

Obchodník, který naučil lidi žít na dluh

Značka Brouk a Babka a s ní spojené obchodní domy měly za první republiky stejný zvuk jako Baťovy závody.

Josef Pravec

Záplava světla, ústřední topení a ventilace, výtahy, prostorné šatny, parketové podlahy. A především přehršel zboží všeho druhu, od oděvů přes kytaru až po kamna. To vše přivádělo v roce 1919 zástupy Pražanů do obchodního domu Brouk a Babka stojícího na někdejší Belcrediho třídě, tedy do dnešní ulice Milady Horákové.

V dalších letech se obchod jakoby přenesený odněkud z Ameriky zvětšoval o budovy v okolí, přibyla nová oddělení, například na prodej linoleí a klobouků, a nakonec prosklená hala, v níž si zákazníci mohli vybírat látky pod denním světlem.

Jak rostl obchodník na Letné, rostla i celá firma, která ve 20. a 30. letech minulého století opředla republiku sítí moderních prodejen známých jako „broukárný“.

Nejenže šlo o funkcionalistické architektonické skvosty, především po západním vzoru nabízely široký sortiment zboží podle sloganu „vše pro dům a byt“ a přicházely s mnoha novinkami. Se samoobslužným prodejem, zásilkovou službou

a nákupy na úvěr. Navíc s eskalátory, dětskými koutky nebo odpočinkovým zázemím pro zaměstnance.

Velká česká města začala dohánět zpoždění, protože první moderní obchodní dům v Paříži otevřeli už v polovině 19. století.

Výkladní skříň podniku, v jehož čele stál selfmademan Jaroslav Brouk, se v roce 1939 stala pražská Bílá labuť. Pak už však následovala okupace a poválečné znárodnění, které zákazníky oceňovaným podnikem definitivně pohřbilo.

Obchody po celé republice

Lídr úspěšné společnosti Jaroslav Brouk se narodil v Hlincích severně od Plzně. Jeho otec, místní rolník, chtěl nadaného synka poslat na studia, ten však odmítl a chtěl být obchodníkem. Ve třinácti nastoupil do učení a stal se i pomocným prodávacem, a teprve později nastoupil na pražskou obchodní akademii, kde vynikal v účetnictví. Tam se také seznámil s Josefem Babkou, s nímž vytvořil nerozlučnou dvojici.

V roce 1908, ve 24 letech, v Holešovicích otevřeli koloniál se jménem Brouk a Babka, který se specializoval na prodej kávy a čaje. O dva roky později se Babka ze společnosti stáhl. Jednak ze zdravotních důvodů, jednak podniku, který v té době prodělával, tak úplně nevěřil. Odešel do Klatov a otevřel si tam vlastní obchod.

Oba zůstali přáteli, a dokonce i dvojité jméno pražské firmě zůstalo. Ta vzápětí začala s prodejem textilu a už pod vedením samotného Jaroslava Brouka expandovala. Ještě za monarchie koupil Brouk v dnešní ulici Milady Horákové budovu, kterou hodlal přebudovat na skutečný obchodní dům. Velkorysé plány ale na několik let zadržela první světová

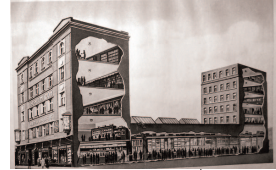
Jaroslav Babka dbal o své zaměstnance. Ti v obchodním domě v Ostravě mohli odpočívat za hezkého počasí i na venkovní terase.





Jaroslav Brouk

- ◆ **1884** - V Hlincích se v zámožnější rolnické rodině narodil Jaroslav Brouk. Později se vyučil prodávčem a vystudoval v Praze obchodní školu.
- ◆ **1908** - Spolu se svým spolužákem Josefem Babkou založil firmu Brouk a Babka, v té době koloniál v Praze-Holešovicích specializovaný na čaj a kávu.
- ◆ **1910** - Josef Babka se pro nemoc stáhl ze společného podnikání, jméno rychle rostoucí firmy, z níž se definitivně stáhl po první světové válce, ale zůstalo stejné.
- ◆ **1919** - V Praze na Letné vznikl obchodní dům, který se stal základem podniku. Firma nabízela „vše, co dům a byt potřebuje“.
- ◆ **1927** - Prosperující podnik se změnil na akciovou společnost a získal koncernovou podobu.
- ◆ **1928** - Společnost převzala obchodní dům v Českých Budějovicích a vybudovala velký obchod v Ostravě.
- ◆ **1934** - V rekordně krátkém čase společnost postavila obchodní dům v Brně.
- ◆ **1939** - V Praze byla otevřena vlnková loď koncernu, nejmodernější středoevropský obchodní dům Bílá labuť s více než pěti sty zaměstnanců.
- ◆ **1945** - Vedení se ujal Jaroslav Brouk mladší (1910-1989).
- ◆ **1948** - Firma byla znárodněna a její obchodní domy předány prodejním státním podnikům.
- ◆ **1953** - Jaroslav Brouk zemřel jako zaměstnanec podniku Napako.



válka. Oprášit je mohl až po svém návratu ze zákopů, kdy objekt konečně přestavěl a otevřel. Zákazníci se jen hrnuli, zájem byl obrovský a obrat za poválečné konjunktury, kdy i do Československa zavítala „zlatá dvacátá léta“, prudce rostl.

