetja se komaj lahko še tako imenujejo ali pa jih sploh ni. Nekateri, še napol živi, so postali celo poddobavitelji tistim našim južnim sosedom, ki so se jim še včeraj smejali čez potok.

Na žalost je za takšno stanje v izjemno veliki meri odgovorna tudi država, ki doslej še ni zahtevala odgovornosti lastnikov in ne zahteva danes niti od DUTB. Namesto za razvoj izdelkov in oblikovanje novih trgov, so državne subvencije namenjene v razvoj nečemu, nejasnemu, neoprijemljivemu, kar nima vidne in trajnostne vrednosti oziroma je ta nevidna, nemerljiva ali mogoče celo nevredna.

Očitno je, da zdaj nimamo izobraženih prodajnikov (managerjev). Ali bi bilo treba povprašati ustanove, ki so odgovorne za izobraževanje, če posedujejo podatke o šolanih managerjih, ki bi bili sposobni za prodor na zahtevne trge?

Nimamo ustreznih kapacitet za predelavo, nimamo finalnih izdelkov. Menda nimamo niti ustrezne zakonodaje, kar nas dejansko ne stane popolnoma nič.

Imamo le za slabo četrtno normalne manjše tovarne iveric in nekaj mizarjev, ki kupujejo les v tujini.

Naenkrat se je začelo govoriti, da naj bi se vlagalo v blagovne znamke in v design. Večina odgovornih pa zanesljivo ima med seboj popolnoma različne predstave o tem, kaj naj bi to sploh bilo.

Še tisto malo denarja, ki ga včasih zmoremo, praviloma odtava v neznano. To govorim le na osnovi preteklih informacij.

Sosedje so pri nas vzpostavili sistem svojih agentov, ki zanje kupujejo naš najboljši les.

Slovenska gozdna in lesna pamet še ni naredila mreže prodajnikov/managerjev, ki bi v tujino ponujali vsaj naše polizdelke.

Žal trenutno nimamo ustreznih kapacitet, ne v industriji in ne v kadrih. Celo izkušenih oblikovalcev, ki so sposobni razvijati izdelke, je vedno manj. Morda imamo trenutno edino dovolj strokovnjakov lesarstva.

Tudi lesa imamo dovolj, le posekamo ga premalo. Sečnja ni konstantna in ne sledi naravnemu prirastku, zasebni gozdovi so v veliki meri celo zanemarjeni, zato je celo dobro, da se trenutno hlodovina odvaža vsaj na tuje.

Žal gre z najboljšo hlodovino. Pri nas pa bo v gozdovih kmalu ostal le še drugorazredni les za piščalke, palete in kurjavo.

Imamo 45 % iglavcev in dobro je, da jih vsaj večino predelamo doma. Seveda ne tako, kot bi bilo najbolje in Slovenija še zdaleč ni največji proizvajalec glasbil – čeprav ima pogoje. Žal niti najodličnejši resonančni les ni naša uradna ponudba.

Od listavcev je največji delež bukev, ki je primerna za pohištvo predvsem na trgih severne Evrope. Predelamo jo skoraj nič oziroma večino za drva.

Hrastov je malo in še ti so v primerjavi s tujimi zelo slabe kakovosti. Kljub temu je mogoče razviti ustrezne produkte, a za zdaj jih še ni.

Plemenitih vrst listavcev, ki dosegajo najvišje cene na tujih trgih, je manj kot 15 %, a zanje nimamo ustreznih izdelkov in ne prodajnikov, ki bi jih znali unovčiti. Ni jasno definiranih razvojnih sredstev za oblikovanje, ni sredstev za zagon ustreznih obratov za predelavo, ni sredstev za promocijo na tujih trgih – ni ali pa se država včasih le malo poigra z višino kakšne podpore svoji lastni promociji.

Naše pohištvene tovarne in obrtniki vsi po vrsti izdelujejo večinoma s papirjem oblečene zaboje iz iveric, ki jih dobivajo iz tujine: EGGER, KRONOSPAN, SAVIOLI

Kaj naj bi oblikovalci/designerji torej ustvarjali iz našega lesa? Bicikle, fotoaparate, piščalke ...

Les za vso to našo »proizvodnjo« je dovolj že sto metrov severnozahodno od tukaj –na Rožniku!

Zadev se je treba lotiti sistematično in ne enostransko.

