



**Glas
Gospodarstva**

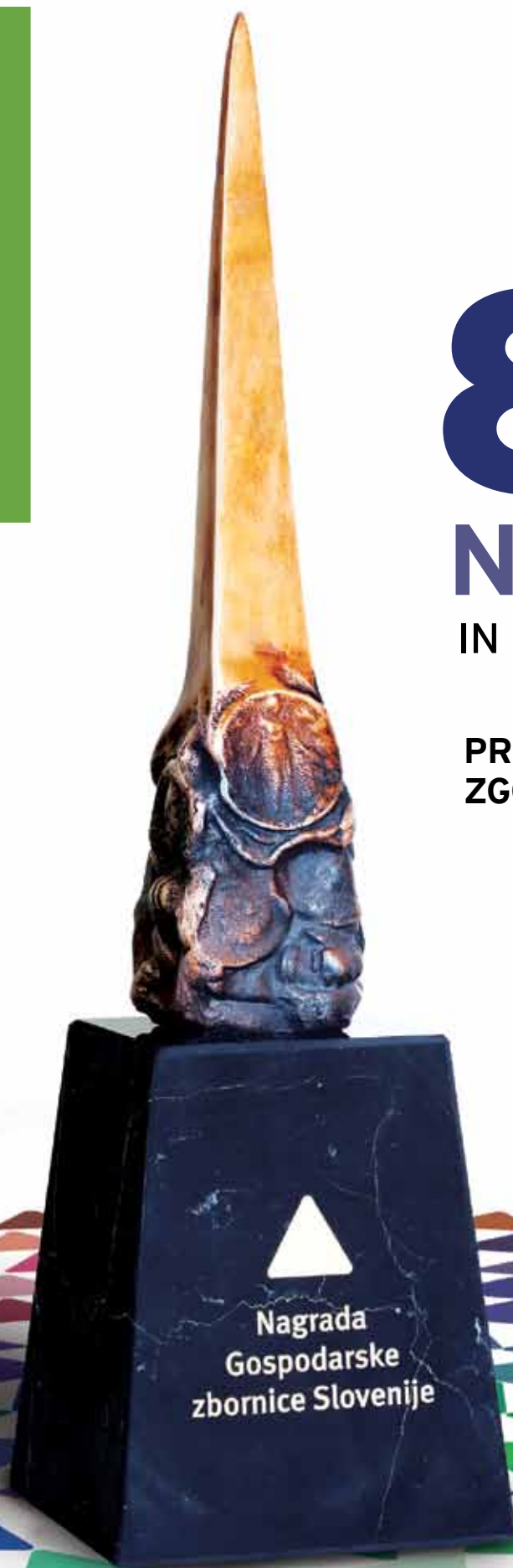
posebna izdaja
marec 2014

8

NAGRAD

IN 9 NAGRAJENCEV

**PREDSTAVLJAMO
ZGODBE O ODPRTOSTI**



Nagrada
Gospodarske
zbornice Slovenije

SITULA

VELIKO MESTO V SRCU PRESTOLNICE

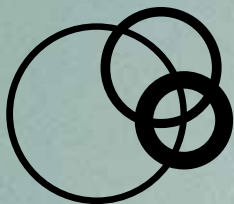


PRVI
STANOVALCI
SE ŽE
SELIJO

SITULA je samostojno mesto v malem. Visoka kultura bivanja, prvovrstni poslovni prostori in ponudba storitvenih lokalov, na odlični lokaciji v središču mesta.

VEČ INFORMACIJ: **080 50 06** • **INFO@SITULA.EU** • **WWW.SITULA.EU**





Uspeh je za vse.

Zakaj torej ne bi uporabili preproste rešitve, s katero lahko povečate učinkovitost svojega posla?

Microsoft Office 365



- > **50 GB** za poslovno pošto
- > **25 GB** za shranjevanje v oblaku
- > spletni Word, Excel, PowerPoint ...
- > kjerkoli in kadarkoli
- > brez vezave in stroškov vzdrževanja

že za **4,99 €**
na mesec



Popolna pisarna

Poslovne rešitve Office 365 so namenjene samostojnim podjetnikom posameznikom in pravnim osebam. Za uporabo poslovne rešitve Office 365 je treba izpolnjevati določene minimalne tehnične pogoje in nato skleniti pogodbo z družbo Si.mobil, d. d. Za Office 365 veljajo Posebni pogoji uporabe, ki so dostopni na www.simobil.si, na 040 40 40 40 in na Si.mobilovih prodajnih mestih. Si.mobil, d. d., Šmartinska 134b, 1000 Ljubljana.



simobil.si

V VSEBINI



5 Nagovor
predsednika GZS

6 Potrebujemo
nadstrategije
odpiranja

12 Tomaž Benčina
Cinkarna, Metalurško -
kemična industrija Celje, d.d.

14 Danilo Ferjančič
Porsche Slovenija d.o.o.

16 Janez Kodila
Kodila d.o.o.

18 Hubert Kosler
Yaskawa Ristro d.o.o.

20 Jože Mermal
BTC d.d.

22 Andrej Orožen in
Dr. Jure Knez
Dewesoft d.o.o.

24 Iztok Stanonik
Polycom Škofja Loka d.o.o.

26 dr. Otman Zorn
Iskra Zaščite d.o.o.

28 Dosedanji prejemniki

32 Odprtost v petih slikah

34 Zgodbe o odprtosti

60 Ustvarjalci prireditve

62 Pokrovitelji in partnerji

Šampioni in luzerji

Na nedavni okrogli mizi o razmerah v slovenskem gospodarstvu me je eden izmed udeležencev presenetil z vprašanjem, zakaj smo lahko v športu tako uspešni, na drugih področjih, predvsem v gospodarstvu, pa taki poraženci.



Samo Hribar Milič
predsednik GZS

Z UPRAVIČENIM NAVDUŠENJEM smo spremljali letošnje zimske olimpijske igre. Dosežki, ne le dobitnikov kolajn, so res izvrstni. Primerjave, s katerimi so pohiteli v svetu, nas uvrščajo med najuspešnejše športne države, če primerjamo osvojene kolajne s številom prebivalcev. Vse po vrsti zanima, kaj delamo, da smo tako uspešni v vrsti športnih panog? Kakšen sistem imate, da razvijate toliko talentov? V zadregi smo, saj poznamo ocene športnih funkcionarjev o razmerah v slovenskem športu, o organiziranosti celotnega sistema in posameznih podsistemov. In poznamo zgodbo Tine Maze, ki je tako uspešna predvsem zato, ker je izstopila iz sistema. Vsekakor pa so letošnji dosežki tako izjemni, da bodo prihodnje generacije v njih dobivale navdih in izzive, kako to vsaj približno ponoviti.

Kako to mislite, luzerji, sem odgovoril z vprašanjem. Ja, je odgovoril, pogledajte okoli sebe, kaj se dogaja, ne nazadnje ste prav na GZS ves čas na čelu tistih, ki napovedujejo slabe novice. Že res, sem odgovoril, vendar naše kritike zdajšnjih razmer in slabih praks še ne pomenijo, da tudi v gospodarstvu nimamo šampionov, mednarodno uglednih podjetij, z visoko stopnjo tehnološke zahtevnosti in inovativnosti.

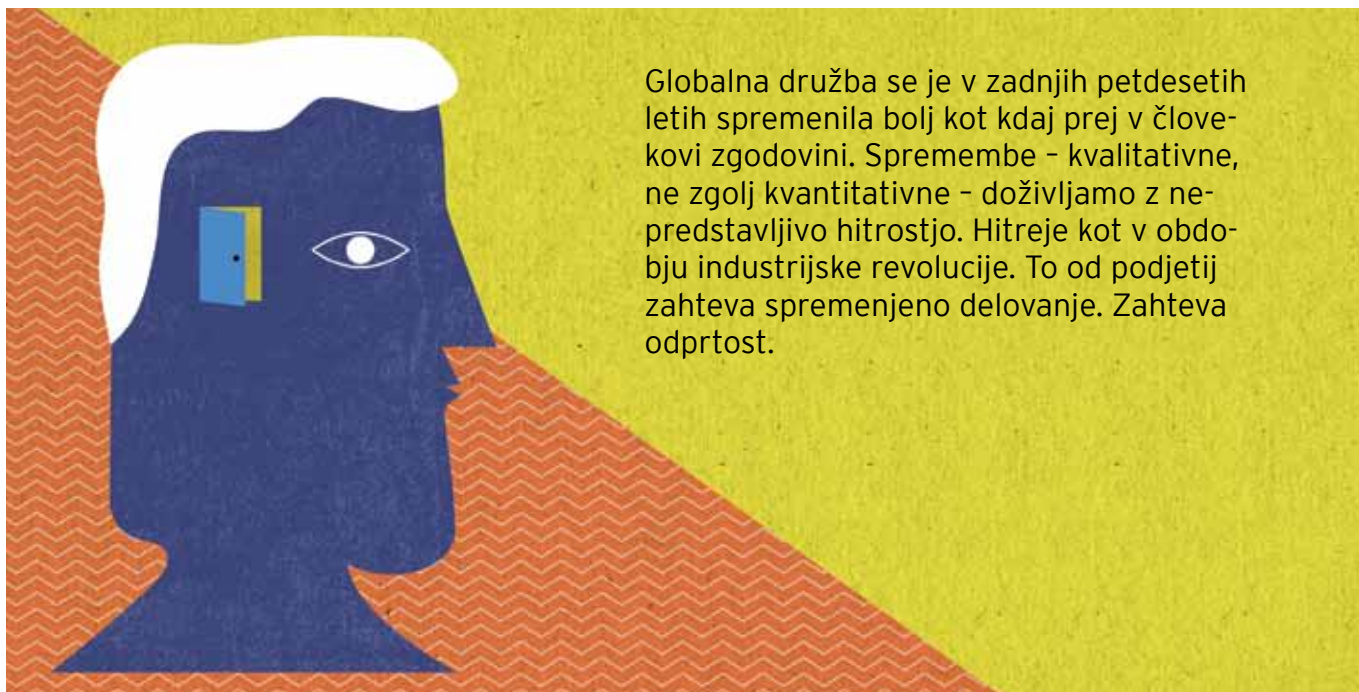
Tudi v športu, kjer ob slavljenju šampionov, tudi če jih je toliko, kot smo jih imeli letos, pozabimo, da vsi pa niso šampioni, da uspe le enemu izmed tisočev, da številnih talentov, ki so prav tako posvetili vse svoje mlado življenje vrhunskim dosežkom, letos v Sočiju ni bilo, ker so se poškodovali, je zmanjkalo sredstev, niso imeli prave strokovne podpore ... V gospodar-

stvu pa ob navajanju težav in problematičnih pozabimo in spregledamo, koliko je uspehov in uspešnih.

