

**ARTISTIC**



# ČESKÁ REPUBLIKA JIHOČESKÝ REGION

NEHMOTNÉ KULTURNÍ DĚICTVÍ - INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

Zhodnocení nehmotného kulturního dědictví (NKD) pro místní udržitelný rozvoj v regionech Střední Evropy

Valorization of Intangible Cultural Heritage (ICH) Assets for local sustainable development in CE Regions



Náš projekt je financován z programu Interreg CENTRAL EUROPE, který podporuje spolupráci při řešení společných výzev ve střední Evropě.

This project is supported by the Interreg CENTRAL EUROPE Programme funded under the European Regional Development Fund.



## KDO JSME/ WHO WE ARE

### RAKOUSKO/ AUSTRIA

- Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes
- ISN - innovation service network GmbH

### ČESKÁ REPUBLIKA/ CZECH REPUBLIC

- Jihočeská hospodářská komora

### NĚMECKO/ GERMANY

- b & s unternehmensberatung und schulung für den ländlichen raum GmbH

### MAĎARSKO/ HUNGARY

- Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit

### ITÁLIE/ ITALY

- t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl
- Regione del Veneto

### POLSKO/ POLAND

- Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.

### SLOVENSKO/ SLOVAKIA

- Slovenská obchodná a priemyselná komora

### SLOVINSKO/ SLOVENIA

- Jarina, zadruga za razvoj podeželja, z.o.o.
- Občina Bovec



TAKING  
COOPERATION  
FORWARD

## O PROJEKTU/ ABOUT THE PROJECT



Project code CE1152

Cílem projektu ARTISTIC je zvýšit povědomí o možnostech zhodnocení nehmotného kulturního dědictví (NKD), podpořit jeho financování a zároveň zvýšit odborné znalosti mezi provozovateli a institucemi v oblasti kultury a cestovního ruchu. Projekt ARTISTIC pomocí konkrétních nástrojů pomáhá uspokojovat finanční očekávání, a tím podporuje efektivní rozvoj a řízení kulturních projektů, a také zajištění udržitelnosti projektů realizovaných v této tematické oblasti. Projekt cílí na zlepšení spolupráce mezi kulturními aktéry, veřejností a investory a podporuje tyto skupiny, aby zlepšily kvalitu svých činností v souvislosti se zhodnocením nehmotného kulturního dědictví. Projekt na jedné straně napomáhá zlepšit kompetence klíčových pracovníků (operátorů) v oblasti kultury a cestovního ruchu s cílem aktivizovat a rozvíjet projekty, které budou ekonomicky soběstačné. Na druhé straně pak vytváří podporu pro nápady v oblasti nehmotného kulturního dědictví tak, aby bylo možné zajistit jejich financování, ale také jejich udržitelnost.

The aim of the project ARTISTIC is to undertake actions enabling an increase of financial resources and specialist knowledge among culture operators and society, which allow meeting financial expectations, enabling efficient development and management of cultural projects and ensuring the sustainability of projects implemented in this thematic area. The project aims to improve the relationships between cultural operators, society and financial operators, and support these groups to improve the quality of their activities in relation to the valorization of intangible cultural heritage. The model developed as a part of ARTISTIC project helps, on one hand, to improve the intangible cultural heritage operators' competence to implement and develop projects with a better business ability, and on the other hand to help create opportunities to adapt intangible cultural heritage ideas to the expectations of potential investors, combining in this way, cultural and marketing aspects.

## OBSAH/ TABLE OF CONTENTS

02	ÚVODNÍ SLOVO
06	JIHOČESKÝ KRAJ
08	SBĚR LESNÍCH PLODŮ
10	PIVO Z ČESKÝCH BUDĚJOVIC
12	DŘEVO A PRÁCE S NÍM
14	ZPRACOVÁNÍ A VÝROBA TEXTILU
16	VČELAŘSTVÍ
18	RYBÁŘSTVÍ
20	DUDÁCTVÍ
22	SELSKÉ SLAVNOSTI HOLAŠOVICE
24	MILEVSKÉ MAŠKARY
26	SKLÁŘSTVÍ
28	OD NÁPADU K REALIZACI VE 3 KROCÍCH
32	Literatura a zdroje / Literature and Resources

## CONTACT US

- [www.interreg-central.eu/artistic](http://www.interreg-central.eu/artistic)
- [www.facebook.com/projectARTISTIC/](https://www.facebook.com/projectARTISTIC/)
- [www.linkedin.com/in/artistic-project](https://www.linkedin.com/in/artistic-project)
- [@ARTISTIC\\_CE](https://www.instagram.com/ARTISTIC_CE)
- [@projectartistic](https://www.instagram.com/projectartistic)

### JIHOČESKÁ HOSPODÁŘSKÁ KOMORA / SOUTH BOHEMIAN CHAMBER OF COMMERCE

Husova 9, 370 01 České Budějovice, Česká republika  
+420 387 699 311  
info@jhk.cz  
www.jhk.cz

# Nehmotné kulturní dědictví jižních Čech

Intangible cultural heritage in the South Bohemian Region

Jihočeský kraj patří k regionům s řadou kulturních památek a stejně tak i s bohatými tradicemi a živoucími projevy zděděnými po našich předcích. Ještě dnes je k vidění řada řemesel ve své původní dobové formě, která okouzlí nejen pohledem do naší minulosti, ale často i krásnými výrobky, které kováři, ševcové či hrnčíři dokáží na původních technologiích vykouzlit. K řadě regionů se váží dobové kroje, tance a lidová hudba, v jiných oblastech naopak přetrvávají tradice sběru bobulí, včelařství, vaření piva nebo rybářství a tradiční výrobky z nich.

V roce 2003 byla přijata Úmluva UNESCO o ochraně nehmotného kulturního dědictví, která jej definuje jako zkušenosti, znázornění, vyjádření, znalosti, dovednosti, jakož i nástroje, předměty, artefakty a kulturní prostory s nimi související, které společnosti, skupiny a v některých případech též jednotlivci považují za součást svého kulturního dědictví. Projevuje se v ústních tradicích a vyjádření, v divadle a interpretačním umění, v různých společenských obřadech a slavnostech, v rámci tradičních řemesel a také ve vědomostech týkajících se přírody a vesmíru.

Tradice a řemesla jsou nejen naším nehmotným kulturním dědictvím, ale i inspirací poohlédnout se zpět do naší historie, pochopit původní technologie a postupy, z kterých vzešli ty dnešní, nové a modernější. Jsou také ale podnětem k jejich zachování našim budoucím generacím a často mohou být zdrojem kulturního života, předávání znalostí a zkušeností a zkvalitňování veřejného prostoru a upevňování komunit jak v menších obcích, tak i ve městech.

Ve spolupráci s Jihočeským krajem, Jihočeským muzeem a dalšími spolupracujícími muzei, vznikla tato brožura, která na svých stránkách přináší pečlivě vybrané příklady právě těch prvků nehmotného kulturního dědictví, které patří k těm již tradičním a stále udržovaným. Tyto ukázky demonstrují širokou škálu kulturního dědictví, které je s jižními Čechami úzce spjato. Stále totiž můžeme objevovat to, co k naší historii patří a snažit se obnovovat tradice, znalosti či řemesla, která nám pomohou více poznat naši minulost. Právě to si naše příručka klade za cíl. Inspirovat a pootevřít dveře k novým nápadům na oživení dalších prvků nehmotného kulturního dědictví a podat pomocnou ruku k jejich realizaci.

Pojďme se tedy podívat na některé tradice našeho regionu, které stále žijí a mohou být dobrým příkladem, jak další prvky nehmotného kulturního dědictví oživit a rozšířit tak nabídku regionů, ať už ve veřejném, kulturním, či podnikatelském sektoru. Nechte se inspirovat na stránkách této brožury. Možná právě Vám tyto příklady pomohou obnovit tradice, které k jižním Čechám patří a dokážete, že stále žijí.

Partnerům, kteří se podíleli na přípravě této příručky, patří náš velký dík.

**Ing. Miroslav Dvořák,**  
Předseda představenstva  
Jihočeské hospodářské komory



The South Bohemian Region is one of the regions with a number of cultural monuments as well as with rich traditions and living expressions inherited from our predecessors. Even today, we can see a number of crafts in their original form, captivating not only by the view of our past, but also by beautiful products the smiths, shoemakers and potters are able to make with original technologies. Many regions are associated with the historic costumes, dances and folk music. The tradition of picking berries, beekeeping, beer brewing, fishing and other traditional products is still alive in other regions.

