

Prof.dr.Janez Bogataj

DEDIŠČINA ODLIČNIH IZDELKOV IN STORITEV SLOVENIJE V EVROPSKEM PROSTORU

1.

Kadar sem na Dunaju, pogosto zavijem do Hoher Markta, kjer stoji eden od dunajskih kioskov s klobasami. Večina je odprtih tudi v poznih nočnih urah in »ekskurzija« po dunajskih krčmah ima po navadi svoje logično nadaljevanje tudi z obiskom kioska s klobasami. Ponudba je pestra: frankfurterice, debrecinke, tirolke, klasične hrenovke... in seveda tudi »krainerwurst« ali kranjske klobase. Imajo še tehnološko izpeljavo in sicer kranjske s sirom (Käsekrainer). Toda okrog ene ali druge ure zjutraj se mi je že nekajkrat pripetilo, da v ponudbi ni bilo več kranjskih. Na vprašanje prodajalca, zakaj le- teh nima več, dobim odgovor: »Kranjske so najboljše, te zmanjkajo najprej!«

Ta utrinek iz mojega življenja je bil izbran kot uvod v razmišljanje o naši dediščini odličnih izdelkov in storitev ter njihovi vlogi v evropskem prostoru. Pogledi v zgodovino bi morali biti pogostejši. Ne zaradi poznavanja dejstev ampak predvsem zaradi možnosti odkrivanja novih pogledov in rešitev, ki nam jih ponujajo v časih in prostorih »preverjeni« modeli. Pogostejši tudi zato, ker projekcija iz sveta v Slovenijo še nikoli

ni bila tako intenzivna kot je prav v današnjem času. Na vseh področjih in v različnih oblikah(!) V globalizacijsko Evropo in svet vstopamo prav s to negativno projekcijo, ki bi morala biti ravno nasprotna: obrnjena od nas v svet. Na tej točki se pravzaprav začnja moje razmišljanje, ki želi pokazati na nekaj izbranih primerov iz naše dediščine. Primerov, ki govorijo in potrjujejo misel o slovenski odličnosti, ki nam jih razkriva kulturna, torej tudi gospodarska, družbena in duhovna dediščina ter posamezne njihove sestavine ter oblike.

Slovenija in njeni ljudje so skozi stoletja sooblikovali paleto izdelkov in storitev in se tako projicirali v evropski prostor. Pravzaprav ni šlo le za izdelke in storitve ampak za surovine, storitve (najrazličnejše, od fizičnih do intelektualno kulturnih) in končne izdelke. In prav odličnost je tista sestavina, ki jim je skupna. Odličnost, ki bi jo morali, glede na čase in okolja, imenovati **mojstrstvo**. Mojstrstvo kot optimalni seštevek tehnoloških, vsebinskih oz. funkcionalnih in komunikacijskih sestavin. Navedene sestavine opredeljujejo tudi celovito kakovost izdelkov in storitev, ki je bila temeljni pogoj za njihovo sprejemljivost v svetu. Usmeritev k mojstrstvu in odličnosti je podpirala tudi oblast. Merkantilizem nekdanje skupne monarhije je od 2. polovice 18. stoletja naprej deloval v tej smeri. Torej: čim bolj izobraziti ljudstvo, da bo ustvarjalo izdelke kar najvišje možne kakovosti. Zato se začne izobraževanje v obrti, organizirajo se tečaji npr. klekkanja čipk, pletarstva, nastajajo celo šole s kakovostnimi učitelji, ki posredujejo najbolj odlična znanja številnim posameznikom in posameznicam. Le z ustreznim znanjem podprti izdelki so lahko postali konkurenčni na takratnih zahtevnih evropskih trgih. Na številnih področjih so bili uspehi kmalu vidni. Raven družbene skrbi (npr. za posamezne rokodelske panoge) v poznejšem razvoju in v poznejših družbenih ureditvah ni bila nikoli več dosežena, kaj šele presčeta. Za vsa rokodelska področja so bili na voljo ustrezna učna literatura, tehnološki priročniki in vzorčne knjige. Danes je stanje porazno in imamo le učbenik za klekljane čipke(!) Seveda pa projekcija slovenske odličnosti v evropski prostor ne sega le v 2. polovico 18. in 19. stoletje ampak je veliko starejša. Lahko bi govorili kar o dediščini naših najstarejših uveljavljenih blagovnih znamk.

