

VZKŘÍŠENÁ ČESKÁ BŘIDLICE

MÍŘÍ DO DOMÁCNOSTI

Nejprve nabízeli břidlicové tácky na sushi, teď už prodávají i obklady a umyvadla. To vrátilo život do slezských dolů.

46



1

Opuštěné doly po sudetských Němcích na Opavsku dlouhá desetiletí němě zíraly do okolí. Jeden z nich – Žlutý květ v Čermné ve Slezsku – se nyní opět probudil k životu. Zvenčí není nic znát ani sousední vesnici neobtěžuje, dynamit se už nepoužívá.

Společnost Česká břidlice vznikla shodou náhod. Roman Hajabáč, její majitel, pracoval v marketingu a sháněl pro firmy vhodné, tedy originální a levné, vánoční dárky pro klienty. Přes známé se dostal k břidličným táckům pod sushi vyráběným ze zbylých kamenů po staré těžbě ve Slezsku.

„Ohlas byl tak velký, že nás donutil hledat vážného dodavatele. Odběratelé se ptali, jestli z toho neumíme i podlahu, zeď a podobně. Potenciální poptávka na materiál, který nikdo neměl,

vyrostla do milionových částek. Lidi si chtěli objednávat kámen na zahrady, na zdi, na střechy. Nebyla nám dopřána snazší verze, že by to někdo vytěžil a dodal,“ vypráví Hajabáč s tím, že si materiál museli zajistit z dolů sami. Chtěli na trhu nahradit méně kvalitní čínskou břidlicí.

Dal si inzerát a natrefil na experta a nadšence pana Karola Šmehila. Přišel v hornické uniformě, v břidličných deskách vázaných stužkou si přinesl i vlastní prezentaci životopisu a fotek a stylově pozdravil – Zdař bůh! „První dojem byl, že už to je asi trošku moc, ale pak jsme si sedli a na místě jsem z něj udělal šéfa dolu. On to celé organizuje,“ dodává majitel.

Tím se dostal k partě nadšenců, z nichž někteří těžili uhlí, ale i zlato,

anebo putují jeskyněmi jako speleologové. „Bez nich by rozjždět nový obchod během ekonomické krize nešlo. Když za sebou nemáte tým, který vás podrží a vyzbrojí novými nápady, neuděláte to. Zahučet by do toho mohlo 30 milionů, to by vám udělala jakákoliv firma. Nás to stálo třetinu,“ říká Hajabáč.

S tácky na sushi přišel v roce 2013. Vloni už firma s 12 místními zaměstnanci rozjela těžbu v dole a dosáhla obrátu 10 milionů korun. Letos míří na dvojnásobek. „Ze začátku jsme museli skupovat břidlici z různých míst, ale v budoucnu bychom chtěli čerpat už jenom z našich zdrojů,“ říká.

Nyní sanují starý důl, ve kterém se už 70 let netěžilo. Těží podle švýcarského modelu uvnitř tak, že si břidlici ve štole odkrajují strojem, který jim



místní pomohli sestavit. „Není to tak, že bychom ukradli půlku kopce a zdevastovali krajinu.“

Jejich výtěžnost je až 70procentní, na rozdíl od té klasické za použití dynamitu, která byla kolem 15 procent, a tedy nesrovnatelně dražší. V kameni tak ani nevznikají skryté pukliny. Navíc mohou z hory ukrajovat tvary na míru, i lichoběžníky. Tím mohou dělat i jemnější obklady do interiéru.

Kvůli velké poptávce v Praze, kam se dříve nevyplatilo ani kámen z Opavska vozit, si v hlavním městě letos otevřeli i první showroom pro architekty a uvažují o zalistování do stavebních obchodních řetězců. V dole je totiž 170 tisíc kubíků břidlice. To jsou zásoby na 20 let.

–Kateřina Koubová

1. Majitel firmy Roman Hajabáč geologii nestudoval. „To vás pohltí. Za dva roky jsme to našprtali a lidé, které jsme nabrali, jsou profesionálové a nadšenci. Já tam vždycky přijdu v saku s nějakými požadavky a oni mi řeknou, dobře, pane šéfe my vám teď vysvětlíme, jak to jde udělat, a ne, co vy byste rád,“ říká Hajabáč.

2. Výtěžnost z tuny při řezbě ze zdi bez poškození materiálu je 70 procent, naopak při střelbě dynamitem byla výtěžnost 15 procent. O to větší byly investice do strojů, technologií a do zaučení lidí. „Stroj k mému překvapení vyrobili lidé z okolí, kteří se tomu věnují a nechodí tam jen jako do práce. Jsem nadšený. V Severomoravském kraji je potenciál, stroje umějí.“

3. Největší poptávka je z Prahy po břidličných obkladech ve formě pásků jako

obložení krbů, pak po nášlapných kamelech do zahrad, po dlažbě i obkladačkách.

4. Poprvé vstupuje břidlice i do interiérového designu – obklady, dlažby, umyvadlo, vanička do sprchového koutu. „V tom spočívá renesance české břidlice. Rozšířili jsme se k architektům, developerům, interiérovým designérům, aby věděli, že černý kámen za těchto podmínek existuje a je aplikovatelný do interiéru, navíc v ceně od 300 Kč/m² – v přírodním stavu (šlapáky a benátská dlažba) – anebo v opracovaném stavu jako kamenický produkt od 700 Kč/m²,“ říká Hajabáč. Dříve ji nikdo nepřevážel dál než 100 km od dolu, doprava vše prodražovala. Nyní se vozí až do Prahy. Čím je kámen tenčí, tím je doprava levnější.

5. Nápad nabízet firmám dárkové tácky pod sushi stál na počátku novodobého zájmu o břidlici a vzniku firmy.