In 2003, the UNESCO Convention on the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage was adopted, defining it as experience, representation, expression, knowledge, skills and tools, objects, artifacts and cultural spaces associated with them, which communities, groups and, in some cases, individuals consider as a part of their cultural heritage. It manifests in oral traditions and expressions, in theater and performing arts, in various social ceremonies and festivities, in traditional crafts, as well as in the sciences relating to nature and the universe.

The traditions and crafts are not only our intangible cultural heritage, but also an inspiration to look back into our history, to understand original technologies and procedures from which the present, newer and more modern procedures came into being. They are also the incentive to preserve them for our future generations and they may often be a source of cultural life, transfer of knowledge and experience and improvement of the public space, strengthening the position of communities in smaller municipalities as well as in towns.

In cooperation with the South Bohemian Region, the South Bohemian Museum and other cooperating museums, this brochure has been produced, which brings carefully selected examples of the elements of intangible cultural heritage that belong to those already traditional and still maintained. These examples demonstrate a wide range of cultural heritage that is closely connected with South Bohemia. We can still discover what our history is about and try to renew our traditions, knowledge, or craft to help us get to know our past. That is what our guide is about. To inspire and open the door to new ideas to revitalize other elements of intangible cultural heritage and to give a helping hand to their realization.

So let's take a look at some of the traditions of our region that are still alive and can be a good example of how to revitalize other elements of intangible cultural heritage and expand the region's offer, whether in the public, cultural or business sector. Let yourself be inspired by the pages of this brochure. These examples might help you restore the traditions that belong to southern Bohemia and prove that they are still alive.

We thank to all the partners who participated in the making of this brochure.

**Ing. Miroslav Dvořák,**  
Chairman of the Board of Directors  
of the South Bohemian Chamber of Commerce

Jihočeský kraj je díky přírodním podmínkám regionem s bohatým hmotným i nehmotným kulturním dědictvím. Díky působení několika významných rodů - Vítkovců, Rožmberků, Eggenbergů



a Schwarzenbergů - byly v jižních Čechách vybudovány nejen pozoruhodné stavby, ale rovněž udržovány historické tradice jako souhrn duchovních, uměleckých i praktických dovedností a vědomostí, které si v tomto regionu předávají lidé z generace na generaci. Jihočeský kraj systematicky podporuje výzkum historických tradic, jejich proměny i dnešní podobu kulturních tradic. Jihočeský kraj aktivně mnoha různými způsoby podporuje udržování, prohlubování a rozmnožování kulturního dědictví jižních Čech.

Nehmotné kulturní dědictví tohoto regionu stejně jako řada jeho tradic vzešlých z aristokratického, městského i lidového prostředí nemá konkrétního autora, ale je výsledkem dlouhodobého mezigeneračního působení a obohacování, které je principem pro udržení živého nehmotného kulturního dědictví. Jihočeský kraj proto nejen aktivně dokumentuje projevy a podoby nehmotného kulturního dědictví, ale rovněž vyhledává a podporuje udržovatele a nositele tradic, kterým je udělován např. titul Nositel tradice lidového řemesla a Cena hejtmana Jihočeského kraje za zachování a rozvoj lidových tradic Jihočeského kraje. Řemeslná činnost v daném oboru jako výjimečný či jedinečný doklad tradiční technologie či tradiční lidové techniky, rozvoj lidových tradic nemateriální lidové kultury (zvyky, obřady) a revitalizace tradic v oblasti zvykoslovných jevů a folklórních projevů jsou kritéria pro výběr oceněných. Dále se např. díky projektu Portál řemesel podařilo vytvořit přehled subjektů, které v této oblasti podnikají, seznamují s výrobními postupy a ukazují své výrobky.

V Jihočeském kraji má nehmotné kulturní dědictví mnoho krásných a pozoruhodných podob. Cílem Jihočeského kraje je proto nadále podporovat systematický výzkum minulosti i aktuálního stavu nehmotného kulturního dědictví, provádět jeho dokumentaci a zejména udržet i nacházet nové efektivní způsoby podpory současných nositelů tradic a dalších subjektů přispívajících k udržení a rozvoji kulturního dědictví tohoto regionu.

**Mgr. Patrik Červák,**  
vedoucí odboru kultury a památkové péče  
Jihočeského kraje

The South Bohemian Region is thanks to its natural conditions a region with a rich material and intangible cultural heritage. Due to the influence of several important houses - Vítkovci, Rožmberkové, Eggenbergs and Schwarzenberks - not only remarkable buildings were built in south Bohemia, but also historical traditions were maintained as a collection of spiritual, artistic and practical skills and knowledge passed from generation to generation. South Bohemian region systematically supports the research of historical traditions, their transformations while supporting the present form of cultural traditions as well. South Bohemian Region actively and in various ways supports the maintenance, expansion and reproduction of the cultural heritage of South Bohemia.

The intangible cultural heritage of this region, as well as many of its traditions originating from the aristocratic, urban and folk environment, has no specific author, but is the result of a long-term intergenerational action and enrichment, which is a prerequisite for preserving the living intangibility of cultural heritage. Therefore the South Bohemian region not only actively documents the manifestations and the form of the intangible cultural heritage, but also seeks and supports the maintainers and bearers of traditions, with awards such as the title of the Bearer of Folk Crafts and the South Bohemian Region Governor Award for the preservation and development of the folk traditions of the South Bohemian Region. Craftsmanship in the field as an exceptional or unique proof of traditional technologies or traditional folk techniques, development of folk traditions of intangible folk cultures (traditions, ceremonies) and revitalization of traditions in the field of liberal professions and folklore expressions are the criteria for the selection of prizes. For example, thanks to the Craft Portal project, it has been possible to create an overview of entities that are doing business in this area, acquainted with production processes and showing their products.

In the South Bohemian Region, the intangible cultural heritage has many beautiful and remarkable forms. The aim of the South Bohemian Region is therefore to continue to support the systematic research of the past and the current state of intangible cultural heritage, to carry out its documentation and, in particular, to maintain and find new effective ways of supporting contemporary traditions and other entities contributing to the preservation and development of the cultural heritage of the region.

**Mgr. Patrik Červák,**  
Head of the Department of Culture and Preservation  
of the South Bohemian region

Jižní Čechy mají velmi zajímavou a bohatou historii a stejně tak i tradice především z lidového prostředí. Tradiční lidová kultura tvoří nedílnou součást kulturního dědictví každé země. Dosud trochu opomíjené nehmotné kulturní dědictví zaslouženě získává stále větší pozornost díky podpoře UNESCO a projektům jako je právě Artistic.



Za jižní Čechy byla vybrána atraktivní témata, která reprezentují vybrané nehmotné kulturní dědictví s dlouhou tradicí z území celého regionu. Těmito kritériím odpovídá sběr lesních plodů, výroba piva, která tento regionu činí proslulým po celém světě, včelařství, rybářství, dudáctví, selské slavnosti v Holašovicích a milevské maškary, onen neobyčejně působivý masopustní průvod masek. Každé z uvedených témat dosud v jižních Čechách žije a není jen historickou tradicí.

Díky udržování a citlivým moderním inovacím nehmotného dědictví od slovesného po řemeslné know-how vzniká prostor pro zapojení nových podnikatelů právě v této oblasti. Jižní Čechy totiž doslova žijí každoročním praktikováním a rozvíjením nehmotného kulturního dědictví od ledna do prosince, intenzivně od jara do podzimu.

Škoda, že publikace neumožňuje působit na všechny smysly. Kdyby tak mohly zaznít jihočeské dudy, kdybyste slyšeli bzukot včel a cítili vůni lesů s borůvkám i čerstvých domácích borůvkových knedlíků, nebo vůni rybníků a čerstvých ryb, či vůni z pivovarů, hned byste poznali kvalitu.

Je nutné zmínit, že v oblasti podpory nehmotného kulturního dědictví například uděluje ministr kultury České republiky od roku 2001 každoročně vynikajícím lidovým výrobcům titul „Nositel tradice lidového řemesla“, čímž přímo navazuje na projekt UNESCO „Žijící lidské poklady“. Prezentování nemateriálních statků nejen tradiční lidové kultury má nenahraditelný význam pro zachování a moderní rozvoj kulturních tradic Jihočeského kraje. Díky kontinuální a systematické prezentaci nehmotného kulturního dědictví je naplňována koncepce účinnější péče o tradiční kulturu nejen v jižních Čechách, ale i ve všech regionech České republiky.