2.

V uvodu sem omenil **kranjsko klobaso**, kot simbol kakovostnega prehrabnega izdelka, temelječega na stoletni tradiciji največjega slovenskega posvetnega družinskega praznika, t.j. kolin. Vendar že pri prvem primeru, pri kranjski klobasi, ki ji je poimenovanje »kranjska« nadelo tuje okolje, ugotovimo, da nismo še prav nič naredili za njeno mednarodno zaščito. Torej se nam lahko v podobni obliki ponovi zgodba z **lipicanci**, ki prav tako sodijo v okvire dediščine slovenske odličnosti.

Med mednarodno uveljavljene blagovne znamke sodi tudi ribniška **suha roba**. Tukaj postopek zaščite geografskega porekla poteka po zaslugi prizadevnih Ribničanov. Ribniška suha roba se je v svetu uveljavila že zelo zgodaj. Vsaj od l.1492 dalje, ko je cesar Friderik III. izdal posebno odredbo, po kateri so lahko prebivalci Ribniške doline, Velikih Lašč, Kočevskega in okolice izdelovali ter prosto trgovali s suho robo. Za časa Marije Terezije se je to izdelovanje in trgovanje že tako razvilo, da so najbolj nadarjene suhorobarje pošiljali na izpopolnjevanje na dunajsko obrtno šolo.

Po obsegu dejavnosti je bilo podobno tudi **žebjarstvo**, to je kovanje najrazličnejših žebeljev v kovaških središčih na Gorenjskem (Kropa, Kamna Gorica, Koroška Bela, Tržič, Bohinjska Bistrica, Železniki, Kamnik) in Kočevskem. To so bili izdelki, ki so imeli dobro tržišče na celotnem območju Mediterana. Zlasti do vključno 19.stoletja, ko je bilo še razvito mediteransko leseno ladjedelnštvo. Veliko žebeljev so prodali tudi za potrebe stavbarstva in podkavske žebelje v jugovzhodno Evropo.

*Valentin Vodnik je zapisal: Terice pogače, potice jedo, lanovi Slovencem cekine neso...Laneno in konopneno **platno**, izdelano v našem najmočnejšem platnarskem središču v Škofji Loki in njeni širši okolici, je bilo do 19.stoletja med najbolj slovečimi v Evropi. Prodajali so ga na Laško, po alpskih deželah, v obmorskih krajih pa so ga še zlasti cenili kot odlično platno za jadra.*

Še en kakovosten izdelek je imel svoj trg ob Jadranu in sicer v Benetkah. To je bilo **maslo**. Na tržni vrednosti je začelo pridobivati zlasti od 18. stoletja dalje, kar je bilo povezano s širjenjem mest, spremenjenimi

prehranskimi navadami in potrebami. Tako so npr. bohinjsko maslo na veliko prodajali v Trst in celo na Beneško. Na slednjem območju so imeli Bohinjci tudi svojega prodajnega predstavnika. Konec 19.stoletja so ga tovorili do Trsta v petdeset in stokilogramskih dežah, iz tržaškega pristanišča pa so ga vozili z ladjami na oddaljene trge, celo do Bližnjega vzhoda. Tržni delež masla je bil veliko večji kot sira. Prav zgodba o sirih je lahko poučna tudi za sodobnost. Starih vrst sira ali sirarske dediščine ob koncu 19.stoletja nismo znali nadgraditi z novimi, za trge zanimivimi izdelki (tako kot npr. Francozi, Italijani) ampak smo »uvozili« tehnologijo in vrste švicarskih sirov.

Na maslo se navezuje še ena prehranska sestavina, ki je slovela na trgih v tujini. To so bili **raki**, ki so jih lovili neizmerno količine še zlasti v reki Krki in jih žive v zabojih, napolnjenih s koprivami, vozili do Dunaja in dlje. Lov na sloveče krške rake jelševce ali žlahtnike je prenehal po letu 1882, ko je reko napadla račja kuga in se od tod razširila še po drugih rekah in potokih.