Kromě toho, že si firma pronajala rozsáhlou plochu v paláci Pražských vzorkových veletrhů, začala s libozvučným názvem Brouk a Babka pronikat do dalších měst. V roce 1928 převzala obchodní dům Lido v Českých Budějovicích, krátce poté otevřela obchodní dům v Ostravě a později pobočky v Liberci, Plzni, Bratislavě a Brně.

Funkcionalismem proti konkurenci

Jaroslav Brouk ale nespolehal jen na to, že podobně jako Tomáš Baťa opřede republiku sítí prodejen. Konkurence byla tvrdá, podle sčítání z roku 1930 bylo v zemi 172 tisíc obchodů. Většinou šlo o nevelké obchůdky s potravinami. Univerzálních obchodů bylo daleko méně, nicméně existovaly. Těmi hlavními byly – jak uvádí Jana Geršlová v publikaci Podnikatelské osobnosti – kromě Brouka a Babky v Praze společnost Jepa, Aso – Ander a syn v Olomouci, Leo Tausssig v Hradci Králové či ostravský Rix.

Ambiciózní Brouk se mezi jinými obchodními domy snažil od počátku prosadit už na první pohled. Třeba nepřehlédnutelnou architekturou. Při budování svého obchodního impéria sázel na tehdy módní funkcionalismus charakterizovaný

účelovostí, jednoduchými rovnými liniemi, prostorností, sklem i světlem, a spolupracoval proto s uznávanými staviteli tohoto směru.

K úspěchu si ale především pomáhal novinkami odkoukanými v Berlíně, a zejména v USA, kde byli obchodníci o několik desetiletí napřed třeba i proto, že kupní síla lidí v amerických velkoměstech byla čtyřikrát vyšší než v prvorepublikové Praze.

Jednou takovou „novotou“ byl důraz na to, aby prodejní oddělení byla nově uzpůsobena, aby zákazník měl ke zboží dokonalý přístup a mohl si ho v regálech osahat a vyzkoušet přesně podle reklamního sloganu „u nás si zboží můžete vybrat nejen očima, ale i rukama“.

K tomu se každý půlrok měnilo uspořádání, cílem bylo kupující neustále překvapovat a nedopustit, aby se vraceli do stejného prostředí.

Podnikatel trval na tom, aby jeho prodáváci byli usměvaví a ochotní.

Zboží přímo
ke spotřebiteli.

Jaroslav Brouk



OBCHODNÍ PALÁC SVĚTOVÉ ÚROVNĚ

BÍLÁ LABUŤ

PRAHA-POŘÍČ

- **Rozhodnutí o stavbě padlo v roce 1936** a předcházel mu vznik nové akciové společnosti a získání rozsáhlého úvěru. Dům vyrostl během tří let Na Poříčí podle plánů architektů Josefa Kitztricha a Josefa Hrubého. Interiéry navrhl další funkcionalista Jan Gillar.
- **Při otevření v roce 1939 šlo o největší obchodní dům ve střední Evropě** - jedenáctipatrovou (dvě podlaží jsou v podzemí) prosklenou stavbu s ohromným čelním „oknem“, pěti rychlovýtahy a eskalátory.
- **Celkem 540 zaměstnanců prodávalo na ploše 15 tisíc čtverečních metrů**, což představovalo dvojnásobek tehdejšího trávníku letenské Sparty. Unikátem se staly pokladny, kdy každé prodejní oddělení bylo spojeno potrubní poštou s ústředím. Návštěvnice ocenily dětský koutek s vychovatelkami a úschovnu kočárků.
- **V roce 1948 byla znárodněna** a přešla pod síť obchodních domů Prior.
- **Od roku 1991 ji vlastní akciová společnost Transakta.** Zůstala plnosortimentním obchodem a v suterénu přibyl potravinářský supermarket.

Na druhou stranu věděl, že zaměstnanci musejí být motivováni a mít možnost zvýšit si plat v závislosti na množství zboží, které prodají. Vybízeli je k podávání zlepšovacích návrhů, a pokud byl jejich námět uznán a zaveden, mohli si opět přijít k penězům navíc.