**Mgr. Helena Stejskalová,**  
náměstkyně ředitele Jihočeského Muzea a místopředsdkyně  
Historického klubu

Southern Bohemia has a very interesting and rich history, as well as traditions, especially folk traditions. Traditional folk culture is an integral part of each country's cultural heritage. The still neglected intangible cultural heritage deserves ever more attention thanks to UNESCO support and projects such as ARTISTIC.

Attractive topics, representing selected intangible cultural heritage with a long lasting tradition from all over the region, have been chosen for South Bohemia. Activities such as forest fruit picking, beer brewing, fishing, bagpipes making, peasant festivities in Holašovice and masquerades in Milevsko, the extraordinarily impressive masqueraders procession. Every single above mentioned tradition is still alive in South Bohemia and is not just a thing of a past.

Thanks to the maintenance and sensitive modern innovation of the intangible heritage, ranging from verbal know-how to craftsmanship, there is room for new entrepreneurs to be involved in this area. Southern Bohemia literally lives through the annual practice and development of intangible cultural heritage from January to December, intensively from spring to autumn.

It is a pity that the publication does not allow us to impress all your senses such as hearing and smell. If only we could present you with the sound of south bohemian bagpipes, if you heard the bees and if only you could smell the scent of the forests and blueberries and fresh homemade blueberry dumplings or the smell of ponds and fresh fish or the smell of breweries, you would know the top quality.

It is important to mention that, for example, in the sphere of support for intangible cultural heritage, the Minister of Culture of the Czech Republic has been awarded the title of "Bearer of Folk Craft Tradition" since 2001 as a successor to the UNESCO World Heritage "Living Human Treasures". The presentation of non-material assets not only of traditional folk culture is of irreplaceable importance for the preservation and modern development of the cultural traditions of the South Bohemian Region. Thanks to the continuous and systematic presentation of intangible cultural heritage, the concept of more effective care for traditional culture is fulfilled not only in South Bohemia but also in all regions of the Czech Republic.

**Mgr. Helena Stejskalová,**  
Deputy director of the South Bohemian Museum

Jihočeský kraj je po Středočeském kraji druhým největším krajem v České republice. Rozlohou představuje kraj necelých 13 % z celé České republiky. Z tohoto území zaujímají více než třetinu lesy, 4 % pokrývají vodní plochy. Převážná část území leží v nadmořské výšce 400-600 m. Nejvyšším bodem na území Jihočeského kraje je šumavský vrchol Plechý (1 378 m n.m.), naopak nejnižším místem (330 m n.m.) hladina Orlické přehrady v okrese Písek.

Výraznou část hranice kraje tvoří státní hranice s Rakouskem a Spolkovou republikou Německo. Příhraniční charakter kraje poskytuje možnosti efektivní přeshraniční spolupráce ve výrobní oblasti i v oblasti služeb spolu s rozvojem cestovního ruchu, kde je využívána celková atraktivita kraje s méně narušenou přírodou a množstvím kulturních památek.

Jihočeský kraj není příliš bohatým územím na suroviny, postrádány jsou především zdroje energetických surovin. Důležitým přírodním bohatstvím jsou rozsáhlé lesy, zejména na Šumavě a v Novohradských horách. Největší surovinové bohatství tvoří ložiska písků a štěrkopísků, cihlářské hlíny, kameniva a sklářských písků. Nejen z tohoto důvodu je v jihočeském kraji historicky zakořeněno mnoho lokálních tradic a řemesel.

The South Bohemian Region is, after the Central Bohemian Region, the region with the second largest area in the Czech Republic. The area of the region takes almost 13 % of the whole Czech Republic. One third of this territory is covered with forests, four per cent are water areas. The prevailing part of the territory lies at an altitude of 400-600 m a.s.l. The highest point of the territory of the South Bohemian Region is the peak Plechý (1 378 m a.s.l.), on the contrary the lowest point is the surface of Orlická dam (330 m a.s.l.) in the district of Písek.

A significant part of the border is formed by the state border with Austria and the Federal Republic of Germany. The cross-border character of the region provides opportunities for effective cross-border cooperation in the production area and in the field of services, together with the development of tourism, where the overall attractiveness of the region with well preserved nature and with many cultural monuments is used.

The South-Bohemian Region is not very rich in raw materials, particularly resources of energetic raw materials are missing here. An important nature riches are forests, mainly in Šumava and in Novohradské mountains. The largest raw material riches consist of the deposits of sand and gravel, brick-makers' clay, aggregate and glassmakers' sand. Many local traditions and crafts have their historical roots in the South Bohemian Region not only for this reason.

JIHOČESKÝ KRAJ  
South Bohemian Region



**D**íky rozmanitým lesům na jihu Čech a tradici sběru lesních plodů každoročně probíhá folklórní akce Borůvkobraní v městečku Borovany.

**T**hanks to the forests diversity in South Bohemia and the tradition of harvesting forest fruit, folklore event Borůvkobraní takes place in Borovany every year.



**M**aliny, ostružiny, brusinky, houby, ale hlavně borůvky patří již od pradávna k pokladům, které lesy v jižních Čechách nabízejí. Starousedlíci je umějí s úspěchem využívat, jejich sběr a úprava byly a stále jsou součástí místního folklóru, recepty z těchto plodin se předávají z generace na generaci a jídla z nich jsou v regionu velmi oblíbená. Nejen borůvky, ale také sběr a úprava hub patří po staletí k místním specialitám. Houbaření je dodnes velkou vášní Jihočechů. Houby se zpracovávají sušením, mražením, zavařováním a ani na Štědrý den nesmí na stole chybět tradiční houbový kuba. Borůvkovým rájem je dnes zaslouženě nazýváno městečko Borovany, kde místní lidé přišli s nápadem vytvoření oslav. Z původně malé lokální akce se během pár let stala jedna z nejúspěšnějších regionálních gastronomicko - folklórních krajevých zvláštností. Vždy druhý červencový víkend se areál borovanského kláštera a s ním i celé město obléknou do modrého a místní spolky a dobrovolníci hostí tisíce milovníků borůvek, které umějí zpracovat do nejrůznějších lahodných pochutin. Na koláče, marmelády, likéry, koktejly, víno, žahour (borůvková povidla) nebo prodej čerstvých plodů se jich během tohoto festivalu spotřebuje skoro 4 tuny. Borůvkové hodování doplňuje tradiční řemeslný jarmark a bohatý kulturní program pro děti i dospělé.

# Sběr lesních plodů

Forest fruit picking

## BORŮVKOBRANÍ BLUEBERRIES HARVEST

**F**rom time immemorial, raspberries, blackberries, cranberries, mushrooms, but mainly blueberries are among treasures the South Bohemian forests offer. The natives can process them with success, their picking and processing has been a part of the local folklore, the recipes for meals made from this fruit are transferred from one generation to the other and these meals have been very popular in the region. Not only blueberries, but also picking and processing mushrooms have been a local speciality for centuries. Mushroom picking has been a passion of inhabitants of South Bohemia up today. They are processed by drying, freezing, conserving and even at Christmas Eve, the traditional mushrooms with peeled barley (the meal is called kuba) is an integral part of a christmas meal. Borovany, town with its well deserved title blueberry paradise, is a place where the local inhabitants came with the idea to organise festivities. The originally local event grew in a course of few years to one of the most successful regional gastronomic and folklore specialities. During the second weekend in July, Borovany monastery as well as the whole town dresses in the blue colour and the local associations and volunteers prepare blueberry delicacies processed in various ways for thousands of blueberries lovers. For cakes, jams and marmalades, liquor, cocktails, wine, žahour (blueberry cream sauce) or sale of fresh blueberries, almost 4 tons of blueberries are consumed and used. The blueberry feasting is complemented by traditional craft fair and by rich cultural programme for children and adults.

# Pivo z Českých Budějovic

Beer from České Budějovice

## ZLATÝ POKLAD A GOLDEN TREASURE

Českobudějovické pivo je celosvětově známý pojem. Jeho počátky sahají již k Přemyslovcům. V následujících stoletích se zde vyrábělo - a stále vyrábí - pivo vysoké kvality. Již v 16. století bylo oblíbené u císařského a královského dvora. To je také období, kdy se postupně začíná vytvářet starobylá tradice tzv. „zlatého pruhu českého pivovarství“, který se táhne z Plzně do Českých Budějovic a jejich okolí.