Na GZS tudi letos nagrajujemo izjemne gospodarstvenike. Pridružili se bodo številnim, ki so v minulih 45 letih dobili to najvišje priznanje. Za svoje pretekle izjemne dosežke. Velika večina, več kot tri četrtine, jih je dobila za vodenje podjetij, ki so še danes aktivna. Sam menim, da glede na vse pretrese, ki smo jih doživeli v minulih 45 letih, od svetovnih kriz do vojne in zamenjave države in sistema, še vedno deluje zavidljivo število podjetij, iz katerih so prihajali nagrajenci GZS. In še posebej me veseli, da kandidatov za nagrade ne zmanjka. Kljub krizi, ali pa prav zaradi nje, so najboljši še izjemnejši. Naša podjetja srečamo na vseh celinah, po izvozu na prebivalca smo prav tako v vrhu kot smo pri športnih dosežkih, po inovativnosti smo nad evropskim povprečjem. Ampak, šampionske miselnosti ne zanimajo povprečje, povprečna plača in počasnost našega sistema. Če je treba, vsaj formalno izstopijo iz Slovenije in izvažajo pod tujo državo, da dosežejo boljše pogoje in se izognejo posledicam prenizkega ugleda Slovenije. Zanimajo jih najboljši kadri, največji talenti, zavedajo se, da so le s kompetentnimi zaposlenimi lahko konkurenčni. Vendar pa tudi njih motijo številne slabosti v naši državi. Slabosti, ki onemogočajo, da bi se šampionskim podjetjem pridružila še številna druga. Da bi podjetništvo postala največja vrednota in ponos v Sloveniji. Ker šport je prijeten za oči in čustva, blaginje in delovnih mest pa ne prinaša.

Vprašanje, ki mi ga je postavil udeleženec okrogle mize, me spremlja še naprej. Ni bilo težko odgovoriti, da imamo tudi v gospodarstvu veliko uspešnih in šampionov. A zakaj imamo kljub temu toliko izgubarjev, težav, ki jih ne rešujemo, temveč poglabljamo? Podjetja brez dobička, razvoja, dodane vrednosti in država, ki socialno stabilnost gradi na zadolževanju za zaposlovanje v javnem sektorju, ne moreta prinesiti uspeha. Odgovor je torej preprost – tako kot športniki uspeha na olimpijskih tekmovalnih ne dosežejo le z izjemno pripravljenostjo, temveč tudi z merljivimi dosežki, bomo morali tudi v gospodarstvu in celotni družbi sprejeti »globalna« merila uspešnosti in konkurenčnosti. Časa za to pa nimamo do naslednjih olimpijskih iger.

Potrebujemo nadstrategije odpiranja



Globalna družba se je v zadnjih petdesetih letih spremenila bolj kot kdaj prej v človekovi zgodovini. Spremembe - kvalitativne, ne zgolj kvantitativne - doživljamo z nepredstavljivo hitrostjo. Hitreje kot v obdobju industrijske revolucije. To od podjetij zahteva spremenjeno delovanje. Zahteva odprtost.

Ideja vsakega strateškega delovanja je uravnoteženost organizacije in okolja – rečeno drugače, bolj ko je podjetje vpeto v svoje (mikro, mezo in makro) okolje, tesnejši ko je spoj med zadnjima, večja je verjetnost preživetja in možnost uspeha. In hitreje ko se svet spreminja, hitreje moramo reagirati, se prilagajati. Biti na mestu pomeni zaostajati. Preprosto ne moremo vztrajati pri neaktualnih, anahronističnih načelih delovanja.

Tudi koncepti preživetja, ki temeljijo na zaprtosti, so anahronizem – morda so bili dovolj v dobi nacionalnih ekonomij in vaških skupnosti (čeprav tudi v to lahko dvomimo), a danes vodijo zgolj v neustvarjalnost in neinovativnost, mentalno samoza-dostnost in izolacionizem. Za zaprtost smo večkrat krivi prav sami. Ker (se) ne znamo, ne zmoremo ali preprosto nočemo odpreti. Kot pravi ustaljena besedna zveza, si sami zapremo vrata. Ker smo vajeni življenja »za zaprtimi vrati«, odpiranje pa zahteva nekaj navora.

Smo odprti?

In Slovenci smo se že precej odpri – v ekonomskem smislu smo v odprtosti pred mnogimi evropskimi državami. Na prebivalca izvozimo dvakrat več kot Italija in kar štirikrat več kot Grčija. Prav izvozniki držijo slovensko gospodarstvo nad vodo in vlivajo upanje. Res pa je tudi, da smo se odpri predvsem proti Evropi – oddaljeni in težji trgi BRICS in N-11 še vedno ostajajo eksoti.

Odprtost namreč zahteva nenehno radovednost, motivacijo, željo in pogum. Potrebujemo nadstrategije odpiranja. Strategije iskanja bogastva v raznolikosti. Pa ne le podjetja, temveč vsi – posamezniki, skupine, mesta in družbe.

Neprimerno bi bilo zgolj govoriti o odprtosti, a je hkrati ne uresničevati. Zato smo k besedi povabili šest zanimivih oseb, ki v sebi nosijo različne vidike odprtosti. So radovedne, željne novih izkušenj in dosežkov. So odprte.



MARKO KUMER - MURČ
aktivist, komik in ustvarjalec

Radovednost ni nujno spontana

Slovenci smo zelo »odprti« do zamisli, ki nam jih nekdo diktira. Pripočela iz Bruslja sprejememo, ne da bi želeli dvomiti. Slabše pa nam gre pri stvarih, ki prihajajo iz nas, posebej pri tistih, ki zahtevajo spremembe utečenih vzorcev. Opažam, da je ta proces sprejemanja treba ves čas obnavljati, se vedno znova spraševati, kaj so moje želje, cilji, vrednote, kam je treba vložiti več »dela«. Sprejemati pripadnike odrinjenih manjšin se učim in obnavljam enako zavestno, kot poskušam biti odprt do novih idej, zamisli, občutkov. Radovednost je nekaj, kar ni nujno zelo spontana stvar.

Sprejemanje pa prinese tudi odgovornost, zahteva izpostavljanje in tveganja. Mikro primer tega je naročanje hrane, ki je še nisem imel na krožniku in ki utegne seveda tudi uničiti dobro kosilo. Podjetniki še posebej dobro vedo, kako težko je sprejeti odločitev za novo idejo, ki niti ni treba, da je zelo radikalna. Kljub vsemu pa se mi zdi zelo pomembno biti odprt, še pomembneje pa oceniti, katere stvari umestiti v svojo običajno življenjsko rutino.



ROMAN VOLČIČ
predsednik Košarkarske zveze Slovenije

Če nisi odprt, si nezanimiv

V času globalizacije ni več vprašanje odprtosti da ali ne. Če nisi odprt, si nezanimiv, si na obrobju. Ker je Slovenija majhna država, sta odprtost in sodelovanje na mednarodni ravni še toliko pomembnejša. V poslovnem smislu je odprtost nujna za večino slovenskih podjetij. Majhnost našega trga narekuje odpiranje na tuje trge. Odprtost je v športu verjetno še bolj pomembna in opazna kot v vsakdanjem življenju, saj je cilj športnika uspeh na mednarodnih tekmovanjih. Tako je odprtost v športu prvi pogoj za uspeh. Košarkarska zveza Slovenije odlično sodeluje z drugimi državami. Odprtost ti da širino in možnost primerjanja z drugimi. Če želiš uspeti v športu, moraš biti odprt za novosti in slediti razvoju. Tudi osebno mi je odprtost zelo pomembna. Rad spoznavam nove ljudi, nove kraje in običaje. Mislim, da nas odprtost bogati, daje nova spoznanja in nam popestri življenje.



Foto: Grega Žunič/Viva

NATAŠA BRIŠKI
novinarka, urednica Metine liste in nekdanja dopisnica iz Washingtona

Vse preveč je »plank«

Slovenci smo po vzpostavitvi neodvisne države in vključitvi v mednarodne integracije ostali brez pravih ciljev, smisla in vsebinskih identitetnih točk. Namesto širjenja svobode je okoli nas vse več »plank«, ki nas utesnjujejo in dušijo. Zato je treba odpreti okna in vdihniti svež zrak. Čim prej. Že včeraj.

Premajhni smo, prešibki in premladi, da bi se zapirali pred svetom. To bi bilo naravnost škoda, saj imamo ogromen potencial, dobro pa je treba deliti. Potrebujemo družbo, ki se ne podreja stereotipom, kaj pritiče moškim in kaj ženskam, na odgovorne položaje pa delegira po sposobnostih. Razlike velja preseči in iskati rešitve na izzive sodobnega časa. Dovolj odprtih glav smo, da si to zlahka privoščimo. Le upati si je treba.

