

veleposlaništva z organizacijo dnevov lesene gradnje izvaja pri nas.

Cugmajster Alojz,
direktor podjetja Žaga Cugmajster, d.o.o.

Smo podjetje, ki se ukvarja s predelavo vseh vrst lesa v polproizvode in v končne proizvode, proizvodnjo pelet. Podjetje je na slovenskem lesnem trgu že 29 let. Začetki proizvodnje so obsegali letno količino cca. 1.000 m³, danes pa naša proizvodnja obsega od 65.000 m³ do 90.000 m³ letno.

Lesna industrija v Sloveniji je že zelo dolgo v krizi, če bi želeli, da bi zaživela, bi morala država imeti posluš za podjetja, ki smo še ostala. Danes pa se dogaja ravno nasprotno. Les se izvažja v tujino in ostanek pripada našim domačim žagam in ostalim lesnim proizvajalcem – hlodovina, ki je na razpolago za slovenske žage, žal ne zadostuje, da bi vsi lahko obratovali v polni meri.

Na osnovi zagotovljene hlodovine iz državnih gozdov, bi lesnopredelovalne industrije, manjše ali velike, dobile občutek, da jim je zagotovljena surovina, kar bi jim zagotovilo gotovost, da lahko proizvodnjo počasi modernizirajo. In na osnovi modernizacije se posledično poveča poraba surovine. In tako sčasoma lesna industrija lahko prihaja v zelo pomembno strateško panogo v Sloveniji, kjer bi lahko sčasoma zaposlovala od 35.000 do 50.000 delavcev. Žal pa se sedaj dogaja to, da v lesnopredelovalnih industrijah, namesto da bi zaposlovali, odpuščamo. Dogaja se tudi, da cena hlodovine zadnjih par let narašča, cena prodanih proizvodov, polproizvodov pa pada. V tem primeru lesnopredelovalne industrije nikakor ne moremo biti konkurenčne.

Lesnopredelovalna industrija lahko postane konkurenčna z ugodno ceno surovine – hlodovine s primerno tehnologijo in strokovnim kadrom, ki ga v Sloveniji na tem področju žal ni dovolj. Bilo bi potrebno osveščanje mladih o pomenu lesa, ki je naše veliko naravno bogastvo, in vzpodbuda k izobraževanju v lesni smeri.

S trenutnimi pogoji v lesnopredelovalni industriji ni perspektive, saj se lesnopredelovalna podjetja borimo za hlodovino vsak dan posebej. Nimamo stalnice, ki bi nam zagotovila, da bomo jutri še sploh lahko delali. Lesno bogata država bi lahko omogočila perspektivno lesnopredelovalno industrijo samo v primeru, da nam zagotovi zadostne količine lesa in normalno ceno.

Torej, kot razberete, je edini problem, ki ovira in onemogoča razvoj lesnopredelovalnih industrij, pomanjkanje surovine in rast cen.

Mateja Panter, Društvo oblikovalcev Slovenije, predsednica sekcije za produktno oblikovanje

Čeprav se zavedam, da je v Sloveniji lesnopredelovalna industrija v izjemno slabem stanju in potrebuje korenito preno, je zame odgovor na vaše vprašanje povsem preprost. V proces celotne verige je nujno treba vključiti ustvarjalce produktne oblikovanja. Iz drugih držav in tudi iz naše zgodovine je nedvomno mogoče ugotoviti, da so posameznikove kreativne veščine in talenti ključni pri ustvarjanju dodane vrednosti in ponujajo velik ekonomski in razvojni potencial. Uspehi slovenskih oblikovalcev v tujini dokazujejo močno kreativno energijo, ki je domače gospodarstvo ne zna izkoristiti; večinoma podjetja še vedno razumejo oblikovanje kot dodatni strošek ne pa kot dodano vrednost! Oblikovalec je nosilec napredne ideje in izvirne rešitve, ki naj bi izboljšala bivanje. Naloga produktne oblikovalca je načrtovanje predmeta tako, da ga je mogoče proizvajati ekonomično in zadovoljivo. Oblikovalec mora poznati tehnične vidike proizvoda, a njegova primarna naloga je reševanje odnosov med proizvodom in uporabnikom, zato pa mora vključevati tudi znanja s področja družbeno-ekonomskih ved in humanistike. V oblikovalčevih rezultatih se pojavljajo še inovacijske in poetične prvine. V sodobni potrošniški družbi in poplavi vsakovrstnih predmetov ter posledično ogromnih količin odpadkov je (v razvitem svetu) samoumevno, da mora oblikovalec izhajati iz načel ekologije, recikliranja, ponovne uporabe in preoblikovanja (re-cycle, re-use, re-design) ... Le tako bo lahko skozi izdelek podpiral nizko ogljično družbo in trajnostni razvoj. Slovenski gozdovi in les, slovensko znanje in izdelki bi lahko postali prepoznavni v svetu.

Spodbude za razvoj novih izdelkov s poudarkom na oblikovanju le malokrat prihajajo iz podjetij, oblikovanje pa brez njih ne zmore prerasti pragmatičnosti tehnološke in ekonomske kategorije. Zato oblikovanje ne more – bi pa nujno moralo – postati vplivna sestavina oblikovne in vizualne kulture, gibalo preobrazb na področju vsakdanjih navad, izobraženosti, politike, življenjskega standarda in celotne civilizacijske ravni neke-



Mateja Panter, Društvo oblikovalcev Slovenije, predsednica sekcije za produktno oblikovanje

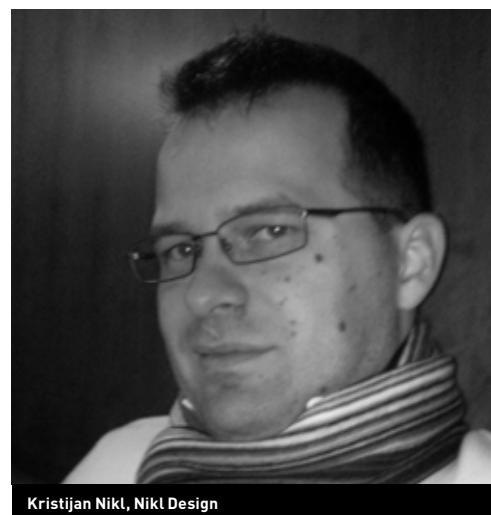
ga okolja. Slovenija žal nima pripravljene strategije, kako bi dejavnosti lesnopredelovalne industrije spodbujala. Državni aparat bi moral prepoznati oblikovanje kot ključni element razvoja in promocije gospodarstva ter življenjskega standarda družbe.

Kristijan Nikl, Nikl Design

Živimo v gozdnato bogati deželi in na les gledamo kot nekaj popolnoma normalnega in dostopnega, kot je zrak in voda. Ampak les je lahko veliko več kot to in na nas je, da ga na trgu tako tudi predstavimo.

Obvladujemo lesne vire in predelavo, kaj pa oblikovanje in prodajo?

Les je treba oblikovati tako, da pri stranki



Kristijan Nikl, Nikl Design