Představitelem a pokračovatelem této slavné tradice je pivovar Budějovický Budvar. O výjimečnosti jeho piva svědčí i to, že označení „Budějovické pivo“ a „Českobudějovické pivo“ od roku 2004 chrání i Evropská unie pomocí institutu „Chráněného zeměpisného označení“ (Protected Geographical Indication - PGI). „Chráněné zeměpisné označení“ je poskytováno pouze výrobkům, které se těší vynikající mezinárodní pověsti a mají dlouholetou tradici. Budějovický Budvar může na etiketách používat prestižní logo, jež zákazníkům garantuje kvalitu surovin, originální výrobní postup a tradiční lokalitu původu.

Kromě velkých pivovarů zde své znamenité pivo vaří i několik minipivovarů. Obliba jejich piv neustále roste. Také to dokládá, že České Budějovice jsou opravdu městem piva a jedním z center českého pivovarství.

The beer from České Budějovice is a worldwide known concept. Its origins date back to House of Přemyslid. The beer of a high quality had been - and still is - produced here. The beer was popular at the imperial as well as royal court already in the 16th century. This is the period when the ancient tradition so-called “the golden lane of the Czech breweries” flowing from Plzeň to České Budějovice including its surroundings came gradually into being.

The representative and successor of this famous tradition is Budějovický Budvar Brewery. The exceptional quality of its beer has also been acknowledged by the European Union protecting the names “Budějovické pivo/Beer from Budějovice” and “Českobudějovické pivo/Beer from České Budějovice” by means of the Protected Geographical Indication - PGI institute since 2004. The “Protected Geographical Indication” is provided only to products with an excellent international reputation with a longterm tradition. Budějovický Budvar may use the prestigious logo on its products, guaranteeing the quality of raw materials, original production procedures and the traditional place of origin.

There are also several small-breweries, besides the large ones, brewing excellent beer. The popularity of their beer has been constantly growing. This also proves that České Budějovice is really a town of beer and one of the centres of the Czech brewing industry.

Tento celosvětově oblíbený nápoj má svou tradici i v jižních Čechách, kde se nachází nespočet velkých ale i malých pivovarů.

This worldwide popular beverage has its tradition in South Bohemia where you can find countless large but also small breweries as well.





# Dřevo a práce s ním WOOD

## NA TOPENÍ I NA OKRASU USED AS A FIREWOOD AND AS A DECORATION

**D**řevo, kterého bylo v jižních Čechách vždy dostatek, patřilo v tradiční výrobě k nepoužívanějším materiálům. Ze dřeva byly vyráběny pracovní nástroje, užité předměty do domácnosti i celá obydlí. Tradičně bylo dřevo využíváno také k výrobě uměleckých předmětů. K nejpobulárnějším patřily a patří hračky a loutky a také betlémy. Dřevěné hračky se vyráběly především podomácku. Centry výroby byla oblast Šumavy nebo Stráž nad Nežárkou. Většina hraček byla soustružená a ručně malovaná. Vyráběny byly panenky, vojáci, koníci, kačenky, ptáčci nebo nábyteček. Od hraček je jen krůček k loutkám, které byly na jihu Čech také velmi populární. Jihočeské Mirovice jsou dokonce pokládány za kolébku českého loutkářství. Pochází odsud i Mikuláš Sychrovský, který je považován za prvního řezbáře loutek, se kterými kočovali významní čeští loutkáři. Stále více řezbářů profesionálů i amatérů navazuje na tradiční betlémařskou tvorbu v regionu a vytváří nové dřevěné řezané nebo soustružené betlémy s figurkami ve velikosti od 5 centimetrů do 2 metrů, které jsou pravidelně ozdobou výstav doma i v zahraničí. Svě práce a postupy prezentují na různých řezbářských sympoziích a setkáních. Mnoho jihočeských řezbářů je držitelem celostátního ocenění „Nositel tradice lidových řemesel“.

**F**rom the time immemorial, the South Bohemia abounded in wood, one of the most frequently used material in the traditional production. Working tools, household items as well as entire dwellings were made of wood. Traditionally the wood was used for the production of works of art. The most popular ones were and are toys, puppets and also nativity scenes. The toys made of wood were mainly home-made. Centres of production were the area of Šumava or Stráž nad Nežárkou. The most toys were turned on a lathe and painted manually. Dolls, soldiers, horses, ducks, birds or furniture were made. It is just a step from toys to puppets which were also very popular in South Bohemia. South Bohemian municipality of Mirovice is considered the cradle of the Czech puppetry. Also Mikuláš Sychrovský, who is considered to be the first Czech marionette carver and with whose puppets the notable Czech puppeteers wandered, comes from this village. More and more carvers, professionals as well as amateurs follow up the traditional creation of nativity scenes in the region and they create new wooden carved or lathed nativity scenes with figures sized from 5 centimetres up to 2 meters which are a regular enrichment and subjects of admiration at exhibitions at home as well as abroad. They present their work and procedures at various carving symposia and meetings. Many South Bohemian carvers are holders of national award "Folk Craft Tradition Practitioner."

**L**outky, betlémy, sochy - to je jen malý zlomek uměleckých děl, která se dají ze dřeva vyrobit.  
**P**uppets, nativity scenes, sculptures, this is just a small fraction of the works of art that can be made of wood.





**D**íky šikovným rukám jihočeských žen vznikají ojedinělé textilie jako například krajky, které zdobí všechny tradiční lidové kroje.

**T**hanks to the capable hands of South Bohemian women, unique textiles such as lace, which adorns all folk costumes, are created.



**J**ižní Čechy byly a jsou místem, kde nikdy nebyla nouze o šikovně ženské ruce. K nejoblíbenějším ženským činnostem patřila vždy práce s textilními materiály. Rodily se zde světoznámé tapisérie a ručně tkané bytové textilie, výšivky a krajky z nejrůznějších materiálů. Tapisérie a další ručně tkané textilie vznikaly v gobelínových dílnách v Jindřichově Hradci, které založila M. H. Teinitzerová. Svá díla vytvářela podle návrhů významných českých umělců a zásobovala jimi nejen Pražský hrad, ale i veřejné a soukromé prostory. Slavnostní lidový kroj se neobešel bez krajky či výšivky. Vyšivačky používaly hlavně hedvábí, bavlnu, vlnu, korálky, flitry a kovovou nit. Opravdovým unikátem je výšivka rybími šupinami či pavím perem. Práce vyšivaček i krajkářek byla velmi žádaná i ceněná. V 19. století existovaly školy, kde se vedle čtení, počítání a psaní vyučovalo i paličkování. Dnes je nejznámějším centrem Sedlice. Tradiční tvorba je udržována desítkami tkadlen, vyšivaček a krajkářek, jejichž výrobky i ukázky práce jsou k vidění na nejrůznějších společenských aktivitách. Oblíbené jsou kurzy, kde se mohou zájemci seznámit s textilními činnostmi pod vedením zkušených tvůrců. Řada z nich je oceněna celostátním oceněním „Nositel tradice lidových řemesel“.

# Zpracování a výroba textilu

Processing and  
fabrication of textiles

## ŠATY DĚLAJÍ ČLOVĚKA “DRESS MAKES A MAN“

**T**he South Bohemia was and still is a region where the dexterous women's hands were never scarce. Work with textile materials has always been very popular among women. The worldwide known tapestries and manually woven interior textiles, embroideries and laces made of various materials were created here. The tapestries and other manually woven textiles were created in the Gobelin workshops in Jindřichův Hradec, founded by M. H. Teinitzerová. She created her works according to the design of important Czech artists. Not only Prague castle was supplied with these, but also the public and private places. Every festive folk costume had to be equipped with a lace or embroidery. The embroideresses used mainly silk, cotton, wool, beads, filters and metal thread. The really unique piece is the embroidery with fish scales or peacock's feather. The work of embroideresses or lace-makers was highly desired and appreciated. In the 19th century the schools, where bobbin laces making was taught besides reading and arithmetic, existed. At present, the best known centre is Sedlice. The traditional creation is kept alive by dozens of weavers, embroideresses and lace-makers, whose products and exhibitions of work may be seen at various social activities. The courses of textile activities under the leadership of experienced creators, for those who are interested, are very popular. Many of them were appreciated by the nationwide award “Folk Craft Tradition Practitioner“.