»Odprto« Slovenijo si predstavljam tudi kot solidarno družbo, v kateri se dosledno spoštujejo individualne pravice in izkazuje razvidna skrb za skupno. V kateri vsak lahko živi svoje življenje na svobodno izbrani način, če le s tem ne ogroža pravic drugih.


ANA LUKNER

podjetnica in ustanoviteljica
fundacije Anina zvezdica


MATIJA GOLJAR

vodja pospeševalnika mladinskega
podjetništva Ustvarjalnik


ROK PRIMOŽIČ

predsednik Evropske
študentske organizacije

Pristnost, iskrenost in transparentnost odpirajo srca

Slovenci smo kot narod zelo obremenjeni in premalo odprti za novitete. Opažam namreč, da se stvari, ki so v tujini uspešne, pri nas izredno težko »primejo«. To zaprtost navsezadnje hitro opazi vsak Slovenec, ki je nekaj časa preživel v tujini in ob vrnitvi opazuje domačo okolico. Ne čudim se, da mladi zapuščajo Slovenijo – ko tu cele dneve garamo in stojimo na mestu, moji vrstniki v tujini precej hitreje napredujejo in se razvijajo. Dobivam celo občutek, da zaprti krogi, ki držijo niti v rokah, namenoma zavirajo spremembe in vztrajajo pri zaprtosti.

A prav čas krize je priložnost za odprtost in največji optimizem – ravno zdaj se moramo odpreti in spremeniti delovanje. Slovenski športniki in veliko drugih posameznikov navsezadnje dokazujejo, da so tudi v Sloveniji ljudje, ki štrlijo iz svetovnega povprečja, in da tudi Slovenci zmoremo biti odprti v svet. Izkušnje pa mi pravijo, da se Slovenci odprejo, ko k njim pristopiš pristno, iskreno, čisto in brez skritih namenov.

Odprtost je lastnost podjetnih ljudi

Odprtost je način razmišljanja, ki ga imajo podjetni ljudje. Tisti, ki so v vsakem trenutku pripravljeni na to, da se soočijo s svojimi prepričanji: nikoli ne bomo vedeli, kaj nas čaka v prihodnosti. Nikdar ne bomo prepričani, da je nek način reševanja problema res najboljši – venomer bo obstajala možnost, da se stvari lotimo inovativno.

Odprtost je pripravljenost posameznika, da se čim več pogovarja. Da je radoveden in pripravljen na odkrivanje novega. Najbolj uspešni so tisti, ki so sposobni širokih misli in ustvarjanja novih konceptov.

Odprtost je vezivno tkivo Ustvarjalnika. Med nami ni skrivanja idej in misli – pomembneje od skrivanja nam je, da dobimo iskreno povratno informacijo in nasvet. To je odnos, ki vlada med mentorji in mladimi podjetniki pri nas. In predvsem med podjetniki samimi. Ustvarjamo novo generacijo poslovnežev, ki bodo poštene, odgovorni in načelni.

Odprtost pa je tudi izhodišče za bolj pošteno poslovno okolje. Ideal, ki se mu poskušamo vsi približati. Prepričan sem, da Ustvarjalcem dajemo to vrednoto.

Nismo središče vesolja

Menim, da Slovenija vsekakor potrebuje precej več odprtosti v politični, gospodarski in civilni sferi. Na politični ravni moramo preseči naše vsakdanje prepire o tem, kaj se je dogajalo po drugi svetovni vojni, in se pogovarjati o prihodnosti, tudi v okviru globalnega dialoga, saj je Slovenija vpeta v mednarodne tokove in dogajanja v tujini še kako vplivajo tudi na nas. Tudi gospodarstvo mora pogledati prek meja naše države in svoje delovanje prilagoditi dejstvu, da posluje na svetovnem trgu. Kar pa se tiče civilne sfere, si lahko za začetek ogledamo primere iz drugih držav, kako lahko civilna javnost uspešno nadzoruje tako politiko kot gospodarstvo, česar pri nas še vedno primanjkuje. Vendar ni vse zlato, kar pride iz tujine in niti slučajno ne smemo nekritično prevzemati modelov, ki delujejo v drugih državah. Če pa želimo napredovati, moramo biti dovolj odprti za to, da si priznamo, da nismo središče vesolja in da se lahko kaj naučimo tudi od drugih.

Od kod so letošnji prejemniki Nagrade GZS?

CELJE

- 1** Tomaž Benčina
Cinkarna, Metalurško-kemična
industrija Celje, d. d.

LJUBLJANA

- 2** Danilo Ferjančič
Porsche Slovenija, d. o. o.

MARKIŠAVCI

- 3** Janez Kodila
Kodila, d. o. o.

RIBNICA

- 4** Hubert Kosler
Yaskawa Ristro, d. o. o.

LJUBLJANA

- 5** Jože Mermal
BTC, d. d.

TRBOVLJE

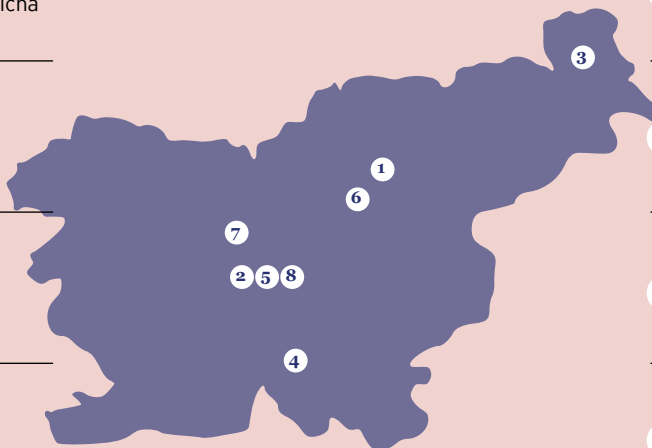
- 6** Andrej Orožen in
dr. Jure Knez
Dewesoft, d. o. o.

POLJANE NAD ŠKOFJO LOKO

- 7** Iztok Stanonik
Polycom Škofja Loka, d. o. o.

LJUBLJANA

- 8** dr. Otman Zorn
Iskra Zaščite, d. o. o.



Pogosta vprašanja in odgovori o Nagradi GZS

KDO PREDLAGA NAGRAJENCE?

Predlog za podelitev nagrade lahko dajo upravni odbori združenj oziroma zbornic dejavnosti in območnih zbornic v okviru GZS, gospodarske družbe in njihove oblike povezovanja, pa tudi poslovni partnerji in institucije z referencami za presojanje odličnosti gospodarskih subjektov.

KOGA VSE JE MOGOČE PREDLAGATI?

Pri prijavi morajo predlagatelji upoštevati nekaj pogojev: da kandidat vodi gospodarsko družbo ali poslovni sistem najmanj pet let, da družba posluje z dobičkom zadnjih pet let in ima sprejeto razvojno strategijo, rezultati gospodarjenja pa morajo biti predstavljeni transparentno.

KDO IZBIRA NAGRAJENCE?

Prestižnost Nagrade GZS potrjuje tudi dejstvo, da so člani komisije za nagrade nagrajenci iz minulih let. Komisiji pri delu pomaga strokovna skupina GZS.

ČLANI LETOŠNJE KOMISIJE:

Janez Škrabec, Riko, d. o. o., Ljubljana
(nagrajenec leta 2008) – predsednik

Vladimir Bahč, TPV, d. d., Novo mesto
(nagrajenec 2003) – član

Hugo Bosio, Bosio, d. o. o., Štore
(nagrajenec 2006) – član

Devid Palčič, Robotina, d. o. o., Kozina
(nagrajenec 2011) – član

Stanislav Rožman, Nuklearna elektrarna
Krško, d. o. o., Krško
(nagrajenec 2011) – član

Štefan Sobočan, Varis Lendava, d. d.,
Lendava
(nagrajenec 2009) – član

Ariana Grobelnik, GZS
(predstavnica GZS) – članica

Komisija merila nenehno dopolnjuje in danes upošteva kar 69 različnih kriterijev, ob splošnih razvojnih rezultatih, rezultatih poslovanja ter uveljavljanju na trgu tudi hitro in učinkovito prilagajanje spremenjenim razmeram poslovanja, vlaganje v intelektualni kapital, sodelovanje z univerzami in v evropskih programih, vključenost v inovativne skupine ter družbeno odgovornost. V času finančne in gospodarske krize komisija posebej upošteva in dodatno ovrednoti še prizadevanja za učinkovit stroškovni management, ukrepe hitrega tržnega prilagajanja in prestrukturiranja, ohranjanje delovnih mest ter rast in ohranjanje dobičkovnosti.

Nagrajenci poleg javnega priznanja uspehov prejmejo tudi diplomu in umetniško skulpturo, ki jo je izdelal akademski kipar Janez Boljka, oblikovalsko zasnovo pa ji je dal Miljenko Licul. Njihovo ime in ime gospodarske družbe se zapišeta na »steno nagrajencev« v Domu gospodarstva v stavbi GZS.

► Ne le optimizem jasnih misli, pošteno delo in razumno gibanje v svetu poslovnih priložnosti, temveč tudi pogum za odločilne povrnitve udarcem usode, nad katero preveč jadikujemo, so tiste presežne kvalitete, ki odlikujejo letošnje odlikovance Gospodarske zbornice Slovenije. Naj stojijo kot steber slovenskega gospodarstva in obstojijo kot zgled in vzor.

