

MÁS KOR – MÁSKÉNT

Bőrönd Ödön meg a Westend

szöveg: Elek Lenke, fotó: Baric Imre

Nem megy ki a fejemből a Kalácsa nóta – Bőrönd Ödön a Köröndön – miközben Kodály Zoltán tere felől, a tavaszi szélben dudorászva, a Sóházba tartok. Itt beszéltem meg találkozót Walch Ottóval, aki nagy örömmel mesélt hobbijáról. A retrobőröndök új életéről, arról, hogyan született újjá műhelyében személyre szabott ajándéktárgyként egy súlyosan hagyományos bőrdíszműves tárgy. Marketingszakember, kreatív ötleteit a Skálától a Pólus Centeren át a WestEnd City Centerig sikerrel hasznosította az utóbbi évtizedekben.



Walch Ottó bőröndjei nem abba a kategóriába tartoznak, amelyeket a fapados gépeket kiszolgáló személyzet dobál kíméletlenül egymásra, és amelyek újabban kemény fém és műanyag külsőt, valamint több ponton erősítést kaptak, hogy kibírják ezt a strapát. Nem is Samsonite-ék vagy Louis Vuitton patinás sztárkollekciói ezek, amelyeket testőrök raknak fel nagy óvatossággal a magángépekre, hogy ne essen bajuk a többmilliósi remekeknek.

Walch a hajdani vulkánfiberekből terem bájos, egyedi darabokat, varázsolja újjá a régieket, vagy készít megrendelésre a hajdanit utánzó, vadonatúj táskákat. Az ötletet még meg is csavarja, hiszen rájuk lehet festeni családi fotókat, városlogót, céges feliratokat, márkajeleket, borcégereket, sztárok képeit – és még ezerféle egyedi díszítést. Más kor – másként...

A vulkánfibre szó maga is retró. Egyike volt a legelső műanyagoknak, az 1800-as évek közepe felé találták fel. Erős, szívós, természetes alapú cellulózszármazék. A papírt cink-kloriddal kezelik, hatására a papír rostjai megduzzadnak, a felületen egy összefüggő ragadós réteg keletkezik. Amikor az kiszárad, megszületik a bőrhöz hasonló felületű természetű termék. A papírlemezeket még kiszáradás előtt össze szokták préselni, és így tetszés szerinti vastagságú, strapabíró anyag jön létre.

Ez még nem a PET-palack-áradat, amely aztán ellepi a tengereket, és már a halak húzában is fellelhető, hiszen a sziklák által parányira morzszolt mikroszemcséket a vízzel óhatatlanul lenyelik – nem. A vulkánfibre bőröndöket – amelyek megjelenésük idején nem voltak olcsó termékek, jól lehet, később kisebb lett az ázsíójuk, mint a bőrből készülteknek – sokáig használták régebbi korok turistái. A vulkánfibre lett az első tömegturisztikai kellék, amely jelezte tulajdonosa középosztálybeli társa-



dalmi státuszát, ugyanakkor azt is, hogy a világhír feltartóztathatatlan. Családi megbecsült társak lettek, amelyek, olykor szó szerint, megjárták a hadak útját. Tudnának mesélni...

És mesélnék is. Olyannyira, hogy a szívnek valamiért kedves, száz éves darabokat is van, aki szívesen felújítja, pontosabban felújíttatná. Ha nem akadna már belőle a padláson, a pincében, de a Vaterán is többszáz darab vár eladásra. Amennyiben valaki az újjávarázslás – vagy a rendelés – mellett dönt, akkor lép színre főhősünk.

A kreatív emberekből, dolgozzanak akár milyen beosztásban, előbb-utóbb előtör a fantázia. Ottó szerencsésnek mondhatja magát, hiszen a marketing hazai pionír időszakában már megcsillogtathatta ötleteit, sziporkáit. A Skála volt az első cég Magyarországon, ahol vevők voltak az itthon még soha nem látott-hallott reklám- és PR-megoldásokra. Ma már nem áll az a régi budai Skála, ahol annak idején kezdte, de az a stáb, amely elindította az első szocialista vállalkozást, többnyire együtt maradt a mai napig.

