



FOTO: NICOLAS BRODARD, SvD, SCANPIX, REUTERS, GETTY IMAGES

Konkurshot hänger över flera berömda industrier för keramik, porslin och glas.

Bara spillror kvar

Publicerad: 27 mars 2009, 17.03. Senast ändrad: 18 juni 2009, 12.27

Krossad bransch. Det går utför för världens stora konsthantverkare. Konkurshot hänger över flera berömda industrier för keramik, porslin och glas. Billig produktion i låglöneländer och ändrade konsumtionsmönster ligger bakom denna globala spricka i kristallen. Ett undantag är småföretag som Peter Finks, där N har varit på besök.

Staplar med lerbärgade koppar, fat och skålar fyller Peter Finks ateljé där drejskivan dominerar som en tron. Själv kommer han hastande i vit rock och famnen full med lerpaket.

– Jag har många beställningar och massor med egna idéer om keramikgods. Tiden räcker inte till. Dessutom åker jag på mässor, och undervisar i krukmakeri, säger Fink när han tar emot i sin charmiga ateljé i den lilla schweiziska staden Ependes-Fribourg.

Här, i ett dockhus-landskap där kyrkspiror sticker upp som synålar mellan böljade kullar, driver Peter Fink keramikverkstad i ett gammalt "fromagerie" – ostmagasin - sedan 1986. Med envishet har han jobbat sig upp och blivit nationellt och internationellt erkänd. Han gör allt från soppskålar till skidklubbar till cappuccino-koppar åt storhotell och smäckra vaser till ambassader.

– Men jag har sett många konsthantverkare gå omkull. Mer än hälften här i Schweiz har försvunnit de senaste 20 åren, antingen gått i konkurs eller köpts upp av utländska företag. Hela mellanskiktet har kollapsat, konstaterar han.

I vissa fall är felet deras eget, säger Fink medan han sköljer leran av händerna i en stor vask. Många konsthantverkare lider brist på nytänkande och skaparlusta, både inom keramik- och porslinstillverkning och glasproduktion. Formgivningen har stagnerat, och det slentriantillverkas för marknader som inte existerar, anser han.

Men för många konsthantverkare i västvärlden har tiderna förändrats så radikalt att det inte längre

lönar sig att dreja skålar, gläsera tallrikar och blåsa glas. Globaliseringen har gjort att tillverkning tagits över av låglöneländer som Kina, Thailand, Turkiet och Portugal.

– Konsumenternas attityd har också ändrats. Man ger inte längre en porslinservis i 24 delar i bröllopspresent, och människor använder inte finporslin för söndagsmiddagar som förr. Och vem samlar idag på porslin?

– Idag köper folk basporslin som man har råd att tappa i golvet eller byta ut när andan faller på, och skämmer bort sig med en Alessi-kanna eller flott märkesvas, säger Fink.

En titt bland världens främsta keramik- och porslinsproducenter visar hur förkrossande tufft det är på marknaden numera. I januari meddelade 200-åriga irländska Waterford Wedgwood att man har kallat in konkursförvaltare. Nära 3000 jobb i Europa är i farozonen, och många sörjer att det vackra blåvita porslinet snart kan vara ett minne blott. Det världsledande kristallföretaget Waterfords kollaps beklagas av många, som känner till de magnifika kristallkronorna i Windsor Castle och Westminster Abbey, samt kristallgloben som sänkts över Times Square i New York varje nyår.

Den tyska porslinstillverkaren Rosenthal är också bankrutt. När Waterford Wedgwood, som äger över 90 procent av Rosenthal, gick omkull blev det nattsvart även för förlustdrabbade Rosenthal. Drygt 1500 jobb står på spel, men det är en härdad skara: personalminskningarna har varit drastiska sedan 1980 då Rosenthal hade över 5000 anställda.

– Många har förlorat förtroendet för ledningen i takt med att nedskärningspaketen avlöst varandra. De känner sig förda bakom ljuset, sade den lokala fackföreningschefen Hartmuth Baumann nyligen till Deutsche Welle.

Han har sett porslinsföretagen och jobben försvinna med förfärande hastighet under de senaste åren. Den totala sysselsättningen inom tysk porslinsindustrin har minskat från 28 000 under 1991 till 6200 under förra året.

För ”porslinsstaden” Selb, där Rosenthal grundades 1879 av Philipp Rosenthal, är konkursen ett hårt slag. N:s förfrågan att besöka fabriken i det bayerska porslinshörnet möttes med ett pressat och resignerat ”det enda vi kan erbjuda är besök på Selbs porslinsmuseum.”