Janez Škrabec, Riko, d. o. o., predsednik Komisije za nagrade GZS

Tudi za
poslovne uporabnike

Neomejeni klici • Neomejeni SMS/MMS • 500MB

Ponudba akcijskega paketa Najbližji Premium velja za vse obstoječe in nove naročnike, ki v času od 7. 02. 2014 do 31. 03. 2014 sklenejo paket Najbližji Premium skupaj z aneksom za razširjeni paket/razširjeni paket z opcijo za 24 mesecev ali aneksom za popust za 24 mesecev. Za prehod med naročniškimi razmerji v primeru vezave veljajo pravila, objavljena na www.tsmobli.si/pomoc-in-informacije/prehodi-med-paketi.html, v primeru prehoda na Najbližji Premium za obstoječe naročnike paketa Najbližji M z aktivnim aneksom za razširjeni paket/razširjeni paket z opcijo ali aneksom za popust pa se obračuna strošek paketa na akcijsko ponudbo v višini 40 EUR. Vključene kolone storitev veljajo v radskem omrežju Tsmoblija (prikaz omrežja: Tsmoblijevo omrežje), storitve opravljene iz radiskega omrežja ponudnika nacionalnega gostovanja (prikaz omrežja: Tsmoblijevo Mobilnet ali znaki za gostovanje) in storitve po porabi vključenih kolon v radskem omrežju Tsmoblija pa se obračunajo dodatno po Ceniku. Vključene vsebine osti storitve v nobenem primeru ne obsegajo klicov na posebne in komercialne številke, klicov v tujo in odhodnih in dohodnih klicov v tujino. Aktiviranje SMS in tujini ali v pošiljanje SMS v donatorske ali komercialne namene, za paket Najbližji Premium veljajo Pravila primerne uporabe, ki določajo dopustne načine uporabe paketa. Prehod med paketi se obračuna v višini 10,00 EUR. Strošek priključnine je 12 EUR. Vse cene vključujejo DDV. Več informacij v Ceniku, na www.tsmobli.si, pa brezplačnejši telefoni 080 700 700 ter v smeh poslovalnicah Tsmoblija.

tu★smobil



Koroška. Mesto inovacij v srcu regije Alpe-Adria.

Koroška ponuja podjetjem odlične pogoje za raziskovanje, proizvodnjo in gospodarski uspeh:

- ⦿ privlačne spodbude
- ⦿ visoko kvalificirane strokovnjake s tehničnega področja
- ⦿ raziskovalne in kompetenčne centre, ki podpirajo gospodarstvo
- ⦿ industrijske in obrtne nepremičnine na najboljši legi
- ⦿ in profesionalen servis za investitorje, ki jih podpira pri vseh vprašanjih internacionalizacije ali širitve na Koroško
- ⦿ ob najboljši kakovosti življenja!

Investirajte zdaj! Vaš kontakt je:

Entwicklungsagentur Kärnten GmbH
Mag. Andreas Griessler
t.: +43(0)463 55800 91
e.: griessler@madeinkaernten.at

www.madeinkaernten.at



Gospodarska lokacija

Koroška



Najbolje v 140 letih

Čeprav se na prvi pogled ne zdi, pripoveduje Cinkarna Celje, ki jo vodi **Tomaž Benčina**, zgodbo o trajnostni rabi surovin – pred davnimi leti so pražili cinkove rude in iz »ostankov«, ki so nastajali pri praženju, začeli izdelovati pigment. Danes je glavni del prodaje izdelek, ki ima z imenom podjetja le zgodovinsko vez. V Celju namreč že dolgo ne pražijo več cinkovih rud.

Zmotno bi bilo prepričanje, da se celjska Cinkarna ukvarja le s cinkom. Imam prav?

Glede na to, da smo lani praznovali 140 let obstoja, je nekako razumljivo, da se je podjetje razvijalo v različne smeri. Iz metalurške smo tako po večini prešli v kemijsko dejavnost predvsem zaradi proizvodnje žveplove kisline. Pri praženju cinkovih rud namreč nastane žveplov dioksid, iz katerega se izdeluje žveplova kislina. Za uporabo velike količine žveplove kisline sta bili na voljo dve možnosti – proizvodnja umetnih gnojil ali titanovega dioksida. Ker je bilo v takratni Jugoslaviji mogoče dobiti tudi zahodno tehnologijo za titanov dioksid, je bila pred 41 leti sprejeta ta možnost. Žveplove kisline sicer danes ne proizvajamo več iz cinkovih rud, temveč iz čistega žvepla, ki ga kupujemo v bližnjih rafinerijah.

Koliko dejavnosti je še povezane s cinkom?

Približno 15 do 20 odstotkov prodaje. Res že 40 let ne proizvajamo cinka, imamo pa še vedno valjarno titancinka, delamo cinkovo žico, cinkove zlitine, cinkove anode ...

A glavnilno predstavlja titanov dioksid.

Ja, naš glavni izdelek je titanov dioksid, pigment, ki pomeni skoraj tri četrtine realizacije. Sicer imamo šest proizvodnih enot – poleg titanovega dioksida in cinkovih proizvodov se ukvarjamo še z grafičnimi ploščami, izdelujemo mase za gradbeništvo, imamo agro program. V poslovni enoti Mozirje izdelujemo praškaste lake in barvila za plastiko, v zadnjem času pa se razvija sicer najmanjša poslovna enota polimeri, kjer izdelujemo opremo za kemijsko industrijo, predvsem za farmacevtsko industrijo.

Zanimiv je podatek, da v vsej svoji 140-letni zgodovini Cinkarna prav danes posluje najbolje. In to v času krize.

Leto 2011 je bilo res prelomno, saj so šle cene titanovega dioksida v zelo kratkem času hitro navzgor, mi smo izkoristili ugodne dolgoročne nabavne pogodbe pri surovinah in ustvarili razmeroma visoke donose.

Kako sicer konkurirate velikim tekmečem?

V času konjunktore se veliki konkurenti včasih vedejo kot slon v trgovini s porcelanom in trdo obravnavajo kupce. Mi smo vedno poskušali prodajati zgodbo »majhno je lepo« in odkar vodim podjetje, še nismo izgubili omembe vrednega kupca. V letih konjunktore bi sicer lahko popolnoma zamenjali sestavo kupcev in s tem ustvarjali še višje donose, a kupci znajo ceniti zvestobo in nas tudi danes, ko je materiala dovolj, ne zapustijo. Poleg tega ne napadamo največjih svetovnih porabnikov in se usmerjamo na mala in srednje velika podjetja. Taki nas imajo radi v portfelju, da lahko disciplinirajo velike dobavitelje.

Iščete tudi nove programe?

V ta proces poskušamo vplesti vse zaposlene, zato imamo zelo dobro izdelan sistem inovacij in korisnih predlogov. Zavedamo pa se svojih omejitev, saj so naši razvojni potenciali manjši kot potenciali velikih tekmecev. Poleg tega imamo sredi mesta težave s širitvijo, Cinkarna pa se žal še vedno pogosto pojavlja v medijih kot nekdanji onesnaževalec.

Nekdanji?

Da. Mi sicer res ne bomo nikoli delali brez odpadkov ali izpustov v okolje, delamo pa v skladu z evropskimi direktivami oziroma regulativo in tem smernicam tudi sledimo.

V zadnjem času se vse več govori o privatizaciji ...

To je nekakšna logična posledica razmer v državi. Cinkarna Celje je bila po privatizaciji v večinski lasti holdingov, ki so zašli v težave. Poleg tega je tudi država razglasila, da se namerava umakniti iz gospodarstva. Velika večina lastnikov se tako strinja, da se poskuša podjetje prodati in pričakujem, da se bo sam proces začel razmeroma hitro. Pravzaprav se je že začel.

Kakšnega kupca si želite?

Predvsem takšnega, ki bi nadaljeval in razvijal dejavnost. To je v tem trenutku zelo težko pred-

▼
Odkar vodim podjetje, še nismo izgubili omembe vrednega kupca.



videti – nisem ravno prepričan, da bo kdo od tekmecev pokazal velik interes. Še manj verjetna je vertikalna integracija, saj so naši dobavitelji v težavah zaradi velikih vložkov v nova nahajališča, kupci naših izdelkov pa tudi ne kažejo pretiranega zanimanja. Pustimo se presenetiti.

Kako sicer komentirate gospodarski položaj v državi?

Lahko sem le vesel, da naše podjetje nima podobnih težav, kot jih imajo številna druga podjetja. Finančna kriza je k nam prišla v »pravem času«, saj nam je pred tem podjetje uspelo razdolžiti in smo danes tako rekoč brez dolgov. Mislim, da je v Sloveniji na nizki ravni predvsem stanje duha in posledično je tudi logično, da se pojavljajo ideje, s katerimi smo imeli opravka pred nekaj desetletji. Slovenci žal stopimo skupaj le, ko je res težko. Očitno še ni dovolj težko.

Kakšna bi morala biti vloga GZS pri reševanju krize?

Gospodarska zbornica v takšni ali drugačni obliki mora obstajati. Z regionalno in nacionalno zbor-

▼
**Slovenci
žal stopimo
skupaj le, ko
je res težko.**

► Mislim, da sem odprt človek. Tudi naše podjetje je prisiljeno biti odprto, saj smo za zaprtost v Sloveniji odločno preveliki. Odprtost je edini način, da se majhni – podjetje in država – obrnemo navzven. Pa ne le gospodarsko, temveč tudi čustveno.

Tomaž Benčina o odprtosti

nico dobro sodelujemo, pogrešam pa vlogo GZS pri zagovarjanju interesov velikih podjetij – v Sloveniji se vse preveč ukvarjamo z malimi in srednje velikimi podjetji, čeprav potrebujemo smiselno sinergijo malih, srednje velikih in velikih podjetij. Brez velikih podjetij bodo tudi mala težko obstala.