PRIMERI (slike)

- **oblikovalsko enostavna – tehnološko izjemno zahtevna miza, ki predstavlja globalno ponudbo – Artisan BiH**

Sočasno je treba ustvariti okoliščine spoštovanja ustvarjalnega dela, urejenih avtorskih pravic, več neodvisnih medgeneracijskih razvojnih ekip za izjemen design z lastno prepoznavnostjo in jasnimi tržnimi cilji, hkrati pa pogoje za nastanek ustrezne proizvodnje.

Pripraviti je treba obsežne kolekcije, v katerih bo tudi izbor še vedno aktualnih izdelkov iz naše preteklosti in to ponuditi v izvedbo izdelovalcem, velikim in majhnim, morda tujim, lahko celo po posamičnih elementih ...

Veliko kupcev celo išče pohištvo, »ki ga je šele treba narediti«, da bi z njim obujali spomin na otroško igro.

V kratkem času mora nastati dovolj močna ponudba, ki bo lahko upravičevala vloške v nove prodajne poti.

Za obsežen delež »bukovih drv« je treba ponovno zagnati veliko proizvodnjo vezanih plošč in tovarne drobnega pohištva.

Tako, da bo odpadkov najmanj!

Plemenite listavce je treba tukaj pri nas predelati najmanj v ustrezne deske in se povezati s projektivnimi biroji po svetu, da bodo ta les vgrajevali v hotele, naši mizarji pa zanje izvajali najzahtevnejša dela, če bo le mogoče.

Tako bo zagotovljen tudi les za naše domače izdelke. Mizarje je treba povezati v zadruga, te pa v izvozno družbo, ki naj bi imela svoje ljudi po vsem svetu. Ne naše ljudi, svoje, vendar domačine, ki poznajo lokalne trge in so lahko tam tudi uspešni, če delajo za našo plačo. ????

Zagotoviti je treba dovolj prvovrstnih katalogov lesa in izdelkov in veličastno, ne kot zadnji berač, nastopiti na globalnih sejmi, kjer je prisotna najodličnejša konkurenca.

Žal verjetno zdaj kakšna paleta vzorcev naših desk in furnirjev obstoja le še na Fakulteti za lesarstvo in še ta je že zdavnaj spremenila svojo naravno barvo.

Ali ima država voljo, da izdela 10.000 celovitih vzorčnih katalogov slovenskega lesa?

Le tako bodo lahko rasle lesarske kapacitete in delovna mesta.

Še prej je nujen civilizacijski preskok v družbo razvite pameti in morale. Če se zdaj igrice ravbarjev spreminjajo v igrice ravbarjev in žandarjev kar v istih osebah, ne bomo prišli nikamor.

OBLIKOVANJE/DESIGN je razvojni proces, ki se sicer velikokrat manifestira v videzu produktov. Žal večina tako nanj tudi gleda. Še močnejše pa se izraža v družbenih spremembah, ki omogočajo vsesplošni napredek. Zaenkrat tega še ni videti!

Razlage, da je naše delo predrago in oblikovalci ne dosegajo ustreznega nivoja, so popoln nesmisel. Naša naloga je dodana vrednost. Nekateri naši oblikovalci dosegajo svetovno špico. Ustvarjalni potencial je neizmeren in le neusmerjen in neorganiziran. Cena dela je dramatično nižja kot v Švici, ki je najbolj konkurenčna na svetu.

Seveda je treba nadzirati stroške in ustvarjati dobiček, a ne na račun cene dela, še manj pa na račun ustvarjalnih moči.

Država zdaj ustanavlja Družbo za gospodarjenje z gozdovi. Lepo in prav, vendar za uspeh potrebujemo vsaj eno nekako napol samozavestno (zato, da bo od srca rabila strokovno pomoč) družbo gospodarjenja Z LESOM, predvsem pa gospodarjenje s pametjo, znanjem in našo samozavestjo.

PRIMERI (slike)

- ČLANEK Teleks 1986 ☺ ☺

Ali si sploh kdo tukaj upa razmišljati, da bi država lahko podpirala ali subvencionirala lesarje:

- z ustrezno pripravljenem lesom za proizvodnjo (polizelki bi lahko bili državni monopol – kot cigarete, gorivo ...)
- z intenzivnimi neposrednimi vlaganji v razvoj novih izdelkov
- z ustrezno promocijo v tujini
- **PREDLAGAM, da DS nemudoma in v sodelovanju s pristojnimi ministrstvi organizira operativno skupino, ki bo pripravila nacionalni program za doseganje prihodnosti & upam, da bomo mi, oblikovalci, prvi povabljeni zraven.**