I Sverige hör Höganäs Keramik och Orrefors Kosta Boda till problembarnen. Finska Iittala, som äger Höganäs, har flyttat all produktion till Kina efter storförluster, och förlusttyngda Orrefors Kosta Boda varslade nyligen om neddragningar med 300 personer för att rädda glasriket.

De västeuropeiska prestigeföretagen fick nyligen sällskap av Rysslands anrika porslinsföretag Dulevo. Företaget som tillverkat serviser ända sedan tsarens tid och överlevt både ryska revolutionen och Sovjetunionens fall, tvingas nu på reträtt av den globala finanskrisen. Fast även innan världsrecessionen slog till, kämpade man mot billigare import från Kina och investeringsbrist i den ålderdomliga fabriken.

De ökade priserna på råmaterial, särskilt priset på naturgas till brännugnarna, har också knuffat Dulevo närmare ruinens brant, enligt företagets generaldirektör Natalya Zacharova.

– Under 2008 gick praktiskt taget alla våra kostnader upp och priserna fortsätter att öka. Vi är nu på gränsen till bankrutt, sade Zacharova i en intervju häromdagen.

Liksom i Rosenthals fall drabbas en hel stad om det ryska porslinsbolaget går i kras. Arbetslösheten i Dulevo, drygt 100 kilometer från Moskva, är idag bara 2 procent men riskerar att explodera om fabriken med över 2000 anställda läggs ner. Och liksom med Waterford Wedgwood går en aktningvärd epok i graven om det snövita porslinet, skraddarsytt med guldkanter och statseblem för Kreml, försvinner för gott.

Även traditionellt glashantverk plågas av kristider. Flera tjeckiska glashyttor gick i konkurs i höstas,

och glasblåsarna i världens främsta glasdistrikt, italienska Murano, har sett försäljningen av det färggranna glaset rasa. Glasförsäljningen har halverats under de senaste fem åren, och antalet anställda har krympt från 5000 till 1000.

De 120 glasateljéerna i Murano, som i över 700 år varit Venedigs signum i stil med gondolerna, avskedar nu alltfler av sina anställda. "Även före finanskrisen hade glastillverkarna problem. Murano befinner sig i stormiga vatten, och riskerar att sjunka till botten", skriver glasblåsarnas fackförening i en rapport.

Amerikanerna, som utgör 60 procent av Murano-glasets köpare och tidigare köade för att lägga tiotusentals kronor på glaset som gav status i vitrinskåpet, är bortskrämda av finanskrisen och den starka euron. Även billigare kinesisk produktion har slagit mot Murano-hantverkarnas konstnärliga vinglas, glamorösa halsband och paranta takkronor.

– Situationen är katastrofal just nu. Jag har aldrig upplevt något liknande under alla år jag har arbetat, säger Gianfranco Albertini, ordförande i Promovetro, intresseförening för 60 av Muranos glasföretag, till Reuters.

En räddning kan vara att Muranotillverkarna vänder sig mot nya marknader i Asien, Ryssland och Mellanöstern. Men kärnan med glasblåsare har krympt i takt med avskedanden, och kunskapen om klassiskt Murano-skapande är på utdöende. Yngre italienare dras till datorjobb i storstäderna snarare än till varmt och svettigt glasblåsande i trånga kyffan på Venedigs sjunkande öar.

Nästan lika hotat är det tyska porslinsföretaget Meissen. Europas äldsta porslinshus, som skapat sköra porslinsfigurer till franska kungar och ryska tsarer under 300 år, har gjort omvälvande företagsförändringar för att överleva. Nye 39-åriga vd:n Christian Kurtzke förklarar sturskt att Meissen ska bli "världens ledande lyxvarumärke". Han menar att Europas keramik- och porslinsföretag inte hängt med i utvecklingen och anpassat sig till yngre generationers smaker och vanor. Meissen ska därför satsa på trendigt porslin för sushi och pasta snarare än gammalmodiga tyska rätter som fläskgrytor och rådjursstekar, enligt Kurtzke.

Det är en satsning i motvind, då den globala lyxmarknaden väntas krympa med minst 10 procent under 2009 och Meissens försäljning sjönk med 15 procent under det senaste kvartalet. Men Kurtzke har ett öga på den kinesiska marknaden, och vill också bredda Meissen-produktionen till att omfatta lyxklockor, juveler, kvalitetspennor och inredningsprylar. Fast han varnas för att diversifiera så mycket att varumärket urvattnas.