*Druga pomembna žival, ki je še zlasti z Dolenjskega prihajala na zelo oddaljene trge je bil **polh**. Pravzaprav polšje krzno. O trgovanju s polšjim krznom piše že Valvasor (1689) in pravi:*

»Ta živalca pa ni samo za jed, ampak tudi za okras obleki. Njihove mešiče prevažajo v oddaljene dežele in kraljestva, na primer v rimsko cesarstvo, na Holandsko, na špansko Nizozemsko, v Anglijo, Francijo, Italijo itd. Krznarji potrosijo kožice z apnom, od česar dobiva krzno ali podlaka črnikaste lise kakor tiger...«

Drug, nekoliko starejši vir navaja podatek, da so več tisoč polšjih kožic tovorili najprej do Amsterdama, od tod pa so jih prodali v Indijo.

Vsaj od Valvasorjevih časov se na področju prehrane lahko pohvalimo s sorto **fižola**, ki se je imenovala »Ribničan« in je veljala za zelo popularne fižolove sorte na tujih trgih, prihajala je iz širšega območja Dolenjske.

Na območju Ribniške doline in Loškega potoka so sloveli po krmljenju slabotnih **volov**, ki so jih kupovali po kmetijah in jih nato približno tri mesece, najpogosteje čez zimo, dobro krmili, da so si opomogli in

pridobili na teži. Potem so jih prodali v Trst, kjer so zaradi kakovosti prireje dosegali visoko ceno.

Na splošno je bilo Dolenjsko tržno precej usmerjeno k Trstu, Furlaniji in Benečiji. Tako so se ohranili do prvih desetletij 20. stoletja »**kóšarji**« - posamezni prebivalci iz doline reke Krke, ki so po vaseh kupovali piščance, jih zbirali v letvene kokošnjake in jih naložene na ročnih vozičkih vozili na prodaj v Trst. Naslednja domača žival, ki je slovela na omenjenih trgih, pa je bil **krškopoljski prašič** oz. **svinja**. Na Dolenjskem se je razvila vzreja teh prašičev, ki so bili predvsem odlični pršutarji. Po dolini reke Krke je stoletja vodila prašičja pot, po kateri so številni svinjski trgovci vodili večje in manjše črede na prodaj proti Trstu, v Benečijo in Furlanijo.

Od drugih slovenskih pokrajin sta imeli velik pomen na področju trženja prehrabnih izdelkov in surovin zlasti Štajerska in Prekmurje in sicer s **kupinarstvom** in **prodajo jabolk**. Kupinarstvo je bila dejavnost zbiranja jajc po Prekmurju, tudi Prlekiji in Slovenskih Goricah. Zbrana jajca so pakirali v slamo in jih v zabojih vozili po evropskih trgih. Tudi štajerske jabolčne sorte so bile zelo sloveče in so jih uživali tudi v Angliji, Nemčiji in drugod.

Med rokodelskimi panogami je bilo na Slovenskem zelo razširjeno **pletarstvo**. Še danes je to najbolj številčno zastopana tradicionalna rokodelska dejavnost. Seveda pa je današnje stanje krepko pod ravni prizadevanj v 19. in na začetku 20. stoletja, ko si je država prizadevala dvigniti raven izdelovanja in splošno kakovost izdelkov. Ne le izdelkov ampak tudi enega od osnovnih gradiv. Veliko pozornost so zato namenjali kakovostnim vrbovim nasadom in **vrbogojstvu**. K gojenju vrb so poskušali pritegniti čimveč kmetov na posameznih področjih. Znano in kakovostno gojišče vrb je bilo na ljubljanskem Barju, kjer je imel svoje nasade veleposestnik Kosler. Vrbe za pletarsko rokodelstvo so iz Slovenije izvažali v Španijo in Italijo. Leta 1935. so na mednarodni razstavi v Solunu slovenski vrbojci prejeli zlato medaljo za najboljše gojene vrbe v Evropi(!)