– *Hogy kezdődött?*

– Mindig szerettem a régi patinás tárgyakat, az oldtimer kocsikat. Egyszer kimentem az Ecsereire, és elkezdtem felvásárolni az ott talált majd másfélszáz, akkor még fillérekebe kerülő bőröndöt. Mire a piac végére értem, már kétszer annyiba került egy-egy darab – híre járt, hogy itt egy őrült, aki ezekben beleszeretett. Nem

bántam, tudtam, hogy mindegyik gazdájára talál majd, ha megszépül.

– *Itt az irodában, a polcokon szinte csak kicsi, vállra akasztósokat látok.*

– Igen, ezek nem a repülőgépre feladható típusok... – miközben beszélgetünk, Ottó az asztalra fektetett, talán ötven évesnél is régebbi bőrtáskából szedi elő a prospektusokat. Van, amelyiken a négy Beatles jellegzetes gombafejét látom, egy másikon a villányi borvidék lankáit, vagy egy tucatnyin Budapest nevezetességeit. Ilyeneket kellene árusítani a szállodák „shopjaiban”, nem giccses szuveníreket... fut át az agyamon. De hopp, itt vannak a távoli világvárosok is, lehet választani, New Yorktól a tulipános Amszterdamig, kinek melyik áll közel a szívéhez

Eleinte csak a régieket alakította át, de ma már akkora az igény, hogy a retro vulkánfibernel nem tudná kielégíteni az igényeket. Egyszer megbízta egy bank, hogy készítsen ilyet a partnereinek – és soha nem volt még náluk akkora sikere karácsonyi céges ajándéknak. Ehhez persze hozzájárult az is, hogy két rúd finom bejglit is belerakott egybe-egybe az alkotó, édes meglepetésnek.

Az is előfordult, hogy a Westendben lévő üzletbe betoltak kerekesszéken egy urat, aki nézelődött, nézelődött, majd rendelt aznap estére nyolcvanát, és kérte, hogy estére szállítsa a kollekciót a Four Seasons-be. Nos, ekkor már sejtethető volt, hogy az úr legalábbis – sejk...

Meg is hívta őt Dubajba, a közel-keleti meseországba, és összebarátkoztak. Az egyik leghelyesebb táská éppen az Emirates légitársaság logóját viseli – ez a világ egyik legnagyobb légitársasága, amelynek bordó kalapács, fehér fátylas stewardessei minden szépségversenyen dobogós helyezést érnének el. A reptéren még a légitársaságok alkalmazottai is irigykedve nézik azokat, akik ilyenekkel a villukon igyekeznek a gate felé.

Ahhoz persze, hogy valaki pár óra alatt ekkora rendeltést képes legyen teljesíteni, szükségeltetik egy megbízható alpanyag- és kellekipari szállító, egy kiváló grafikus, *Román Katalin*, meg egy olyan család, amelynek a tagjai segítenek a rendelések teljesítésében. A házban olykor mindenütt – a tetőtérben, a bejáratnál, az előszobában – várják a frissen elkészült darabok, hogy újra keljenek, ki tudja, a világ mely részébe. Van, aki születésnapra rendeli, más ebben tartja a képeslapgyűjteményét, megint más a családi fotókat.

A hobbiból mára manufaktúra lett, ha úgy tetszik, megkezdődött a sorozatgyártás. De mindegyik darab ma is egyedi. Walch Ottó – bár nem kerülték el életét a tragédiák – boldog ember. Látszik rajta, amikor mosolyogva a kedvenceiről mesél, vagy amikor megismogat egy-egy különösen jól sikerült kis bőröndöt.

Aligha sejtette volna ezt a vulkánfíber fel-találójá, aki az 1850-es évek közepén először fedezte fel a cellulóz sokoldalúságát... ●