Získali i řadu výhod, které v té době nebyly vůbec zvykem: delší polední přestávku a půlden placeného volna každý týden na vyřizování osobních záležitostí. Dostávali třináctý plat a každoročně v dubnu bilanční vyrovnání, tedy prémie podle prosperity podniku. Při Broukových obchodácích vznikla i fotbalová mužstva a majitel se rád chlubil jejich výsledky.

To vše, včetně zaměstnaneckých opalovacích lehátek na terasách Bílé labutě i v Ostravě, mělo vyvolat pocit sounáležitosti. Důvěra přesto měla meze. Aby se zabránilo krádežím, hrála se na vratnicích pravidelně jakási ruleta: komu při odchodu z práce padla červená, musel se podrobit prohlídce.

Sázka na dluh

Firma Brouk a Babka neprodávala jen za hotové. Po americkém vzoru zavedla nákupy na úvěr, takzvaný B+B systém, kdy si zákazník mohl vybrat dobu splatnosti. Pokud zaplatil do půl roku, hradil jen čistou cenu zboží, při delší době splatnosti se úrok pohyboval kolem tří procent.

V praxi dostal kartu na domluvenou částku a při nákupech mu v jednotlivých odděleních zapisovali příslušné částky. Pak v účtárně účet potvrdili a dohodly se konkrétní podmínky.

Za zvláště výhodné se považovaly úvěry na velké nákupy, například na kompletní zařízení bytu či pořízení výbavy.

Firma přitom nevyžadovala žádné záruky. Měla o lidech kupujících na dluh vlastní informace, které pečlivě sbírala. Poskytovali je většinou její dlouhodobí zákazníci, kteří dotyčně znali a mohli o nich poskytnout reference. Za své informační služby dostávali drobné dárky.

Dnes by to bylo považováno za nedovolený zásah do soukromí a práskáčství, společnost se ale díky tomu nikdy nedostala do větších problémů s neplatiči, a mohla vycházet zákazníkům vstříc dokonce tehdy, pokud se dostali do finančních potíží, snížením, nebo alespoň odsunutím domluvené splátky.

Jaroslav Brouk kvůli rozsáhlému prodeji na dluh, díky kterému získal další desítky tisíc zákazníků, čelil ze strany konkurence nemalé kritice a často musel svůj postup obhajovat. V jednom z propagačních letáků se například objevilo jeho teoreticky laděné tvrzení, že „poskytování a přijímání úvěru jest jedním z nejdůležitějších předpokladů, aby veškeré soukromé, státní a i světové hospodářství bylo udrženo v chodu“.

Jinou novinkou byla zakrátko velice žádaná zásilková služba. Reklamní letáky společnost dvakrát ročně posílala na 600 tisíc adres. Zájemci na požádání dostávali katalogy a ceníky, u látek i vzorky. Protože jejich cena byla vysoká, požadovala firma jejich vrácení spolu s objednávkou.

Postupem doby se zasilatelství stalo největším oddělením celého podniku.

Jaroslav Brouk spoléhal i na sílu propagace a nechal vymýšlet nové a nové slogany. Jeden z nich, v roce 1927, na vrcholu konjunktury, tvrdil, že „kdo byl v Praze a nenavštívil obchodní dům Brouk a Babka - nebyl v Praze“.

Ve stejné době se jeho firma s 500 zaměstnanci stala největším obchodním podnikem v republice.

Jak obejít velkoobchod

K dosažení lákavé ceny bylo nutné vybrat vhodné dodavatele. Firma se snažila vyhýbat zbytečným mezičlánkům a nakupovala přímo u výrobců a vždy v co největším množství. Pomáhaly přitom kvalifikované odhady odbytu výrobků. Náklady ale hlavně snižovaly smlouvy na celoroční odběr vybraného zboží, kdy

600
tisíc

Na tolik adres společnost rozesílala každoročně **reklamní letáky** propagující zásilkový prodej.



BROUK + BABKA

dodavatelům odpadaly náklady na reklamu a prodej, což se promítalo do nižší sjednané ceny.

Jaroslav Brouk byl náročný, nové zboží osobně prověřoval a dával přednost menším firmám, které byly ochotnější přizpůsobit se jeho požadavkům.

V „broukárnách“ bylo k dostání téměř vše. Bývalo v nich na 120 oddělení pro látky, prádlo, koberce, boty a klobouky, ale i pro nábytek, nádobí, hodiny, šicí stroje a hudební nástroje. K tomu se nabízely sportovní potřeby, motocykly a třeba zlaté šperky. Obchodní domy se neustále přestavovaly, zvětšovaly a přibývaly nové. Nemaleou roli hrálo, že osobně nenáročný Brouk byl zvyklý vydělané peníze okamžitě investovat.