Na snemanje intervjuja ste prinesli pisali ...

Prinesel sem pisali, s katerima podpišem večino dokumentov. Leta 2000, ko sem prevzel vodenje komerciala v podjetju, mi ju je podaril moj, zdaj žal že pokojni, predhodnik. Zgodba se nadaljuje – dobil ju je namreč od mojega očeta, ki je bil tudi zaposlen v Cinkarni Celje. Moj oče pa ju je prejel na službenem obisku pri dobavitelju žvepla na Poljskem. Pisali sta tako stari najmanj 30 let.

Kakšni so bili občutki, ko ste zvedeli, da boste prejeli Nagrado GZS?

To ni le priznanje meni, temveč podjetju in sodelavcem, ki imajo pomembno vlogo pri uspehu. Nikoli ni samo posameznik tisti, ki je zaslužen za vse. Sam sem imel možnost izbrati svoje najožje sodelavce, ki so mi v veliko oporo. Seveda se ob taki priložnosti prikrade tudi misel, da se nam le ne bi pripetil klavrn konec kot nekaterim dosedanjim prejemnikom.

Kaj počnete, ko niste v službi?

Veliko je odvisno od obdobja v letu – v nekaterih časovnih obdobjih časa žal nimam prav veliko, saj sem veliko v tujini. Sicer pa sem zasebno zelo srečen in veliko večino časa namenim družini. Športe, s katerimi sem se v mladosti ukvarjal, sem sicer postavil bolj na stran. V preteklosti sem namreč igral košarko in roket, zdaj pa se bolj ukvarjam s tistimi dejavnostmi, pri katerih lahko sodeluje cela družina, denimo s kolesarjenjem in smučanjem.

Vrhunska mobilnost

Na snemanje je prišel z navijaškim šalom - nič čudnega, da smo se z **Danilom Ferjančičem**, direktorjem Porscheja Slovenija, poleg mobilnostnih trendov pogovarjali tudi o nogometu, Guardioli, Ibrahimoviću, nemški urejenosti in odgovornosti do družbe.

Vaš moto je vrhunska mobilnost. Kaj razumete pod to besedno zvezo?

Danes ni več življenja in razvoja brez mobilnosti. S tem ne mislim le na premik iz točke A v točko B, ampak tudi na mobilnost uma, idej. Kot vrhunsko mobilnost torej razumem omogočanje take mobilnosti, ki strankam v njihovi povsem osebni situaciji najbolj odgovarja.

Porsche Slovenija je lani praznoval 20 let ... kakšno pot je prevozil v tem času?

Smo le dve leti mlajši od Republike Slovenije in tudi naš razvoj je bil delno podoben razvoju države – no, morda imamo v zadnjem obdobju malce bolj srečno roko kot naši državniki: od permanentne rasti do konca devetdesetih let, nato stabilizacije ter vpeljave novih pravil ob vstopu v Evropsko unijo ... Začeli smo s pet odstotnim tržnim deležem, danes imamo več kot četrtninski tržni delež.

Glede na vašo uspešnost je na mestu vprašanje, kako prodajati avtomobile.

Tu ni nobene velike skrivnosti. Zastopamo šest uspešnih avtomobilskih znamk, ki prihajajo iz enega koncerna, zato lahko v nasprotju z bolj razvejenimi tekmeci izkoristimo precej sinergij. Predvsem pa poskušamo pošteno in trajnostno poslovati – nismo zadovoljni z enkratnim prodajnim uspehom, temveč želimo, da je stranka dolgoročno zadovoljna z nami. To pa pomeni, da ji – prvič – prodamo produkt, ki ga zares potrebuje, ter ji – drugič – tudi potem stojimo ob strani brez fige v žepu.

Kako takšno razmišljanje prenašate na vse trgovce?

Gotovo nam to ne uspe vedno, a s stalnim izobraževanjem in ponavljanjem vsebin, ki pač so pomembne, se poskušamo približati idealu. Ne gre drugače. V bistvu pa ni več dovolj, da je stranka zadovoljna, občasno jo moramo tudi navdušiti in narediti nekaj, kar presega njena pričakovanja.

Obstaja neko prepričanje, da je avtomobil odsev osebnosti.

Gotovo, čeprav bolj kot izbira avtomobila danes

šteje izbira vrste mobilnosti. S krizo smo postali bolj realni, predvsem pa so tisti, ki si sicer lahko privoščijo dražje avtomobile, bolj pozorni na to, kako se predstavljajo javnosti. Pa vendar pogled na čevlje ali na avtomobil neke osebe marsikaj pove o njej.

S kakšnimi avtomobili se bodo menedžerji vozili v prihodnosti?

Verjetno bo še vedno prevladovala individualna mobilnost, a v bolj urejenem kontekstu. Mislim, da bosta javni in zasebni individualni prevoz bolj usklajena in vgrajena v neko celovito strategijo. Čez 15, 20 let se bomo morda usedli v avtomobil, vpisali ciljno destinacijo in avtomobil se bo sam vključil v sistem, ki nas bo po najkrajši poti pripeljal do cilja. To ni več tako daleč.

Bo pa s tem del užitka ob vožnji izginil ...

Ta bo še prisoten, a morda ne v taki obliki. Prav zaradi okolja bomo morali verjetno svoje želje postaviti nekoliko na stran. Koncern Volkswagen se intenzivno ukvarja z vprašanjem, kako zagotoviti individualno mobilnost, a celovito, čim manj obremenjujoče za okolje.

Vzpon avtomobilistične mobilnosti na Kitajskem ustvarja razmere za vznik novih tekmecev.

Ja, saj rastejo kot gobe po dežju. Pred 30, 40 leti so zrasli na Japonskem in pred 20 leti v Koreji. To so danes resni tekmeci, ki delajo odlične avtomobile. Zdaj prihajajo Kitajci. Tudi Korejcem smo se sprva smejali, pa se ne več.

Vaš način komuniciranja s ciljnim skupinami je za slovenske razmere malo poseben, saj veliko energije vlagate v tiskano in spletno revijo - kakšne smernice zasledujete?

Pravzaprav gremo le s časom. To ni nič posebnega in nismo prvi, ki to počnemo. Včasih smo ogromne količine denarja vlagali v streljanje malih ptic s šibrovko, danes pa iščemo druge oblike individualnega nagovarjanja. Zato se je tudi razvil vsebinski marketing, s katerim se želimo predstaviti kot kompetenten sogovornik na področju mobilnosti.

▼
Nismo zadovoljni z enkratnim prodajnim uspehom, temveč želimo, da je stranka dolgoročno zadovoljna. To pa pomeni, da ji prodamo produkt, ki ga zares potrebuje.



Odraščali ste v Nemčiji. Pomislite kdaj, da bi zapustili Slovenijo in se vrnili?

Ne več. Imam družino, tri otroke, zato je moje središče v Sloveniji. Moram pa reči, da v marsikaterem pogledu pogrešam Nemčijo, München in bavarski »life style«, saj sem se tam vedno odlično počutil. Imel sem občutek urejenosti in trajnosti, občutek, da se z javnimi sredstvi počne nekaj pametnega in da ima vsak državljan nekaj od tega. To v Sloveniji doživljam malo drugače, zlasti v zadnjih letih. Državljanji moramo premisliti, ali delamo prave stvari in ali odgovorni in vodilni delajo prave stvari. In če nismo zadovoljni, je to treba povedati, pa ne le v gostilni za šankom! Kolegi iz Nemčije so me že večkrat spraševali, kako to dopuščamo, naj vendar kaj naredimo, saj to ni normalno, da nam vse pokradejo. Kljub temu seveda ne moremo vreči puške v koruzo, treba je vztrajati. Si pa zelo želim, da bi se kaj spremenilo. Kot posameznik lahko k temu prispevam v zasebnem življenju in v službi – s tem, da počnem pametne stvari, da počnem legalne stvari, da plačujem davke, da sem zgled svojim otrokom.

▼
Ekipa te ne podpira, če ne verjame vate. V tebi mora videti zgled, ti zaupati. Moraš biti avtentičen in predvidljiv.

► Odprtost za spremembe je zelo pomembna, ni pa vse. Treba se je tudi zavedati svojih korenin – če ne veš, od kod prihajaš, tudi ne veš, kam boš šel.

Danilo Ferjančič o odprtosti

Kaj pa lahko GZS naredi pri tem?

Mislim, da GZS igra zelo odgovorno vlogo. Treba je vztrajati pri poslovni etiki, ki se povezuje z odgovornostjo. Če odgovornosti ne bo v podjetjih, ne bo odseva niti v politiki.

Baje ste strasten navijač Bayern Münchna?

To je res, že celo življenje navijam za ta moj Bayern. A nisem samo navijač, sem celo član kluba! Ko je Bayern maja lani postal prvak v ligi prvakov, sem otrokom obljubil »Autokorso« – v Münchnu je namreč navada, da se ob proslavljanju kakšnega naslova kolone avtomobilov z zastavami peljejo skozi mesto in trobijo, pač praznujejo. Vse šale in zastave sem namestil na avto, vanj posedel otroke in ženo ter jih zapeljal po vasi. Ker sem pošteno trobil, je bilo otrokom zelo nerodno in so kar lezli v sedeže. (Vstane, stopi po mobilni telefon in pokaže fotografije.)

So med trenerji in direktorji kakšne vzporednice?

Ekipa te ne podpira, če ne verjame vate. V tebi mora videti zgled, ti zaupati. Moraš biti avtentičen in predvidljiv. Sodelavci morajo vedeti, kaj od tebe lahko pričakujejo in kaj ti pričakuješ od njih. Če ciljate na Pepa Guardiolo, se ne bi ravno primerjal z njim, navsezadnje je eno leto mlajši od mene (smeh) ... Sva pa verjetno relativno demokratično, timsko usmerjena, v nasprotju z nekaterimi drugimi, bolj diktatorskimi tipi oziroma individualisti.

