

# Neuer <sup>?</sup> in Böhmen

## Die tschechische Glasindustrie kommt dank neuer Aufträge aus Übersee wieder in Schwung



Tschechische Hersteller setzten 2015 mit Gebrauchsglas rund 5,4 Milliarden Euro um.

Foto: qay/pixelio

VON GERIT SCHULZE

**A)** Fast 500 Jahre lang war Kristallglas ein Exportschlager in Böhmen. Reiche Vorkommen des Produktionsstoffes Quarzsand mit hohem Siliziumdioxidgehalt ermöglichten den Aufstieg der Branche. Dann kam die Finanzkrise von 2008 und plötzlich standen die Unternehmen vor dem Aus. Innerhalb von zwei Jahren brachen den Produzenten von Weinkelchen, Vasen und Glasschmuck 70 Prozent der Erlöse weg, fast die Hälfte der Jobs ging verloren. Doch nun ist die Kehrtwende offenbar geschafft.

**B)** Rund 5,4 Milliarden Kronen (200 Millionen Euro) Umsatz erzielten die Hersteller von Ge-

brauchsglas im vergangenen Jahr. Dazu gehören Trinkgläser, Vasen und Kerzenständer. Noch größer sind die Umsätze bei Flachglas für die Auto- und Bauindustrie sowie bei Glasverpackungen wie Flaschen, Ampullen und Konservengläsern. Auch 2016 ging es weiter bergauf. Grund sei die wachsende Auslandsnachfrage, erklärt Marek Novák, Geschäftsführer beim Fachverband der Glas- und Keramikhersteller ASKP. Rund 80 Prozent der Produktion gehen in den Export, vor allem in die Europäische Union, nach Russland, in den arabischen Raum und in die Vereinigten Staaten.

**C)** Die hoch spezialisierten Unternehmen, die böhmisches Glas in Hand- und Mundaarbeit fertigen, stilvoll schleifen und verzieren, verbuchen spektakuläre Aufträge. Arabische Scheichs staten ihre Luxusjachten bevorzugt mit Kristallkronleuchtern aus Tschechien aus. Die nordböhmische Firma Lasvit fertigte dieses Jahr die Glaspokale für die Tour de France. Preciosa mit Hauptsitz in Jablonec lieferte drei Kilometer Kristallvorhänge für das Rockefeller Center in New York. Das

norwegische Königshaus krenzt Wein in Kelchen aus dem südböhmischen Vimperk. Und auch die mit Edelsteinen besetzte Kristallkrone der Miss Universe stammt aus Tschechien.

**D) Guter Name**

„Dank seiner Qualität und Tradition hat tschechisches Glas in der Welt einen guten Namen“, sagt Novák und erklärt, warum die Branche wieder auf der Erfolgswelle schwimmt. „Die Unternehmen suchen neue Märkte, ent-

wickeln innovatives Design und optimieren ihre Produktionsprozesse.“ Dabei nutzen sie auch deutsches Forschungswissen. Die nordböhmische Preciosa hat vom Fraunhofer-Institut in Würzburg Spezialbeschichtungen für Weingläser entwickeln lassen. Von denen perlen Flüssigkeiten so ab, dass sie immer kristallklar bleiben.

**E)** Ebenso in neue Produkte investiert Crystalite Bohemia. „Wir starten 2017 zwei neue Linien für Getränkegläser, mit einer Tageskapazität von 100.000 Stück“, berichtet der kaufmännische Direktor Aleš Trpák. Um dafür genug Kunden zu finden, hat Crystalite Bohemia eine Niederlassung in den USA gegründet. „Mehr Bestellungen erhoffen wir uns außerdem im Nahen und Mittleren Osten, in erster Linie aus dem Iran“, so Trpák.

**F)** Eine der großen Herausforderungen ist die Nachwuchsgewinnung. „Seit der Krise von 2008 hat die Branche einen schlechten Ruf bei vielen Eltern“, meint Trpák. „Sie halten ihre Kinder häufig davon ab, einen Beruf im Glashandwerk zu erlernen.“ Der Verband ASKP will für einen Bewusstseinswandel werben und mehr positive Nachrichten herausstellen. Als Marketingaktion ist geplant, Nordböhmen als „Crystal Valley“ in die Liste des Unesco-Weltkulturerbes aufzunehmen.

Quelle: Germany Trade & Invest

### Umsatzentwicklung der tschechischen Glasindustrie

2007	46,18 Mrd. Kronen
2010	32,01 Mrd. Kronen
2012	38,95 Mrd. Kronen
2014	41,08 Mrd. Kronen
2015	42,96 Mrd. Kronen

Quelle: Verband der tschechischen Glas- und Keramikindustrie ASKP ČR



Traditionelles Kristallglas ist auf dem Weltmarkt gefragt. Foto: tokamuwi/pixelio