Nekaj podobnega je bilo tudi s **klekljanimi čipkami**, ki so jih izdelovali v Idriji, Žireh, Železnikih in še v nekaterih drugih krajih. Strokovni pouk (čipkarska šola v Idriji je bila ustanovljena že 1876) in skrb za kakovost sta botrovala nekaterim prvim uglednim priznanjem. Tako so jih dobile Idrijčanke za svoje čipke na svetovnih razstavah v Parizu in na Dunaju že pred prvo vojno, torej v času ko so naše čipke v tujini prodajali predvsem pod tujimi imeni (v Ameriki kot ruske, v Angliji kot malteške, v Italiji kot beneške itd.). Med obema vojnoma je sledilo še nekaj uglednih mednarodnih priznanj na razstavah v Barceloni, Solunu in Berlinu kar je pomenilo potrditev njihove odličnosti.

V 2.polovici 18.stoletja se je razvilo rokodelsko izdelovanje **pip za kajenje tobaka** z največjim središčem na Gorjušah v Bohinju, izdelovali so jih tudi v okolici Moravč, v Poljanah v Poljanski dolini na Gorenjskem, v okolici Železnikov in Krki na Dolenjskem. Največji obseg in trgovanje je doseglo piparstvo na Gorjušah. Gorjuške pipe so z velikim uspehom prodajali vse do konca 19.stoletja v Avstriji, celo v Angliji in Ameriki. Obrtni inšpektor navaja v svojem poročilu iz l.1901, da Gorjušci prodajo od 3000 do 3500 različnih pip na leto.

19.stoletje je bilo obdobje izgradnje železniških prog. V tem obdobju je iz dolenjskih gozdov odšlo veliko kubičnih metrov odlične surovine in sicer **hrastovine** in **kostanjevine**, iz katerih so izdelovali železniške pragove ali »švelerje«.

Vendar pa je železniška proga odprla možnosti novim dejavnostim. Med njimi **turizmu**, ki tudi na Dolenjskem, v Beli Krajini in na Kočevskem dobi v tem času svoje zametke. Z izgradnjo železnice do Kočevja (1893) in Novega mesta (1894) je Dolenjska postala dostopnejša. Tako so že pred prvo svetovno vojno zahajali v kraje ob Krki in Kolpi premožni angleški in francoski **ribiči**.

Tudi izviri tople, zdravilne vode so kot odlična storitev privabljali prve goste v ta del Slovenije. Danes nam podatki v virih o kopališčih in zdraviliščih pravzaprav ne argumentirajo le dediščine in predzgodovine turistične dejavnosti ampak so lahko eden glavnih argumentov stoletne odličnosti. Tako se že v srednjeveških virih omenja eno najstarejših kakovostnih kopališč in zdravilišč v **Dolenjskih Toplicah**. Te so bile

od 1385 do 1921 v lasti knezov Auerspergov in tudi sicer so jih uporabljali pretežno za svoje, povabljenе goste. Kljub temu je bil sloves o njihovi odličnosti velik in le dejstvo, da so bila štajerska zdravilišča veliko prej povezana z železniškimi progami, je to zdravilišče neupravičeno potiskalo v ozadje. Na tem mestu seveda ne bom podrobneje predstavljal tudi drugih slovenskih zdravilišč, ki so zaradi svoje odličnosti slovela po Evropi (npr. Rogaška Slatina, Rimske Toplice, Dobrna).

Z Auerspergi in turizmom je povezano še eno dejanje odličnosti. Leta 1872 so v ZDA določili prvi naravni (nacionalni) park na svetu in sicer Yellowstonski narodni park. Toda dobrih deset let po tem je leta 1888 turjaški graščak Auersperg oz. upravitelj njegovih gozdov L. Hufnagl prepovedal izkoriščanje 305 hektarjev ostankov **pragozda** na Kočevskem. Pomena tega dejanja se tudi v sodobnosti premalo zavedamo, kar dokazuje tudi razmeroma skromno vključevanje edinega pragozda v Evropi v turistične načrte in promocijo Slovenije.

Gozdna bogastva so pomenila surovinsko osnovo kakovostnemu **mizarstvu**. Sodobno slovensko mizarstvo, ki je zlasti z zahtevnimi naročili zelo prepoznavno tudi v mednarodnih okvirih, ima svojo bogato dediščino s središčema v Vižmarjih in Šentvidu ter Solkanu in Gorici. Prvo se je začelo razvijati od 1840 in kmalu so mizarji izdelovali pohištvo za trgovce v Ljubljani, Zagrebu, Innsbrucku, Meranu in drugod. Pomembno tržišče je bilo tudi v Egiptu, kjer so prodajali mizarske izdelke tudi solkanski mizarji.