# Včelařství

## Beekeeping

### MALÉ ALE DŮLEŽITÉ POMOCNICE BEES – SMALL BUT IMPORTANT HELPERS

**M**ed a vosk provázely člověka od pravěku, kdy vybíral divoká včelstva, ve Starověku byly včely už chovány v úlech. Slovanský med se ve středověku vyvážel po Zlaté stezce vedoucí přes jižní Čechy na západ, včely se chovaly především v kláštrech. Existovaly též cechy profesionálů - brtníků a zpracovatelů včelích produktů - perníkářů a voskařů. Včelařství podpořila i Marie Terezie i svými patenty. Před 150 lety vznikaly v regionu spolky, dnes činné pod Českým svazem včelařů. Pracovní společnost nástavkových včelařů CZ zajišťuje výuku oboru Včelař na SOU Blatná. V roce 2017 bylo v jižních Čechách přes 6,5 tisíc včelařů s téměř 67 tisíci včelstvy s výnosem 15-20 kg medu na včelstvo). Chov včel podporuje Jihočeský kraj. Zájem o včelařství roste, zvláště mezi mladými lidmi a ženami. V jižních Čechách se zabývají včelami i na Akademii věd, v třeboňském mikrobiologickém ústavu, českobudějovickém Ústavu půdní biologie nebo v entomologickém ústavu.

V regionu chová 6 včelařů přes 150 včelstev, což z nich dělá profesionály. Většina hobby včelařů prodává med ze dvora, případně do maloobchodů a výkupu. Část prodává matky a oddělky, o které je zájem kvůli úhynům včel na varroózu. Trh s propolisem, mateří kašičkou a včelím jadem je nevýznamným.

**T**he honey and wax accompanied men from the prehistoric times, when men collected products of wild bee colonies; in the antiquity the bees were already kept in hives. In Middle Ages, the Slavic honey was exported along the Golden Path running through the South Bohemia to West, the bees were kept in monasteries at first. Also the guilds of professionals existed - forest bee keepers and processors of bee products - gingerbread and wax producers. Beekeeping was also supported by Maria Theresa and her patents. 150 years ago, the associations were formed in the region working under the Czech Beekeepers Association up today. The Work Community of Langstroth-Beekeepers CZ assures the teaching in the branch "Beekeeper" at the Vocational School in Blatná. In 2017, there were more than 6,5 thousand beekeepers with almost 67 thousand colonies and yield 15-20 kg honey per colony in the South Bohemia). The beekeeping is supported also by the South-Bohemian Region. The interest for beekeeping has been growing, especially among young people and women. In South Bohemia, the bees are subject of research also in Academy of Sciences, at the Institute of Microbiology in Třeboň, at the Institute of Soil Biology or Institute of Entomology in České Budějovice.

In the region, 6 beekeepers keep more than 150 bee colonies, making them professionals. Most hobby beekeepers sell the honey from farm (farm-gate-sale) or they deliver it into retail trade and repurchase. A part of them sells the queen bees and separated small colonies. Demand for those is due to death loss because of an illness called varroose. The market with propolis, royal jelly and bee poison is insignificant.

**P**ropojením člověka, přírody a zvířete vzniká chutný a léčebný produkt s širokými možnostmi využití.

**B**y connection of humans, nature and animals, a delicious and healing product with a wide range of use is created.



# Rybářství

## Fishing

NEJENOM SYMBOL ČESKÝCH VÁNOC  
NOT ONLY A SYMBOL OF CZECH CHRISTMAS



**R**ybničkářství a rybářství jsou pojmy, které k oblasti jižních Čech patří již po několik století. V 11. stol. se přehrazovaly menší toky a vznikaly rybníky v geograficky příhodných polohách jako stavby církevních řádů (např. jeden z nejstarších rybníků jižních Čech rybník Žár u Nových Hradů r. 1244). Rybníky sloužily jako zásobárna postního jídla. Rozmach nastal od konce 15. stol. do konce 16. stol., kdy mimo jednotlivých rybníků vznikaly i soustavy propojené náhony a stokami. Dnes jen na Třeboňsku je téměř 500 rybníků a mnohé jsou spojeny známým napájecím kanálem Zlatá Stoka. Nachází se tu největší rybník Střední Evropy Rožmberk s výměrou 489 ha a délkou hráze 2430 m. Lidskou činností tak vznikla unikátní krajina, která je vyhlášena biosférickou rezervací.

Rybářské řemeslo má svá pravidla, zvyky, tradice, terminologii a profesní hierarchii. Nesporným vyvrcholením celoroční práce jsou podzimní výlovy rybníků, které jsou stále provozovány tradičními postupy s minimální mírou mechanizace. Mezi největší akce se řadí výlovy Třeboňských rybníků Rožmberk a Svět, kde nechybí provázání s kulturními aktivitami jako vytrubování nebo stánky s prodejem čerstvých ryb. K rybářství v oblasti jižních Čech se váže velké množství písní, tradic a kulinářských specialit, které jsou neodmyslitelně spojeny s běžným životem.

**F**ish farming and fishing are concepts which have been firmly associated with the South Bohemian Region for several centuries. In the 11th century, smaller streams were dammed and the ponds were built in the geographically convenient locations as constructions of monastic orders (e. g. one of the oldest ponds of South Bohemia is the pond Žár near Nové Hradky dating back to 1244). The ponds served as store of food that was meant for consumption during fasting time. The boom has started at the end of the 15th century and lasted until the end of the 16th century when the individual ponds, as well as the systems connected by sewers and canals came into being. Nowadays, there are almost 500 ponds in Třeboň region and many of them are connected by the well-known Golden Canal feed channel. The largest pond of this area as well as in Central Europe is Rožmberk with 489 ha and the dam is 2430 m long. Human activity thus created a unique landscape, which has been declared a biosphere reserve. Fishing craft has its rules, customs, traditions, terminology and professional hierarchy. The indisputable culmination of their year-long work is autumn fishing out of ponds using the traditional procedures with the minimum extent of mechanization. The most important events includes fishing out of ponds Rožmberk and Svět/World which is connected with cultural activities such as playing French horns or selling fresh fish in stand. A large amount of songs, traditions concerning fish farming and fishing as well as fish culinary specialities are inseparably connected with the usual life in the region of South Bohemia.

**R**ozlehlé vodní plochy poskytují možnost pro chov ryb. Výlovy rybníků jsou velmi populární a navštěvované akce na jihu Čech.

**E**xtensive water areas provide the opportunity for fish farming. Pond fishing is very popular and often attended event in South Bohemia.

# Dudáctví

## Bagpiping

### PRASTARÝ LIDOVÝ HUDEBNÍ NÁSTROJ VERY OLD MUSICAL FOLK INSTRUMENT

**D**udy jsou hudebním nástrojem, který spojuje lidi různých kultur i dávných věků. Došly k nám dosud neznámými cestami z místa svého zrodu, kde měly mnohá poslání, sloužily králům i žebrákům, těšily osamělé pastýře i obecenstvo koncertních sálů a rozlehlých amfiteátrů. Snad vždy a všude měly onen zvláštní dar a schopnost rozdávat radost, rozveselovat, těšit i povzbuzovat.

S dudáckými tradicemi je možné se setkat na akcích v rámci vystoupeních folklórních souborů, při borovanském Borůvkobraní, Jihočeských Slavností Písní a Tanců ve Strakonici a mnoho dalších. Unikátní akcí je setkání dudáků - v roce 2018 již po třiatřicáté - na Mezinárodním dudáckém festivalu (MDF), který se ve Strakonici koná jednou za dva roky.

V dnešním světě mají dudy stále své místo, a tak na festivalu můžete vidět umělce hrající na dudy hudbu jak historickou, tak například i rockovou. Festival je tak především příležitostí k setkání muzikantů, tanečnicků a zpěváků z celé Evropy s širokou veřejností. Potkávají se nejen na vystoupeních, ale i neoficiálně v ulicích města či hospůdkách.

Jihočeský kraj je oprávněně na své dudácké tradice hrdý a dudácké kultuře je věnována velká pozornost; nemateriální statek „Dudácké tradice v jihočeském regionu“ byl v roce 2015 zapsán do Seznamu nemateriálních statků tradiční lidové kultury Jihočeského kraje.