Just varumärket är det centrala i klassiskt konsthantverk, särskilt om man tillverkat kvalitetsprodukter i 300 år som Meissen eller 700 år som Murano. Tyskar grävde exempelvis ner sitt Meissen-porslin under andra världskriget för att sälja det senare, och Bruce Springsteen sågs ha fått betalt delvis i Meissen-porslin för en konsert i öst-Berlin 1988. Så även om det går utför för många klassiska keramik- och porslinstillverkare, kan fint porslin vara en god investering. Eller som den tyske porslinsförsäkraren Hans Benemann uttrycker saken:

– Aktier och pengar förlorar sitt värde men inte porslin. Det har alltid ett grundläggande värde och kan även användas som valuta och betalningsmedel.

Peter Fink i Ependes-Fribourg påpekar att fortfarande går en del klassiska porslinsserveriser i arv, men de ställs bara i ett skåp och täcks med lager av damm. Inte alltid, invänder jag som regelbundet använder mina ärvda Rosenthal-tallrikar från en svunnen tid, även om jag kanske inte serverar fyraåringens fiskpinnar på dem. Men visst, ofta kan man tycka att finporslinet är för fint för att användas, och nytt köper man nog inte.

Peter Fink menar att dagens konsthantverkare måste skaffa sig mer sammansatt utbildning för att kunna leva på sin kreativitet.

– Idag måste man vara utbildad i både själva hantverket och design samt ha kunskaper i marknadsföring, säger han medan vi äter lunch på våningen ovanför ateljén där familjen bor.

Hans fru serverar mörkgrön spenatsoppa – givetvis i hemmadrejade tallrikar. Över det bastanta träbordet hänger en hemmaskapad gulglaserad taklampa och kaffet dricker vi ur baljformade koppar i guld och brunt som drejats nere i verkstan.

– Det är klart att produktionen utlokaliseras till låglöneländer. Men därmed går man miste om själva livsgnistan i skapandet, säger Peter Fink med både realism och melankoli i rösten.

Men så tillägger han, med plötsligt optimism:

– Jag tror att det kommer en backlash mot det massproducerade där människor vill tillbaka till det unika och kreativa. När man åter vill ha exklusiva styckesaker eller hela serviser.

GUNILLA VON HALL
✉ gunilla.von.hall@svd.se
> [Fler artiklar](#)



MARIA RIMPI
08-13 56 89
✉ maria.rimpi@svd.se

Porslinhistoria

1600-talets början:

Holländarna börjar

importera porslin från Kina. Genom de ostindiska kompanierna som upprättades under 1600- och 1700-talet ökar införseln av kinesiskt och japanskt porslin dramatiskt.

1640

Fajanstillverkningen (poröst lergods överdraget med glasyr) får sitt centrum i holländska Delft.

Ännu har man inte upptäckt beståndsdelens kaolin (porslins-lera) som ingår i porslin.

Slutet av 1600-talet

Det franska så kallade frittporslinet börjar

tillverkas i Sèvresfabrikens, i deras ”porcelaine a pate-tendre” ingick soda, gips, kalk, sand, gummiartade beståndsdelar, men inte kaolin.

1700-talet

Det blir mode för hoven att anlägga en porslinsfabrik. Så uppstod till exempel fabriker i Wien, Berlin, Fürstenberg och Ludwigsburg.

1709

Johann Friedrich Böttger, apotekare, alkemist och guldmakare, upptäcker kaolinlera och det första äkta natur-

liga porslinet tillverkas av honom 1709.

1710

Fabrikstillverkning av porslin i Meissen inleds.

1726

Rörstrands fajans- och porslinsfabrik grundas i Stockholm.

1731–1813

Svenska ostindiska kompaniet var den största importören av kinesiskt Cantonporslin.

1748

Villeroy & Boch grundas som fajansfabrik i Audun-le-Tiche, Lorraine, av François Boch.

1775

Den kongelige porcelainsfabrik, keramisk fabrik i Köpenhamn, grundas. Känd för bland annat Flora Danica-servisen, dekoren Blå blomst och musselmönstret.

1827

Gustavsbergs porslinsfabrik på Värmdö
anläggs.

1879

Rosenthal AG grundas
i Selb i Bayern.

1898

Göteborgs porslins-
fabrik grundas. Intro-ducerade samma år servisen Gröna Anna
– en riktig långkörare.

1910

Gefle porslinsbruk grundas.

1911

Lidköpings porslins-
fabrik grundas.

Källa: NE.se, Wikipedia.