Ibrahimović torej ni vaš stil.

Ne! Je gotovo odličen nogometaš, a popolno nasprotje Guardiolaevemu načinu. Guardiola dviguje ekipo nad posameznike, Ibrahimović pa želi izstopati – to dvojce ne gre skupaj. In mimogrede to tudi ni moj stil doseganja uspehov ... ali neuspehov.

No, do zdaj gre predvsem za uspehe.

To je morda res, vendar vsak dan delam, kot da je lahko jutri konec, zato gradim na ekipi, ne na sebi. Vsak hip lahko odložim delo in grem na pivo v našo vaško beznico in se pogovarjam o vremenu ali nogometu. Kaj hitro pa beseda seveda teče tudi o avtomobilih ...

Ni močne zgodbe, če ni regija močna

Ko slišiš, s kakšnim navdušenjem govori **Janez Kodila** o mesninah in drugih prekmurskih dobrotah, hitro začne dišati po Prekmurju. Ni močne zgodbe, če ni močna regija. Kodila je del regije, del Prekmurja.

Ste tretja generacija, ki se ukvarja z mesom - kako ste se odločili, da nadaljujete družinsko dejavnost?

Zarečenega kruha se največ poje. Do triintridesetega leta sem delal vse drugo, samo za družinsko tradicijo se nisem zanimal. Ko se je oče upokojil, pa sem podjetje vseeno prevzel, saj gre za blagovno znamko, ki je družinska tradicija.

Vašemu očetu ni bilo najbolj všeč, ko ste povsem spremenili način dela.

Res je. Takoj sem namreč spremenil strategijo in prešel s prodaje svežega mesa na prekmurske sušene mesnine in ocvirke. S sloganom »Ko veš, kaj ješ« smo začeli oblikovati blagovno znamko Kodila v skladu z lokalno tradicijo in Prekmurjem. V podjetju smo se na eni strani usmerili na izdelke višjega cenovnega razreda, na drugi pa na ocvirke, ki jih mi pripravimo iz slanine, stranski produkt pa je mast. Tako smo ocvirkom dali kulinarično vrednost.

V čem je prednost vaših izdelkov?

Ne izhajamo iz cene ali določene surovine, ki jo imamo, temveč je naše načelo, da najprej naredimo dober izdelek, šele nato pa mu določimo ceno. Poleg tega razvijamo nove izdelke za prihodnjih deset let. Ves čas je treba razvijati, preoblikovati in nadgrajevati izdelke, saj nikoli ne vemo, kako se bo nek izdelek prodajal čez nekaj let.

Kaj je tisto, kar prodaja: videz, vonj ali okus?

Tri stopnje so: oči, nos, usta. Kupec mora najprej videti, spoznati izdelek, potem ga mora vonjati in šele nato pokusiti. Vedno začnemo z očmi. Kar pomeni, da moramo biti na prodajnih policah opazni. Imamo dve prodajni strategiji. Na eni strani je široka potrošnja oziroma veleprodajni program za distribucijo po Sloveniji, na drugi strani pa imamo

gourme program, ki ga ponujamo samo v trgovini v Ljubljani in pri nas v Markišovcih, kjer stranke lahko vidijo naš proces dela.

Povejte nam več o doživljajskem kulinaričnem obratu. Z njim stopate tudi v turizem.

V objekt, ki je namenjen tehnološki drugačnosti, smo vložili veliko denarja. V njem so zorilnice z ilovnatimi ometi, šunke se sušijo pod slamnato streho. Naš namen ni po vsej sili biti drugačen, želimo biti pa drugačni zaradi svoje kakovosti. Združujemo tradicijo, to je klasična tehnologija predelave mesa, podprto s trženjem in visokotehnološkimi pristopi. Razvili smo posebno programsko opremo za zorilnice in strojne instalacije za klimatizacijo gline. Glina, slama in les so tradicionalni gradbeni materiali v Prekmurju in v takih hišah so se na podstrešjih včasih sušile šunke. Glina ima namreč naravno sposobnost akumulacije vode in energije. Ko je toplo, pa za hlajenje naših prostorov uporabljamo talno vodo, ki ima 12 stopinj. Za klimatizacijo prostorov uporabljamo naravne danosti, kar je energetsko kompleksna, vendar zelo funkcionalna rešitev. V zorilnicah se tako lahko začutijo svežina in plesen, ki je za nas zelo pomembna, saj daje izdelkom aromo in zaščito pred hitrim sušenjem. Skratka, mi si vzamemo čas, da naši izdelki zorijo počasi.

Ste idejni vodja blagovne znamke Diši po Prekmurju. Kako diši Prekmurje?

Sem nosilec oziroma vodja projekta blagovne znamke. Blagovna znamka Kodila, katere lastnik sem, pa je del krovne znamke Diši po Prekmurju. Blagovna znamka je nastala v času, ko smo dali pobudo za zaščito prekmurske šunke. Takrat so prihajale pobude, da bi zaščitili tudi druge prekmurske specialitete, vendar se kar vsega ne da zaščititi, saj marsikaj ne bi bilo finančno upravičeno. Predlagal sem, da bi oblikovali krovno

▼
Kupec mora najprej videti, spoznati izdelek, potem ga mora vonjati in šele nato pokusiti. Vedno začnemo z očmi.



blagovno znamko, ki bo služila za promocijo vseh kakovostnih izdelkov iz regije. V blagovno znamko Diši po Prekmurju sta vključena oba zaščitena izdelka, prekmurska šunka in prekmurska gibanica, ter drugi kakovostni nezaščiteni izdelki iz regije. Ni močne zgodbe, če ni močna regija. Kodila je del regije, del Prekmurja.

Ste za nagrado že povedali domačim? Kakšen je bil vaš odziv, ko ste izvedeli zanj? Domači so bili še bolj navdušeni kot jaz. Sam sem bil sprva glede predloga za nagrado kar malo zadržan, predvsem zato, ker svojo pot šele dobro začnem, to pa so vendarle nagrade za dosežke v minulih letih. Drugič, vsaka nagrada daje odgovornost za naprej. Ko sem zvedel, da sem nagrado res prejel, pa sem dobil kar mehke noge. (Smeh.)

Vaši načrti?

Želimo še naprej delati visoke kulinarične izdelke in postati vodilno podjetje v slovenskem in v širšem merilu. Izziv so nam vsekakor tuji trgi. Razvijali bomo še kakovostnejše izdelke, kjer bomo šli od zemlje, prek kmeta do naših izdelkov. Nadalje-

▼ **Razvijali bomo še kakovostnejše izdelke, kjer bomo šli od zemlje, prek kmeta do naših izdelkov.**

► Odprtost je za nas zelo pomembna. Pogosto nas sprašujejo, katere tehnološke skrivnosti uporabljamo pri naših receptih. Odgovorim jim, da nobenih. Naša zgodba je odprta zgodba. Mi si nismo nič izmislili, šunke so že nekoč poznali. Moji ljudje vedo vse, tudi oni so odprti, se izobražujejo, z njimi delim znanje, želim, da me nadgrajujejo. Skratka, ne zapiramo se. Ne postavljamo meja.

Janez Kodila o odprtosti

vali bomo z našimi nemesnimi izdelki, kot so ekološke testenine in prekmurska gibanica. Ne bomo pa pozabili na širšo proizvodnjo cenejših izdelkov, kot so ocvirki in mast, ki dosegajo kar 31-odstotni tržni delež prodaje. Da sistem deluje, potrebujemo nekaj, kar vrti kolo. Če bi se pokazala možnost, bi se z veseljem začel ukvarjati še s kmetijstvom, saj bi tako našo zgodbo lahko lepo zaokrožili.

V preteklosti ste se ukvarjali tudi z rokoborbo, kaj danes počnete zase, za svoj užitek, sprostitvev?

Šport razumem kot sprostitvev, kot družabno mreženje, pa seveda kot skrb za fizično počutje. Ne gledam na tempo, ki ga imam, si vzamem čas, da dvakoli trikrat na teden nekaj naredim zase. Dobro si je vzeti kakšen trenutek, da lahko razčistiš težave. Najraje pa se posvetim družini, saj želim otrokom dati to, kar sem sam dobil od očeta. Pomembno jim je pokazati svet, jih izobraževati, pokazati, da je delo vrednota, da se le tako kaj doseže.

To pa je že zgodba vašega predmeta, ki ste ga prinesli s seboj, daljnogled, gledate naprej, čez mejo ...

Vedno hodim okrog in iščem kaj novega. Od vsakega se lahko nekaj naučiš in vsako poznanstvo – čeprav se sprva ne zdi tako – ti lahko nekoč prav pride. Vedno ko z nekom govoriš, moraš biti odprt, saj je v vsakem pogovoru nekaj pozitivnega, neka druga filozofija ali razmišljanje. Oče je tisti, ki mi je dal možnosti, mi odpiral oči, da sem danes lahko odprt človek.



Čez 10 let bodo roboti del bele tehnike

Če bi rekli, da se Ribnica razvija v pravo evropsko središče robotike, bi najbrž čudno pogledali. Ampak to drži. S podjetjem Yaskawa Ristro je Ribnica postavljena na evropski in svetovni zemljevid. To, da direktor podjetja **Hubert Kosler** vodi še dve podjetji v skupini Yaskawa Europe, je majhna posebnost. A ko spoznaš direktorja, je hitro jasno zakaj ...

Se morajo delavci robotizacije bati ali ta ponuja nova delovna mesta?