**T**he bagpipe is a music instrument connecting people of various cultures as well as various historic periods. It came into our country through unknown ways from the place of its creation where it had many missions, it served to kings as well as beggars, pleased lonely shepherds as well as audience in the concert halls and large amphitheatres. It has always had the special power to bring joy, cheer up, please and encourage.

It is possible to see the bagpipe tradition during events, performances of folklore ensembles, during Blueberry Harvest in Borovany, South Bohemian Festivities of Songs and Dances in Strakonice and many others. A unique event is the meeting of bagpipers - in 2018 already for the twenty third time - at the International Bagpipe Festival (MDF), being held in Strakonice once every two years.

In today's world, the bagpipe has its steady place and during a festival, you can see the artist playing the historic as well as rock bagpipe music. The festival is an opportunity to meet musicians, dancers and singers from the whole Europe with a general public. They meet not only during the performances, but also unofficially in the town streets or in small taverns.

The South Bohemian Region is justly proud of its bagpipe traditions and intensive attention is devoted to bagpipe culture; the intangible phenomenon "Bagpipe tradition in the South Bohemian Region" was registered into the List of Intangible Heritage of the Traditional Folk Culture of the South Bohemian Region in 2015.



**J**ižní Čechy mají štěstí, že se stále někdo věnuje výrobě tohoto tradičního lidového nástroje jako pan Štěch.  
**S**outh Bohemia is fortunate to have someone devoted to producing this traditional musical instrument like Mr. Štěch.



**S**taročeský jarmark v Holašovicích, unikátní vesnička zapsaná na seznamu UNESCO, s ukázkou tradičních lidových řemesel je rok od roku navštěvovanější.

**O**ld Bohemian Fair in Holašovice, a unique village listed on UNESCO list with a show of traditional folk crafts is more popular every year.



## MALÝ KOUTEK HISTORIE A SMALL CORNER OF HISTORY

**O**bec Holašovice leží 15 kilometrů západně od Českých Budějovic a byla založena ve 13. století. V Holašovicích se zachovala kolem návsi výjimečně cenná ucelená zástavba lidové architektury z 19. století, typická pro tento region, souhrnně nazývaná selské baroko. Pro své mimořádné architektonické a památkové hodnoty byla obec zapsána v roce 1998 na prestižní seznam UNESCO, a to jako jediná česká vesnice. Díky tomu jsou dnes Holašovice vyhledávaným turistickým cílem jak domácích, tak i zahraničních turistů, pro které obec pořádá bohatý kulturní program.

Nejvýznamnější z kulturních akcí jsou každoročně v létě pořádané Selské slavnosti, kterými ožívají Holašovice už od roku 1998. Slavnosti trvají tři dny, od pátku do neděle, a návštěvníci tu mohou zažít především staročeský lidový jarmark s ukázkami řemesel, které zde prezentují řemeslníci jak z České republiky, tak okolních zemí. Řemesla jsou prezentována v tradičních lidových oděvech a návštěvníci si mohou některá z nich sami vyzkoušet a rovněž si zakoupit rozličné výrobky včetně kulinářských specialit. Výjimečnou atmosféru v kulísách historické vesnice podtrhuje doprovodný program, zaměřený především na folklorní hudbu. Selské slavnosti Holašovice patří každoročně mezi nejvýznamnější kulturní události v regionu.

# Selské slavnosti Holašovice

## Peasant Festivities in Holašovice

**T**he municipality of Holašovice is located 15 kilometres to the West from České Budějovice, it was founded in the 13th century. In Holašovice, an exceptional precious folk architecture complex exists dating back to the 19th century; it is typical of this region and called in aggregate way Peasant Baroque. For its extraordinary architectural and monument value, the municipality was registered in the prestigious UNESCO World Heritage List in 1998 as the only Czech village. Thanks to this, Holašovice is an attractive tourist destination, visited by the domestic as well as foreign tourists for whom the municipality organizes a rich cultural program.

Since 1998, Holašovice comes alive during one of the most important cultural events, Peasant Festivities organised every year in summer. The festivities last three days, from Friday to Sunday and the visitors can see here first of all the old-Bohemian folk fair with demonstration of crafts presented by the craftsmen from the Czech Republic as well as surrounding countries. The crafts are presented in traditional folk clothing and the visitors may try to make some of them and they may buy various products including culinary specialities. An exceptional atmosphere in the historic village is accentuated by the associated program, mainly focused on folklore music. The Peasant Festivities in Holašovice became one of the most important cultural events in the region.



# Milevské maškary

Masqueraders of Milevsko

## SPOJENÍ ZÁBAVY, KULTURY A TRADICE

### A COMBINATION OF ENTERTAINMENT, CULTURE AND TRADITION

**M**asopusty a maškary jsou nedílnou součástí jihočeského kulturního života, Milevské maškary jsou zároveň zapsané do Seznamu nemateriálních statků tradiční lidové kultury ČR.

**C**arnival masks are an integral part of South Bohemian cultural life. Masks of Milevsko are also listed on the list of non-material goods of the traditional folk culture of the Czech Republic.

**P**ředchůdcem milevských maškar byl masopustní průvod, který končil pohřbem Bakuse, symbolem končícího období mezi dvěma postními dobami, adventním a velikonočním. Bakus dostal jméno podle antického boha Bakcha/Dionýsa, boha vína, plodnosti a posvátného vytržení, avšak v milevském podání je tlustý a opilý pantáta, který obchází město než je pohřben a symbolicky ukončuje období velikonočního půstu. Při podomní obchůzce v pondělí a úterý obcházel Bakusův průvod milevské hospody, kde dostával pohoštění a finanční dary. Ráz her často reagoval na aktuální události, podoby masek se měnily podle módy a populárních kulturních symbolů dané doby (husité, Spejbl s Hurvínkem, indiáni, kovbojové...). Tradici milevských maškar přerušila první světová válka a po ní úřední zákaz. Obnoveny byly až v roce 1933 a poté se konaly každý rok kromě druhé světové války a několika dalších let. V roce 2016 byly milevské maškary zařazeny na Seznam nemateriálních statků tradiční lidové kultury Jihočeského kraje a v roce 2017 do Seznamu nemateriálních statků tradiční lidové kultury České republiky. V dnešní době je Maškarní průvod držitelem českého rekordu v počtu zúčastněných masek.

**T**he predecessor of masqueraders of Milevsko was the Shrovetide procession, finished by the funeral of Bakus, symbol of final period between two fast periods, the Advent and Easter. Bakus got his name from the Antique god Bakchus/Dionysus, god of wine, fertility and the religious ectasy, however, in the presentation of Milevsko it is a plump and drunken codger going through the town before his funeral and symbolically finishing the period of Easter fast. During the house round on Monday and Tuesday, Bakus' procession made a pub-crawl in Milevsko where it got refreshment and financial gifts. The character of the event often responded to current events, the masks changed depending on the fashion and popular cultural symbols of that time (Hussites, Spejbl and Hurvínek, Indians, cowboys...). The tradition of Milevsko masqueraders was interrupted by the world war I and an official prohibition. They were renewed in 1933 and later on they were held every year except for the World War II and several following years. In 2016, the masquerade of Milevsko was registered in the List of Intangible Heritage of the Traditional Folk Culture of the South Bohemian Region and in 2017 in the List of Intangible Heritage of the Traditional Folk Culture of the Czech Republic. Nowadays, the masqueraders procession holds the Czech record in the number of masks involved.

# Sklářství

## Glassworks

### VYBROUŠENÝ POKLAD A POLISHED TREASURE

**P**rvní doložené sklárny v regionu vznikaly ve 14. stol. v oblastech Šumavy, a to díky bohaté surovinové základně a obchodním cestám. Rozvoj výroby skla nastal v 16. stol. v souvislosti s renesančním uměním. Některé sklárny se tehdy začaly specializovat na produkci páteříků (korálky do růženců). V 17. stol. se podařilo utavit sklo čiré na místo zeleného a český barokní křišťál si vydobyl na úkor benátského skla místo na evropských trzích. O století později se rozvinula výroba tabulového a zrcadlového skla a v návaznosti na ni i tvorba podmalby na skle, která se stala velmi oblíbeným artiklem. Až na počátku 19. stol. vystřídalo módu křišťálu sklo barevné, inspirované polodrahokamy. Díky novým technologickým postupům a originalitě se dostaly do popředí buquovské sklárny na Novohradsku. Zde byl objeven a vyráběn hyalit - černý a červený. Rozšířila se produkce skla vrstveného, řezaného, broušeného, zdobeného zlatem, stříbrem a emaily a vyváželo se téměř do celé Evropy. Sklářství na jihu Čech v neprůmyslových podmínkách zaniklo na přelomu 19. a 20. stol. V posledních letech se věnuje výrobě skla několik menších firem, které produkují moderní sklo broušené a ryté nebo repliky historického skla určeného k běžnému užívání.

