



Slovenské legendárne značky

Často sme nemali na výber. Na pultoch obchodov bol len jeden výrobok. Buď ste ho brali, alebo ste mali smolu. Kultové značky však prežili pád socializmu a sú naďalej úspešné. A majú punc legendy. HN vám cez leto **KAŽDÝ PONDELOK** prinesú seriál Slovenské legendárne značky.

Vôňa sviatkov a čistoty. „Diavovanie“ zľudovelo

MALOOBCHOD | Začiatky čistiaceho prostriedku siahajú k druhej svetovej vojne. Stoja za ním viacerí podnikatelia.

Tatiana Jurašková @hn
tatiana.juraskova@mafraslovakia.sk

Bratislava – „Čo sme sa s mamou pred sviatkami naleštli nábytok Diavou. S touto vôňou sa mi spájajú Vianoce dodnes,“ píše diskutujúca na jednom fóre o známom leštidle na nábytok. A podobnú asociáciu má drvivá väčšina Slovákov. Pred sviatkami totiž „diavoval“ takmer každý. A aj vďaka tomu je dnes z Diavy slovenská legenda.

Dlhá história

Počiatky firmy, ktorá ju vyrába, siahajú až na koniec druhej svetovej vojny. Vtedy dali dokopy sily viacerí podnikatelia a založili družstvo Uniosa – združenie na výrobu a obchod s mydlom, kozmetickými článkami a chemicko-technickými výrobkami. Zakladajúcich 19 členov upísalo 175 podielov po päťtisíc korún, takže začínajúci podnik vyzbieral základný kapitál 875-tisíc korún československých. Uniosa sa spočiatku orientovala najmä na obchod s kozmetickými výrobkami ako rúže na pery, šampóny, voňavky a so surovinami na výrobu mydla ako priemyselný loj, rôzne oleje či palmové jadrá. O obchodovali vo veľkom.

Pri dohodách nešli pod 10-tisíc kusov a obchodných partnerov našli v Británii, Argentíne, Francúzsku či USA. Toto obdobie však nemalo dlhé trvanie. Prvý úder pre družstvo prišiel v roku 1947, keď sa potopil parník, ktorý im viezol palmové jadrá. O rok nato došlo k znárodneniu obchodu.

Nová éra

Do vedenia podniku sa dostali nové tváre a tie v roku 1950 zme-

nili názov firmy na Tatrachema. A z obchodu sa preorientovali na produkciu. K družstvu boli pričlenení ďalší výrobcovia vrátane chemickej výroby Diava bratov Diačikovcov. Súrodenci ostali v podniku naďalej aktívni a pracovali na rozvoji svojho vynálezu. Tatrachema v priebehu rokov menila svoje portfólio, niektoré produkty pridávala, ďalšie presúvala na iné závody. Diava však pretrvala.

Najprv sa vyrábala v bratislavskom závode. Ten sa spočiatku prevádzkoval takmer celý ručne. „Napríklad Diava politúra 200 g mala pôvodný výkon 250 ks za smenu na jedného pracovníka. V súčasnosti je výkon dosahovaný trojnásobne vyšší. Z toho vidieť, že inštalovaný pás na plnenie politúry priniesol svoj efekt,“ píše sa o modernizácii závodu v knihe 20 rokov Tatrachemy z roku 1965.

Presun do Trnavy

Na jar roku 1954 však prevádzku postihla veľká povodeň, keď sa po roztopení ľadov zdvihol Dunaj a výška vody vo výrobných priestoroch dosiahla 220 centimetrov. Situácia sa zopakovala aj o deväť rokov. „Vďaka celému pracovnému kolektívu v Bratislave nevznikli družstvu nenahraditeľné škody a preventívnym zásahom uchovali družstvu veľkú hodnotu,“ píše sa vo výročnej knihe.

Bratislavská výroba pokračovala ďalej, ale len do roku 1985. Závod sa totiž nachádzal v asanačnom pásme a splnenie požiadaviek Hygienickej stanice Bratislava by si vyžiadalo nemalé investície, predstavenstvo družstva sa preto rozhodlo prevádzku Bratislava zrušiť a výrobu presunúť do Trnavy. Odvtedy sa výrobky pod značkou Diava vyrábajú tam. „Medzi najvyhľadávanejšie naše výro-



Spoločnosť postupne pridáva výrobky, ktoré sú určené na nové druhy nábytku.

ky u kupujúcich sú Citra, Fixinela, Diava výrobky, Vanavan, dekoratívne sviečky a podobne,“ píše sa v knihe 40 rokov Tatrachemy z roku 1985.

V každej domácnosti

A Diava veru vyhľadávaná bola. Dlhodobú slávu prežívala počas socializmu i niekoľko rokov po zmene režimu, ktorý jej priniesol konkurenciu. „Diavoval“ takmer každý. Klebeta hovorí, že na ošetrovanie historického nábytku ju mali odporúčanú aj české hrady a zámky. A niekedy neostalo iba pri nábytku. Vojaci v povinnej službe leštili Diavou napríklad „V3S-ky“, aby sa pred previerkou poriadne leskli.



Diava sa dlhé roky vyrábala v bratislavskom závode. V roku 1985 sa jej produkcia presunula do Trnavy.



Leštidlo sa stalo súčasťou domácností už pred 65 rokmi. „Idem diavovať“ sa stalo synonymom leštenia nábytku.

Chceme expandovať do ďalších krajín

Karol Krížan,
marketingový riaditeľ
spoločnosti Tatrachema,
pre HN:

Ako sa v súčasnosti darí predaju produktu v porovnaní s minulým rokom?

Základným výrobkom pod značkou Diava, ktorý sa vyrába už 65 rokov a je najstarší výrobok Tatrachemy v takmer nezmenenej podobe, je Diava politúra 200 ml. Na Slovensku a v Čechách je to fenomén, podľa ktorého je pomenovaná jedna ľudská činnosť. Keď idú ľudia čistiť nábytok, tak ho idú „diavovať“. Nové technológie však priniesli nové druhy nábytku, na ktorých ošetrovanie sme vyvinuli špeciálne prípravky. Pod značkou Diava sa vyrábala a stále sa vyrába Diava pasta na parkety, ktorú poznali hlavne vojaci základnej vojenskej služby, ktorí ňou ošetrovali parkety v kasárňach.

Ako predaju pomáha známe meno?

Stále je to top značka, ktorá sa veľmi dobre predáva.

Chystáte sa produkt nejako zlepšovať?

V budúcnosti plánujeme prispôbovať, respektíve vyvíjať výrobky Diava na základe požiadaviek zákazníka a na základe nových trendov v oblasti ošetrovania nábytku a podláh.

Chcete expandovať s produktom na nové trhy?

Výrobky pod značkou Diava sa predávajú v Českej republike, Poľsku a Maďarsku. Našou snahou je pokračovať v expanzii aj do ďalších krajín strednej Európy.

Plánujete rozšíriť výrobu?

Kapacity Tatrachemy VD sú dostatočné na zabezpečenie plynulého rastu predaja. (T)