Robotov se nikakor ne sme bati nihče. Dejstvo je, da roboti pomenijo napredek. Denimo v avtoindustriji na neki točki govorimo o izločitvi človeškega dejavnika, ki bi lahko vnašal napake, kar se lahko pokaže v slabi kakovosti izdelka, padcu produktivnosti in celo v nezgodi. Navsezadnje človek ne zmore proizvajati v takem ritmu in v konstantni kakovosti, kot to zmorejo roboti. Drugi vidik pa je humanizacija delovnih mest. Monotona, težka in človekovemu zdravju škodljiva dela naj opravljajo roboti. Tako uvedba robotov nikakor ne pomeni zapiranja delovnih mest, temveč omogoča ljudem bolj kakovostno, varno in zdravo življenje.

Kakšna je vloga podjetja Yaskawa Ristro v okviru matične družbe? Ste direktor kar treh podjetij znotraj skupine Yaskawa.

Res sem direktor treh Yaskawinih podjetij. Znotraj Yaskawa Europe smo Slovenci posebneži, saj imamo dve podjetji, in sicer Yaskawo Slovenija, ki je odgovorna za trženje projektov in poprodajne aktivnosti na trgih Slovenije in nekdanje Jugoslavije, ter Yaskawo Ristro, ki je baza robotskega centra in izpolnjuje pričakovanja vseh hčera v Evropi ter jim z inženiringom zagotavlja podporo. Pred štirimi leti me je poklical predsednik Yaskawe Europe, češ da so na Češkem težave in da bi bilo dobro, da bi si to malce ogledal. Ponudili so mi delo kriznega menedžerja za obdobje šestih mesecev, pa so »pozabili« name in sem tam že štiri leta. (Smeh.)

Center robotike je v Ribnici? Zakaj Ribnica?

Zgodba ima zgodovino. Sam sem v tej zgodbi že od leta 1990. Do leta 1994 sem sodeloval z nemškimi lastniki, ki so svoje deleže v celoti prodali Yaskawi Electrical Corporation. Takrat smo postali japonsko podjetje. Leta 1996 se je porodila ideja, da bi za

evropski trg delali določene proizvodne aktivnosti v smislu robotskih celic. V Ribnici sem na pogorišču nekdanjega Rika našel najboljše pogoje. Začeli smo z zelo majhnimi koraki, zaupanje med lastnikom in nami se je vsako leto poglobljalo, kar je temelj našega uspeha.

Katere so bile ključne točke v razvoju vašega podjetja?

Po svetovni recesiji leta 2008 nam je uspel veliki preboj. Z reorganizacijo Yaskawe v Evropi so Japonci prevzeli vse vodstvene položaje in nam ob tem podelili mandat za postavitve evropskega robotskega centra za potrebe evropskega dela Yaskawe. Pomemben mejnik za nas je bilo tudi leto 2011, ko smo zagnali veliko dvomilijonsko investicijo, v katero se je vključil tudi JAPTI s 30-odstotnim financiranjem. V zadnjih dveh letih smo zrasli za 52 ljudi. Še en velik preboj pa nam je uspel, ko smo postali dobavitelji za Toyoto Boshoku in naredili celotno proizvodno linijo z roboti za varjenje sedežev za BMW, za novega minija cooper.

Je kaj takega, na kar ste še posebej ponosni in izstopa?

V Evropi smo edini, ki delamo celovito in lahko ponujamo tehnološke rešitve na ključ, kar pomeni, da poleg gradnje robotskih celic in linij pri nas razvijemo tudi specialna orodja in prijemala, ki so namenjena velikoserijski proizvodnji določenih produktov. Vključeni smo tudi v zelo zahtevne projekte za Renault Revoz za novega twinga. Drugi tak projekt je sodelovanje z anglo-ameriško korporacijo Johnson Matthey v Makedoniji, kjer smo instalirali prek 40 robotov ter razvili in uvedli rešitve s strojnim vidom. Navdušeno so sprejeli naše ideje, postali pa smo tudi njihov globalni dobavitelj.

▼
Cilj strežnih robotov je postati del gospodinjstva, kot so danes hladilniki in štedilniki.



Verjetno si vi bolj kot mi predstavljate prihodnost - kakšno bo leto 2025?

Steklene krogle nimamo, lahko pa na temelju nekaterih predvidevanj rečemo, kaj se bo dogajalo. Yaskawa je narekovelec trendov v razvoju robotov, ne samo v industrijski, ampak tudi v robotiki na sploh. Gre za nišo, ki se ji reče neproizvodna robotika, s tem pa mislimo predvsem na humanizacijo delovnih mest v radioloških laboratorijih, biotehnologiji in biomedicini. Yaskawa stopa navsezadnje tudi na področje strežnih robotov. Te robote je že predstavila na sejmu Avtomatika v Münchnu pred dvema letoma, na letošnjem junijskem sejmu pa bo predstavljena že nadgradnja. Na Japonskem jih že uporabljajo v domovih za starejše in bolnišnicah. Cilj strežnih robotov je postati del gospodinjstva, kot so danes hladilniki in štedilniki. Predvidevam, da bodo čez deset let taki roboti že v serijski proizvodnji kot del bele tehnike.

Do podelitve Nagrade GZS je še dober mesec - kakšni so občutki?

Občutki so izjemni, ne nazadnje sem v delo vložil kar velik del svojega življenja. Še toliko bolj po-

▼
Namen robotike ni zapiranje delovnih mest.

► Odprtost je zelo pomembna za uspešno pogodbo. Sta pa izobraževanje in medsebojna komunikacija bistvo dobrega tima. Ves čas skrbimo, da se vsi zaposleni redno izobražujemo tako v stroki kot splošnih znanjih in tujih jezikih. Vsi zaposleni, tako v proizvodnji kot tudi v inženiringu, govorijo vsaj en tuji jezik. To je zame bistvo, osebni napredek, odprtost duha, medsebojna komunikacija in zaupanje.

Hubert Kosler o odprtosti

membno pa je, da je to priznanje celotnemu podjetju in vsem sodelavcem. To je skupna nagrada. Brez odličnega tima ni uspeha.

Prihajate iz ugledne, stare slovenske rodbine - kateri podatek iz zgodovine vaše družine vam je najbolj pri srcu?

Takih podatkov je več. Lahko pa začnem pri praprastricu Petru Koslerju, avtorju Zemljevida slovenskih dežel, ki se je rodil pred 190 leti. Ko sem bil še v osnovni šoli, nihče ni smel niti omeniti tega zemljevida. Doma smo imeli originalne ponatise, vendar smo morali o tem molčati, ker je bila to za tiste čase precej nevarna tema. No, danes pa je ta zemljevid zelo popularen, vsaj po razstavah sodeč.

Povejte še kaj o pečatnem prstanu, ki ste ga prinesli s seboj.

To je družinski pečatni prstan, ki ga je dal narediti Janez Kosler, oče Petra Koslerja, pred približno 230 leti. Z njim je Janez Kosler kot uspešen logist pečatil pogodbe. Prstan je delan po repliki originalnega prstana, ki ga hrani moj oče. V tem prstanu so poleg inicialk imena še sidro in dve zvezdici. Pomembna je simbolika. Sidro v krščanstvu pomeni upanje, v našem primeru pa pomeni odločnost, trdnost, predstavlja sidro duše, mirnosti, varnosti in zvestobe. To je tradicija naše družine, predstavlja družinske vrednote, medsebojno povezanost in pristan, ki ga daje družina. Zvezde v njem so kažipot, kot so zvezde nekoč kazale pravo pot pomorščakom. Ves čas ga imam na roki.

Občudujem Inke

Ko smo se do pisarne v stolpnici BTC sprehodili skozi dvorano A, nekdanje carinsko skladišče, je **Jože Mermal** pripovedoval o prvih letih preobrazbe. O železniških tirih v hali, o prvih trgovinah, o splošni skepsi, da je v industrijskem območju mogoče doseči razcvet trgovine. Medtem je pozdravljal prodajalce, komentiral prijetno živahno atmosfero in pomahal vozniku avtobusa. To je njegovo mesto, mesto nakupov in zabave.

Družba BTC je nastala istega leta kot ste bili rojeni vi – kakšna je bila pot BTC do vašega prihoda v družbo? Sprašujem, ker je bilo podjetje popolnoma drugačno kot danes.

Za časa Jugoslavije se je podjetje ukvarjalo s skladiščno-pretovorno dejavnostjo in bilo v začetku osemdesetih let najmočnejše tovrstno podjetje v celotni Jugoslaviji in vodilni evropski kopenski skladiščni terminal. Družba je dobro poslovala in se vsa leta razvijala, a je s približevanjem osamosvojitve zaradi nesoglasij med republikami prišlo do upada prometa, samostojna Slovenija pa take družbe ni več potrebovala. Takrat smo se spraševali, kaj narediti, kako se preoblikovati in programsko usmeriti. Leta 1990 smo se tako registrirali kot Blagovno-trgovinski center ter že dali prva znamenja, da se usmerjamo v trgovino. Morate vedeti, da je bilo do leta 1990 celotno območje ograjeno z žico ter je bilo treba vložiti kar nekaj navora, da smo privabili kupce v prve diskontne trgovine v spodnjih etažah carinskega skladišča. Odprto pa je ostajalo vprašanje, kaj s preostalimi ogromnimi površinami. Takrat smo po vzoru južnoafriškega Santon Cityja in dunajskega SCS postavili koncept BTC City, torej koncept razvoja mesta v malem. Danes smo od SCS večji za 40 odstotkov in programsko precej bogatejši.

Katerim trendom boste sledili v prihodnosti?