**T**he first documented glassworks in this region originated in the 14th century in the Šumava region, thanks to its rich raw material base and trade routes. The glass production developed well in the 16th century in connection with the Renaissance art. At that time, some glassworks started to specialize in the production of prayer beads (beads into rosaries). In the 17th century the success was the production of the clear glass instead of green glass and the Czech Baroque crystal acquired the place at European markets at the expense of Venetian glass. A century later, the production of sheet and mirror glass developed well and in connection with this a glass under-painting became a favourite article. At the beginning of the 19th century, the fashion of crystal was exchanged by the coloured glass, inspired by gemstones. Thanks to the new technological procedures and originality, the Buquoy's glassworks in Nové Hradky region got into foreground. Here, the black and red hyalite was invented and produced. The production of the layered, cut, ground glass, glass decorated with gold, silver spread out and the glass was exported around almost the whole Europe. The glass-making in the South Bohemia in the non-industrial conditions became extinct at the turn of the 19th and 20th centuries. In recent years, several smaller companies has devoted to the production of glass. They produce modern ground and curved glass or replicas of historic glass intended for the normal use.

**M**álokdo ví, že benátské sklo vzniklo díky umu českých sklářů. **N**ot everybody knows that Venetian glass was created thanks to the art of Czech glassmakers.



# Od nápadu k realizaci ve 3 krocích

- Máte nápad na podnikání?**  
 **A nevíte, jak jej rozjet?**

Připravili jsme pro Vás pár rad k zamyšlení. Měli byste zvážit všechny plusy a mínusy, které se s oborem vaší vysněné práce pojí.

## 1. POSUŽTE NÁPAD

Než začnete realizovat jednotlivé kroky, jak se stát podnikatelem, přesuňte svoje myšlenky / vize na „papír“ a posuďte, zda se Vaše řešení ubírá správným směrem. Zamyslete se nad posláním Vašeho podnikání, Vaší nabídkou a také si stanovte, na jaké zákazníky cílíte:

### POSLÁNÍ

Jaká je Vaše vize a mise, tedy jakou máte představu, že Váš nápad - produkt či služba bude mít vliv na společnost či prostředí a jak toho chcete dosáhnout.

**Otázka:** Mám nápad, který mě posune dál v pracovním i osobním životě? Zaplním svým projektem mezeru na trhu a pomohu dalším lidem? Je mojí vizí finanční zabezpečení?

**Rada:** Možná již nyní bude z odpovědi patrné, zda je nápad spíše podnikatelského či neziskového charakteru.

### NABÍDKA

Jak by mělo Vaše řešení vypadat, jaké jsou jeho výhody a nevýhody.

**Otázka:** Čím se můj nápad odlišuje od konkurence? Je můj nápad jedinečný? Bude moje nabídka v souladu s poptávkou na trhu?

**Rada:** Pokuste se zamyslet i nad unikátní hodnotou vaší nabídky, tedy takové výhody, která je unikátní a je možné ji použít pro odlišení nebo přesvědčení, proč vybrat právě tuto nabídku.

### POZNEJTE SVÉ ZÁKAZNÍKY

Pro koho je Vaše nabídka určena, tedy jaké jsou cílové skupiny, segmenty, persony.

**Otázka:** Chápete lidi, kteří mají kupovat vaši službu nebo produkt? Jak takový člověk vypadá, jak se chová, co cítí? Co dělá?

**Rada:** Připravte si argumentaci, která je pro zákazníka důležitá - proč by měli využít právě vaši nabídku.

## 2. ZAČNĚTE S PŘÍPRAVOU A PLÁNUJTE

Váš nápad již získal konkrétní obrysy a pokud se Vám jeví jako reálný a nechybí ani dostatečná motivace k jeho realizaci, pak je čas na jeho plánování. Při plánování podnikání je dobré přemýšlet do budoucnosti!

## ZÁKAZNÍK NEBO UŽIVATEL

**Zákazníka a uživatele je nutné správně identifikovat, nicméně oslovit a přesvědčit o Vaší nabídce je pak nutné obě tyto skupiny.**

Je zákazník ochoten za Vaši nabídku zaplatit a je tedy opravdu zákazníkem či se pouze jedná o uživatele? Zákazníci jsou ti, kteří si od Vás zakoupí výrobek či navštíví slavnost a zaplatí Vám vstupné. Naopak bude-li se jednat o trh, jsou jeho návštěvníci pouze uživatelé a zákazníkem se stává vystavovatel, který si zaplatí prostor pro svůj stánek, díky kterému může své produkty nabídnout. Zákazníkem může být ale také město či obec, které si Vaši nabídku objedná, protože může rozšiřovat například kulturní dění v místě.

## POTŘEBA NEBO PROBLÉM

**Zamyslete se nad potřebami zákazníků či uživatelů, které právě Váš produkt řeší. Pokud jim nabídnete Váš produkt právě jako řešení jejich potřeb, jste k úspěchu o krok blíže.**

Jaké jsou zákaznické potřeby, které zpravidla vycházejí z určitého problému. Ačkoliv se to na první pohled nemusí zdát, i realizace již zmíněného trhu může řešit určitý problém a potřeby například města. Problémem v tomto případě může být nízká návštěvnost turistů nebo nedostatečná nabídka událostí pro občany. Vzniká tak potřeba realizovat nové aktivity a otevírá se tak prostor pro pořádání trhů při příležitosti svátků či jiných tradic, zvyklostí apod.

## OSLOVENÍ A PROPAGACE

**Cesty k oslovení mohou být různé dle Vašich cílů oslovit menší či větší skupinu zákazníků. Lépe pak naplánujete nejen nástroje k oslovení, ale odhadnete náklady na propagaci. Z obsahu sdělení by pak zákazník či uživatel měl zjistit, že právě Vaše nabídka řeší jeho potřeby.**

Jak se dostanete ke svým zákazníkům a jakými cestami zákazníky oslovíte, aby se o Vašem nápadu dozvěděli? Nezapomeňte ale i na uživatele. Již zmíněný trh by například právě bez návštěvníků nemohl fungovat a zákazníci, kteří si zaplatí prostor by nízká návštěvnost odradila k další spolupráci.

## ŘEŠENÍ

**Detailně si již vše v této fázi promyslete a sepište. Vytvořte si více variantních řešení, které budou představovat například pilotní realizaci, maximalistickou variantu či zlatou střední cestu.**

V tuto chvíli je třeba detailně rozpracovat Vaši nabídku pro zákazníky i uživatele. Nejen, že si ujasníte, co vše bude nabídka obsahovat, ale také zjistíte, co k realizaci potřebujete. Vaše řešení může být obsáhlé, ale existuje jistě i varianta při minimu vstupních nákladů, která například v podobě pilotní realizace může otestovat zájem.

## NÁKLADY

**Vypracujte si seznam vstupních nákladů včetně jeho vyčíslení. Zároveň si vypracujte plán provozních nákladů, nejlépe v měsíčním vyjádření, které bude nutné v průběhu roku financovat.**

Víte-li jak má řešení vypadat, jste schopni také k tomu spočítat náklady a díky tomu zjistíte nejen výši počáteční investice, ale také provozní náklady, které bude nutné pokrýt v průběhu realizace Vašeho projektu.

## CENA

**Cena, kterou zákazník zaplatí, musí být taková, aby v souhrnu výnosů (plateb od Vašich zákazníků) jste byli schopni pokrýt náklady a vytvořit zisk. Zohlednit však musíte také konkurenci a ochotu zákazníků uhradit právě Vámi zvolené ceny.**

Je-li Váš záměr podnikatelského charakteru, pak je nutné si stanovit cenový model. Ten se vždy odvíjí od nákladů, ale měl by zohledňovat také ceny konkurentů, a především ochotu zákazníků zaplatit za nabízený produkt. I v případě neziskového záměru je zapotřebí sestavit rozpočet, včetně nákladů na přípravu a jeho realizaci a odvodit výnosy, které je nutné zajistit.