Veliko starejšo rokodelsko dejavnost predstavlja **sodarstvo**, ki se je s sodi, zlasti pa še z raznimi lesenimi embalažami uveljavljalo tudi na tujem. Sodarska središča so bila na območju Črnega vrha nad Idrijo, na Vojskem, Hotedrščici, v Selški dolini, Tacnu pri Ljubljani, kjer se je to rokodelstvo začelo razvijati od osemdesetih let 19. stoletja, in v Ribnici na Dolenjskem, kjer je bilo del suhorobarske proizvodnje. Izdelke naših sodarjev so cenili na trgih v Trstu, Gorici, prodajali so jih tudi na avstrijsko Štajersko, na Hrvaško, Ogrsko in Moravsko.

Še en odličen izdelek je prihajal iz Slovenije in so ga cenili širom po

Evropi. To so bila tkana žimnata sita, ki so jih izdelovali **sitarji** v vaseh med Kranjem in Škofjo Loko. Najpomembnejši kupec sit je bila Italija, izvažali pa so jih tudi v Francijo, Holandijo, Nemčijo, na Ogrsko, v Romunijo. Za avstrijsko vojsko so izdelovali tudi žimnate ovratnike za vojaške plašče. Še po koncu druge svetovne vojne so sita prodajali tudi na Dansko, Švedsko, nekaj še vedno v Italijo in Nemčijo. V petdesetih letih so popolnoma prenehali s tkanjem.

Če sem prispevek začel s primerom iz Dunaja, naj ga tako tudi končam. Poleg suhorobarjev in drugih prodajalcev so podobo odličnih storitev v nekdanjem glavnem mestu monarhije sooblikovali tudi **kostanjarji**, prodajalci pečenega kostanja na dunajskih ulicah, ki so prihajali iz vasi na območju Velikih Lašč, tudi Ribnice in Kočevja. Ti kostanjarji so torej prihajali s »Kranjskega« in bili kot taki razpoznavni v pestri večnacionalni dunajski družbi. Tako zelo, da je dunajski humoristični časopis nekoliko porogljivo primerjal Zacherlovo hišo arhitekta Jožeta Plečnika na Dunaju s kostanjarско pečjo. Do 1. svetovne vojne je bil namreč »kostanjar« oznaka za Kranjca, kot ugotavlja Polona Šega v monografiji »Slovenski kostanjarji na Dunaju« (Novo mesto, 1997).

3.

Navedel sem nekaj izbranih primerov dediščine odličnih izdelkov in storitev, ki jih je slovenski človek v zgodovinskem razvoju prispeval v svet. Velika večina je bila razpoznavnih po poreklu izdelovanja, nekaj pa je bilo tudi takih, ki so na trge prihajali pod drugimi, tujimi, bolj razpoznavnimi imeni. Vidimo, da imajo nekatere sodobne oblike naše prisotnosti v svetu z odličnimi izdelki že kar bogato dediščino. Predstavljeni primeri odličnih izdelkov in storitev pa nimajo namena le v nizanju zgodovinskih podatkov. V veliko večji meri kot to počnemo danes, bomo morali že jutri vpletati vse take in podobne primere v naša nastopanja v globaliziranem svetu. Kajti odličnosti ne argumentirajo le sodobni dosežki in neka trenutna kakovost ampak prav vpetost v

razvojno kontinuiteto, izvirajočo v bolj ali manj oddaljenih obdobjih zgodovinskega razvoja. Primeri odličnosti v dediščini zato ne smejo biti razumljeni kot nostalgичno spogledovanje s preteklostjo ali iskanje kuriozitet ampak kot tehtni argumenti, sestavine za oblikovanje višje ravni sodobne samozavesti menedžerjev, samozavesti, ki nima le gmotnih, ekonomskih, finančnih... ampak tudi kulturno komunikacijske razsežnosti. Žlahtnost v slednje vnaša razsežnost dediščine, ki dokazuje in potrjuje našo razpoznavnost v zgodovinskem razvoju. To pa je lahko eno najpomembnejših »orodij«, ki preprečujejo utopitev v globalizacijskih procesih.