Stavěl přirozeně tam, kde mohl vydělat. Například v Ostravě, která rostla a v níž podnikatel doslova cítil peníze lidí přijíždějících do nového průmyslového centra za prací. Tamní obchodník se nazýval „Bílý dům“ a šlo o budovu s odděleními pro prodej právě propagovaného zboží a pro mimořádné slevy, informacemi, občerstvením, čekárnou a čítárnou. Pravidelně se tam měnila výzdoba a prodávalo se i na ulici před vchodem.

Zásadou bylo, že vše musí běžet jako na drátkách za každé situace. Například za mnichovských dnů během podzimu 1938, kdy se Ostrava stala pohraničním městem, nebyla dramatická situace v Broukově obchodě nijak patrná. Dál se nabízelo zboží na úvěr, získávali noví zákazníci, a zatímco se město připravovalo na nálety, ve stropě obchodního domu jen opravovali poškozená okna. „To vše působilo na mé rozrušené nervy tak uklidňujícím dojmem, že na to nikdy nezapomenu,“ vzpomínala jedna z tehdejších návštěvnic.

NeSplněné sny

Ve středu pozornosti rozrůstajícího se koncernu ale dále zůstávala Praha. Největší investicí Jaroslava Brouka se nakonec stala Bílá labuť s plánovanou denní návštěvností 20 až 30 tisíc lidí.

S osmimetrovou neonovou labutí na střeše a obřím „oknem“ v průčelí se stala i moderní dominantou hlavního města.

Název firmy **Brouk a Babka** se veřejnosti i odborníkům - kvůli libozvučnosti a rytmice - natolik zamlouval, že zůstal i po odchodu Josefa Babky ze společného podniku.

Josef Babka (vpravo) **byznysu s drahým rozjezdem** nevěřil a v roce 1912 z vedení firmy a pak i podniku samotného vystoupil. Jaroslav Brouk společnost osobně řídil až do roku 1945.

Otevřena byla až v březnu 1939, krátce po obsazení českých zemí nacisty. Mezi první zákazníky proto patřili němečtí vojáci, kteří měli na bohaté nákupy díky úředně nadhodnocené marce dostatek peněz. Už za druhé republiky, kdy výstavba Bílé labutě finišovala, musel Jaroslav Brouk odrazet útoky antisemitů, že část akcií koncernu je v rukou židovského kapitálu, nebo že majetkový podíl vlastní exprezident Edvard Beneš a jeho manželka.

Okupace a válka podnik poškodila. Přišel o obchody v Liberci a Bratislavě a do říše snů se odsunuly dřívější rozvojové plány. Brouk totiž měl v úmyslu expandovat na Slovensko, hlavně do Košic, a na Zakarpatskou Rus. Podobný obchodní dům jako Bílou labuť podle historické práce Aleny Jahnové chystal stavět také v Praze Na Příkopěch.

Po osvobození převzal vedení společnosti syn Jaroslav Brouk mladší, který k tomu byl od mládí připravován. Zato mladší Bohuslav se do podnikání nehrnul. Už před válkou odmítl ředitelovat v jedné z poboček a místo toho horoval pro surrealismus a psychoanalýzu, psal odvážné erotické texty a přidal se k salonní levici.

Kvůli skutečné levici si jeho bratr šéfování moc neužil. Komunisté slavnou obchodní firmu, která opět nabírala dech, v roce 1948 znárodnili. Jaroslav Babka junior potom v Jáchymově kopal uran a dožil jako řidič záchranné služby. Stát ho také až do poloviny 60. let minulého století popotahoval kvůli nesplaceným úvěrům z doby stavby Bílé labutě.

Sám zakladatel firmy, Jaroslav Brouk starší, skončil jako závozník ve firmě Napako a zemřel v roce 1953.

Veřejností tolik oceňované podnikání obchodnické rodiny zostudilo ministerstvo informací v publikaci s názvem „Černá kniha kapitalistického hospodaření před únorem 1948“. Obchodní domy převzaly státní prodejní podniky a okamžitě je přejmenovaly. V Liberci najednou měli Jiskru, v Praze Letnou a v Ostravě Ostravanku.

Bílá Labuť si původní jméno uchovala a zůstala přes potíže se zásobováním až do poloviny 70. let minulého století, do otevření Kotvy a Máje, největším pražským obchodním domem. Krátce po pádu komunismu uprostřed roku 1990 také uvítala 400miliontého zákazníka.