## ZDROJE

**Financovat Váš záměr můžete z vlastních, ale i cizích zdrojů, jako jsou úvěry, včetně těch zvýhodněných, dotace či příspěvky. Nevíte-li kde informace hledat, obraťte se na odborníky.**

Vyžaduje-li realizace počáteční zdroje a nemáte-li je okamžitě k dispozici, pak je třeba zjistit možnosti financování Vašeho záměru. Existuje řada možností, jak získat zvýhodněné financování či podpory v podobě dotací. Pokud nevíte, kde informace hledat, využijte poradenství řady institucí, které Vám pomohou vytipovat možnosti pro řešení Vašeho záměru.

## RIZIKA A PŘÍLEŽITOSTI

**Zamyslete se nad tím, co vše by se mohlo stát při realizaci Vašeho záměru a připravte se jak na překážky, tak i na nové výzvy. Být připraven je první krok úspěchu.**

V rámci analýzy rizik nepřístupte k hledání problémů, ale identifikujte překážky, které by se mohly objevit. Budete-li na ně připraveni, budete je jistě snáze překonávat. Přemýšlejte ale i nad příležitostmi, které by mohly Vašemu záměru pomoci a jděte jim naproti.

## 3. ZHODNOŤTE PLÁN S ODBORNÍKY

Jihočeská hospodářská komora v rámci projektu ARTISTIC a své činnosti nabízí konzultace začínajícím podnikatelům k otázkám sestavení podnikatelského plánu, ale i zajištění zdrojů financování. Pro začínající podnikatele jsme navíc vytvořili brožuru „Jak začít podnikat“, která Vám poskytne souhrnný přehled o nejdůležitějších krocích při vstupu do podnikání. Aktuální kontakty naleznete na [www.jhk.cz](http://www.jhk.cz).



# From an Idea to its realisation in 3 steps

- Do you have a business idea?**  
 **And do not know how to begin?**

We have prepared some advice for you. You should consider all the pluses and minuses connected with the field of your dream job.

## 1. EVALUATE YOUR IDEA

Before you take steps how to become an entrepreneur, write down all of your ideas/visions and try to evaluate, whether your solution is headed in the right direction. Think of a mission of your entrepreneurship and your offer and also determine which customers are you targeting:

### MISSION

What is your vision and your mission? What impact will your idea - product or a service - have on a society or environment and how do you want to achieve it?

**Question:** Do I have an idea that will move me forward in my personal and professional life? Will my project fill a market niche, and will it help other people? Is financial security my vision?

**Advice:** It might be clear just now whether the idea is of an entrepreneurial or a non-profit character.

### SUPPLY

How should your solution look like and what are its advantages and disadvantages.

**Question:** How is my idea different from competition? Is it unique? Will my supply be in line with market demand?

**Advice:** Try to think of a unique value of your offer, of a unique asset that can be used to differentiate from others or to persuade others of why they should choose this offer.

### GET TO KNOW YOUR CUSTOMERS

At whom is your offer aimed, therefore what groups, segments or people are your targets.

**Question:** Do you understand the person who is supposed to buy your service or a product? How does the person look, how does he/she behave, what does he/she feel? What does he/she do?

**Advice:** Prepare an argumentation important for the customer - why should they choose your offer.

## 2. START WITH PREPARATIONS AND PLAN AHEAD

Your idea has just gained a specific character. If it seems feasible and if there is enough motivation for its realisation, then it is high time to start planning. **It is good to think ahead while planning a business!**

### A CUSTOMER OR A USER

*It is necessary to correctly identify a customer or a user, however, both groups need to be addressed and convinced of your offer.*

Is a customer willing to pay for your offer and is he really a customer or just a user? Customers are the ones who buy your product or visit your festival and pay an entrance fee. On the other hand, visitors of a market are only its users while exhibitors at that market become your customers, who pay for the place for their stands, which allows them to offer their products. A city or a municipality, who orders your offer, can also become your customer, as it can expand local cultural events this way.

### A NEED OR A PROBLEM

*Think of needs of your customers or users who might use your product. If you present your product as a solution to their needs, you are one step closer to success.*

What are your customers' needs which usually originate from a specific problem? It might not seem like it at first sight, but even a realisation of above-mentioned market may deal with a specific need or a problem of a city, for example. In this case the problem might be low tourist traffic or a small variety of events for inhabitants. Therefore, a need to organize new activities rises. A place for organizing markets during holidays or different traditions opens up.

### ADDRESSING AND PROMOTION

*Ways to reach your customers may differ depending on the size of target group. Then you can not only plan the ways how to address better but recognize promotion costs better. From the message content the customer or a user should find out that your offer is addressing his needs.*

How do you reach your customers and in what way will you address them to make them familiar with your idea? However, do not forget the user. The market could not operate without visitors, and customers, who pay for their place, would be discouraged because of low traffic.

### SOLUTION

*Take a closer look at everything during this phase and write down your ideas. Prepare several solutions which will represent for example pilot realisation, maximalist option or a mid-way solution.*

At this point it is necessary to develop your offer for customers and users in detail. Not only will you clarify what the offer will contain, but you will also find out what you need to implement. Your solution may be extensive, but there is certainly a variant with minimal input costs, such as pilot realisation, that can test interest in your offer.

### EXPENSES

*Make a list of input costs including its quantifications. At the same time, develop operating cost plan, preferably in a monthly statement, that will require funding during the year.*

If you know how the solution is supposed to look you are also able to calculate the costs and thanks to that you will recognize the amount of initial investment as well as also operational costs that will need to be covered during the execution of your project.

### PRICE

*Price to be paid by the customer must be high enough to cover costs and make profit. You also must consider the competition and customers' willingness to pay your chosen prices.*

If your intention is of entrepreneurial nature, then it is necessary to set a price model. It always depends on costs, but it should also consider the prices of competitors and, above all, the willingness of customers to pay for the product offered. Even in a case of a non-profit plan, you must draw up a budget, including the costs of its preparation and implementation and derive profits that are necessary.

### RESOURCES

*You can finance your plan from your own, but also from other sources, such as loans, including subsidies, grants or contributions. If you do not know where to look for information, contact experts.*

If a start-up resource is required and is not immediately available, then you need to find out how to fund your project. There are several options for obtaining subsidized funding or subsidies. If you do not know where to look for information, use the advice of several institutions that will help you identify the options for your solution.

### RISKS AND OPORTUNITIES

*Think of all the possible scenarios that might occur while realising your project and be prepared for both obstacles and new challenges. Being ready is a first step to success.*

While analysing risks do not find problems but identify obstacles, which might occur. You will overcome them easily if you are ready for them. Think of the opportunities that might help with your intention and go meet them.

## 3. EVALUATE YOUR PLAN WITH EXPERTS

The South Bohemian Chamber of Commerce as a part of the ARTISTIC project and its activities offers consultations to start-up entrepreneurs on issues of drawing up a business plan, as well as securing funding sources. In addition, we have created a brochure "How to Start a Business" for start-up entrepreneurs, which will give you a comprehensive overview of the most important steps in entering a business. Current contacts can be found at [www.jhk.cz](http://www.jhk.cz).

## KOLOFON / COLOPHON

*Autoři článků / Authors of the articles:*

Mgr. Patrik Červák  
Ing. Miroslav Dvořák  
Ing. Dana Feferlová  
PhDr. Ivo Hajn  
Bc. Magdalena Hlušíková  
Mgr. Hana Koubková  
Mgr. Ivan Náprstek  
Mgr. Helena Stejskalová  
PhDr. Marie Šotolová  
Lubomír Zvonař  
Mgr. Alexandra Zvonařová

*Fotografie poskytnuty následujícími / Pictures provided by:*

Jihočeské muzeum v Českých Budějovicích / South Bohemian Museum in České Budějovice

Jihočeská centrála cestovního ruchu / Tourism Authority of South Bohemia

Odbor kultury a památkové péče Krajského úřadu Jihočeského kraje / The Region of South Bohemia -The Department of Culture and Monument care

*Grafická úprava / Graphic design*

Čestmír Sukdol\_www.brandi.cz

**Jhk.cz**

**JIHOČESKÉ  
MUZEUM**  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

  
**Jihočeský kraj**



