

Člověk na trhu ověřených věcí sice snižuje riziko podnikání, ale také zisk. Tam kde není dán prostor tvořivé představivosti, tam se jen nafukuje prázdný pytel a přemílá prázdná sláma.

Je ekodesign rozhodujícím tržním artiklem?

Myslím, že se dopouštíme omylu jestliže tvrdíme, že prodejnost výrobku nebo vůbec ekonomiku, hospodářské ukazatele atp. určuje trh, jestliže skutečným hybným faktorem je *tvořivá představivost* a to ve všech myslitelných směrech. Trh je pouze jejím jakýmsi druhotným vykonavatelem. Jestliže je tvořivá představivost správně nasměrována, vychází-li z maximálně *nezávislých* principů, pak je také tím co trh naplní a určí jeho trend. Vše ostatní je jen napodobeninou více či méně zanášející původnost.

Omyl spočívá v tom, že valná část podnikatelů upřednostňuje to co se na trhu právě nosí. Dát přednost promyšlené koncepci, která stávající situaci předběhne vyžaduje velkou dávku odvahy, ale také o to větší může být zisk. O kulturním sebeozdravujícím kapitálu nemluvě.

V době, kdy jsem přicházel s ekologickou koncepcí designu jsem u podnikatelů narážel na odpor už jen při vyslovení slova „koncepte“. Také jsem byl výrobcí i designery s jistým despektem dotazován, co že má mít design společného s ekologií a na totéž obráceně s ekologií. Od té doby se situace změnila. Ekologie se stala jedním ze základních ukazatelů kvality designu (v mnohém už dokonce stačila nabrat kvality spíše reklamní než jiné), koncepčnost na rozdíl od živelnosti se stává devizou do budoucna pro každého kdo to s firmou myslí vážně. A tady se právě otvírá prostor tvořivé představivosti. Ačkoliv i s ní se dá nakládat různě (hádejte proč jsou po dlouhá léta tajně obdivováni autoři perfektně provedených bankovních loupeží:-). Pořád si ale myslím, že stojí za to nasměrovat tvořivou představivost jinak. Dokonce není zbylí. Ubude plevele a přibude květů. Že jde přece o naše více či méně skryté žádosti a chtění? Jistě také, ale proč jim nedat jinou kvalitu.

JJanda