

Ondřej Kafka: Jde nám o zavedení pravidel

Na otázky Strategie odpovídal Ondřej Kafka, tiskový mluvčí Unie grafického designu, majitel ateliéru Kafka Design a vydavatel časopisu Font.



Ondřej Kafka

Na trhu designových agentur panuje při pohledu zvenčí určitá roztržitost. Existuje Unie grafického designu, TypoDesignClub, a spousta nezávislých...

Unie vznikla poměrně nedávno, na podzim loňského roku, a od začátku jsme se snažili vyvíjet informační činnost. Věci se v tomto přece jen pohnuly. Na posledním jednání Unie byl přítomen Aleš Najbrt, význačný člen TDC, a přijal členství v Unii. A dokonce nejen on, ale i Tomáš Machek, a uvažuje se o ostatních členech. Lidé z TDC ale – a ani my – od počátku nevnímali žádnou bariéru, spíše sledovali, co je ta Unie zač, kdo je jejím členem a jaké jsou její cíle. tyto dvě organizace si totiž nikterak nekonkurují, ale mohou se doplňovat. A právě Aleš Najbrt byl iniciátorem toho, aby lidé z TDC do Unie vstupovali, a oni tak i postupně činí. Cílem Unie není vytváření elitářských skupin, ale dosažení maximálního množství členů bez ohledu na jejich status. Důležité je to, aby se zavázali dodržovat určitá pravidla hry, která jsou popsána v Kodexu. Unie si dala do vínku, že nebude lustrvat kvalitu práce svých členů, protože to je subjektivní hodnocení. Chceme sdružovat lidi, kteří se v České republice grafickému designu profesionálně věnují, od nezávislých jednotlivců až po velká grafická studia. Takových lidí jsou celkem v České republice stovky, možná tisíce.

Co je tedy cílem Unie?

Chceme, aby naše organizace měla na náš obor určitý vliv, aby měla sílu prosazovat standardy chování. Jde nám o zprůhlednění trhu a zavedení pravidel například pro výběrová řízení, bylo by dobré, kdyby existovala určitá doporučení a etický tlak na to, aby tyto soutěže probíhaly tak, aby výsledek nebyl ostudou. Aby například v komisi při státních zakázkách zasedli i odborníci v oboru, nejen úředníci. Náš obor cítí určité problémy a Unie si řekla, že se hlasem co největšího počtu členů k řešení těchto problémů přihlásí.

Kromě veskrze pozitivní informační činnosti se ale o Unii v médiích hovořilo také v negativních konotacích...

Bohužel, nejvíce se zmedializovaly dvě kauzy –

u nás se vždy rozpracovávají nejvíce konfliktní kauzy. První vznikla poté, co Unie vydala vyjádření k soutěži na logo pražské ZOO, která proběhla a která měla určité nedostatky, Unie se ve svém prohlášení snažila nabídnout pomocnou ruku, ale bylo to nepochopeno a nepřijato. Smyslem bylo říct: tady a tady byly v zadání určité nedostatky, které zapříčinily, že ze soutěže nebyl žádný

ším) a v tisku se objevily zprávy, že všechny tyto organizace se snaží uzavírat kartelové dohody a postupy, jež ve svých důsledcích směřují proti klientovi. To samozřejmě není pravda, Unie třeba neměla nikdy pro své členy závazný ceník. My tedy naopak chceme situaci v oboru vyčistit, aby se například ceny za grafiku neschovávaly za jiné služby, aby grafici užívali jen legální programy, aby



Série tiskových reklam na podporu značky M, autor: Kafka Design

konkrétní výsledek. ZOO je přece jen státní organizace a soutěže by se měli zúčastnit nejlepší grafici, zasloužila by si to. To se ale nestalo. A rozhodnutí by zřejmě nemělo být jen na jednom subjektu, ale měli by ho garantovat odborníci, neboť se nejedná jen o logo, ale o širokou aplikaci vizuálního stylu do mnoha grafických podrobností. Tento vizuální systém by pak neměl být závislý jen na jedné ruce jednotlivce, ale mělo by se jednat o obecný koncepční soubor pravidel, která budou fungovat mnoho let. Kvalitní vizuální styl je pro každý subjekt velmi výhodný i z marketingového hlediska, neboť mu přivede a udrží zákazníky. Loga kolem nás, která nás dlouhodobě ovlivňují, by měla být na nejvyšší úrovni (to se týká třeba i různých soutěží na loga krajů a měst atd.) Další situace nastala, když se proti Unii postavil Úřad na ochranu hospodářské soutěže (který ovšem vystoupil i proti Asociaci reklamních agentur, Asociaci užité grafiky, TDC a dal-

nepoužívali fotky stahované z internetu bez licence, aby se nekradly nápady a aby se ani jinak nedeformoval trh.

Jaké jsou tedy plány Unie do budoucna?

Vyvíjíme hodně iniciativ. Právníci pracují na vzorových smlouvách výběrových řízení, udělali jsme spoustu akcí a přednášek, těch věcí se i do budoucna plánuje mnoho. Máme podporu ze strany nejrůznějších partnerů, byli jsme například partnery Louskáčku, partnery veletrhu Reklama, Polygraf – udělo se toho dost a bude toho ještě více. Chceme například spolupracovat při vzdělávání mladých lidí v oboru a umožnit jim prostřednictvím Unie přístup k informacím. Na trhu existují velké agentury, malá studia a jednotlivci. Všichni na něm mají své místo, každý někde jinde, ale krásně se doplňují. My se snažíme dát tomu systému řád.

Zdeněk Strnad

Foto: Kafka Design