Vedno smo pazili, da smo ogledalo potrošniške kulture in da krepimo metropolitansko meščansko zavest. Seveda pričakujemo spremembe potrošniških navad. Nekateri si bodo dobrine le ogledovali in nato naročila pošiljali prek spleta, drugi bodo uporabljali izključno splet, tretji pa bodo kombinirali klasično in spletno nakupovanje ter si denimo izdelek izbrali v trgovini in si zaželeli dostavo na dom. Prav zato razvijamo večkanalno nakupovalno izkušnjo.

Glede na število fakultet in šol, s katerimi sodelujete, je očitno, da veliko pozornosti posvečate raziskovanju. Kaj pravzaprav raziskujete?

Brez povezovanja in splošnega razvoja ni mogoč uspeh posameznega podjetja. Potrebujemo namreč znanstvene pristope za aplikativne rešitve pri načrtovanju razvoja posameznih podjetij. Vsako leto tako uresničimo okrog 100 akcijskih načrtov, ki so opredeljeni po vrednostih, zadolžitvah in času. Še bolj je pomembno, da smo inovativni – razvijamo namreč »projekte z vizijo« in »ideje z vizijo«, v katere želimo vključiti čim več zaposlenih. Prvi dve leti je bilo to zelo naporno, saj so bili zaposleni skeptični, danes pa že 35 odstotkov zaposlenih sodeluje v inoviranju ter so za to tudi primerno finančno nagrajeni. Preprosto ni več mogoče voditi podjetja samo z zanašanjem na menedžment, medtem ko drugi le sledijo. To je konservativno, zastarelo in starokopitno.

Kako pa gledate na odnos med mestnim središčem in BTC Cityjem?

Še pred desetimi leti je večina govorila o konkurenci, o prehajanju trgovcev iz središča Ljubljane na obrobje. Danes mislim, da gre med centroma za dopolnjevanje in prepletanje – BTC City ne more konkurirati historičnemu mestnemu središču. Lani je BTC City prejel nagrado turistična prizma, ki kaže, da smo postali dodatna turistična ponudba Ljubljane. To pomeni, da postaja turistična destinacija Ljubljana še močnejša, saj turistom poleg zgodovinskega središča ponuja tudi druge zabavne in rekreacijske vsebine ter jih tu zadrži dlje časa.

To je internacionalizacija, ki jo vsi omenjamo kot rešilno bilko slovenskega gospodarstva.

Dostikrat izvoza storitev ne razumemo najbolje, saj imamo v mislih le prihod turistov v Slovenijo. Poleg turizma pa je treba ponuditi nakupovanje,

▼
Če je Inkom v težkih razmerah uspelo doseči tak razcvet, zakaj nam to ne uspe v Sloveniji?



► V dolgoročnem načrtu družbe imamo zapisano, da bomo do leta 2015 postali inovativno mesto, do leta 2020 pa odprta družba z odprtim dialogom. Smo eno redkih podjetij v svetu, ki ima svoj Svet za odprti dialog, v katerega sem povabil ugledne Slovence, ki pomagajo razvijati vizijo razvoja. Ne smemo biti zavrti, ozkogledi in polni sami sebe.

Jože Mermal o odprtosti

logistične in skladiščne storitve za tujce ter oddajo pisarniških površin tujim podjetjem – kar 80 odstotkov pisarniških površin v BTC zasedajo tuja podjetja, med njimi največje korporacije, kot so IBM, Microsoft, UniCredit, Merck, Apple, BMW, MSD ...

Kako komentirate splošno stanje v državi?

Krizo imamo primarno v glavah. Veliko govorimo o mostovih med različnimi sferami, hkrati pa smo zaprli 15 mostov in uvedli enosmerni promet. Zaprti mostovi so slabo sporočilo tujcem.

Kakšni so občutki ob skorajšnjem prejemu Nagrade GZS?

Ko sem leta 1997 dobil nagrado menedžer leta, se je govorilo, da menedžerji po prejetju nagrade zdržijo le še tri leta. Prav zato ima ta nagrada še posebno težo.

Kako preživljate prosti čas? Kako ohranjate fizično in psihično kondicijo?

Vsakdo potrebuje prosti čas. Ta omogoča kakovost razmišljanja. Kdor le dela, ne more kakovostno opravljati svojega dela. Lahko sicer izvaja naloge,

▼ **Preprosto ni več mogoče voditi podjetja samo z zanašanjem na menedžment, medtem ko drugi le sledijo. To je konservativno, zastarelo in starokopitno.**

ne more pa biti voditelj. Sam si vsake tri mesece vzamem enotedenski dopust – za smučanje, izlet do morja ali v hribe, občasno igram golf in kolesarim, rad plavam ...

Imate pa tudi poseben odnos do umetnosti ...

Že kot študent sem kupoval slike in imel v sobi namesto stenskih koledarjev grafike in akvarele.

Prosili smo vas, da na snemanje prinesete predmet, ki vam je še posebej blizu. Kaj ste prinesli?

Gre za 500 let staro figuro lame in vrč iz Cusca. Pred leti sem na izletu po Južni Ameriki namreč kupil nekaj starin in nato s pomočjo strokovnjaka ugotovil, da je med njimi tudi nekaj izredno starih predmetov. Zelo občudujem Inke, ki so imeli v 15. in 16. stoletju visoko v Andih razvit transportni sistem, izjemna mesta, kanalizacijo, vodovode. Če je Inkom v težkih razmerah uspelo doseči tak razcvet, zakaj nam to ne uspe v Sloveniji?

Kakšna je in bi morala biti vloga GZS v današnjih razmerah?

V GZS bomo potrebovali še močnejši duh gospodarstva – menedžerji se bomo morali še bolj aktivirati, Slovenci pa prepoznati, da brez urejenega in vrhunskega gospodarstva ni družbenega razcveta in razvoja. Le družbe z močnim gospodarstvom imajo lahko močno nadgradnjo.

Vedno korak pred konkurenco

Morda je Dewesoft po številnih merilih majhno podjetje, a je še kako veliko, ko gre za prepoznavnost v dejavnosti, v kateri nima prave konkurence. Pri merilnih instrumentih, torej strojni in programski opreми. Sodeluje z 276 podjetju po vsem svetu. To, da je med njimi tudi NASA, si najbrž lahko mislite. Vodita ga direktor **Andrej Orožen** in tehnični direktor **dr. Jure Knez**.

Kako ste se počutili, ko ste zvedeli za nagrado, kaj vam nagrada pomeni?

AO: Vsak dan hodimo v službo, delamo, kar je treba, delamo, kar od nas pričakujejo naši kupci. Kadar naše delo opazijo tudi drugi, smo na to ponosni.

Pomenljiv in presenetljiv je podatek, da ste v zadnjem letu izdelali toliko izdelkov kot v predhodnih 13 letih!

AO: Že pred leti nam je šlo dobro, vendar smo bili majhni. V zadnjih letih pa smo razširili prodajno mrežo in glede na zahteve kupcev je Jure z razvojno ekipo naredil serijo izdelkov, s katero osvajamo svet.

Izdelujete merilne naprave in razvijate programsko opremo zanje. To so vrhunske merilne naprave, pravzaprav najboljše na svetu. Drži?

JK: Res je. Ko smo pred dvema letoma delali novo serijo merilnih instrumentov z imenom Sirius, smo dejansko želeli narediti nekaj, kar še ne obstaja, nekaj najboljšega na svetu. Z veseljem ugotavljam, da so stranke to prepoznale in vzele za svoje.

Kako ste začeli?

AO: Pred petnajstimi leti smo začeli s pisanjem programske opreme za druge proizvajalce strojne opreme, torej merilnih instrumentov. Leta 2008 pa smo naredili paket. Zdaj je edina strojna oprema, ki jo kupec lahko kupi z našo programsko opremo, naša strojna oprema. Naša programska oprema tako ni več na voljo za druge proizvajalce.

Avstrija, Nemčija, Singapur, ZDA ... v vseh teh državah imate odvisne družbe. Kako so se ta nova podjetja znašla v teh okoljih? Jih vodijo Slovenci?

JK: Ta podjetja vodijo lokalni ljudje. V Združenih državah Amerike je pet zaposlenih, v Nemčiji sta

dva, v Singapurju trije, v Avstriji pa štirinajst. Težko je namreč najti Slovenca, ki bi šel iz te naše lepe Slovenije. Imamo pa srečo, da je po svetu veliko kolegov, ki smo jih v teh letih dobro spoznali in podjetja vodijo zelo uspešno.

V pisarni imate na steni logotipe podjetij, s katerimi sodelujete. Koliko jih je in katera so najbolj izstopajoča?

JK: Sodelujemo z 276 podjetji v svetu. Imamo srečo, da so naše rešitve uporabne tako za avtomobilsko kot za letalsko in vesoljsko industrijo. Še največja sreča pa je, da ko gre avtomobilski industriji slabše, gre praviloma neki drugi veji industrije dobro. Tako smo doslej premostili vse krize brez upada prodaje.

Kako ste prišli do dolgoročnih partnerstev z Volvom, General Motors in Scanio? Kaj partnerstva s tako velikimi igralci pomenijo za vaše delo?

JK: Referenčna lista podjetij, s katerimi delamo, pokaže, da skoraj ni podjetja v avtomobilski industriji, s katerim ne bi sodelovali. Včasih smo se šalili, da Harley Davidson pa še ni kupil pri nas. No, zdaj tudi to ni več res ... (Smeh.) Kar je razlika pri delu z Volvom, General Motors, Scanio in tudi z Renaultom pa je, da so podpisali globalne pogodbe za dobavo merilne opreme. To pomeni, da se v laboratorijih Volva lahko odločajo, kakšno merilno opremo bi radi uporabljali, izbrati pa morajo našo. Na ta sodelovanja smo še posebej ponosni.

Nekje ste povedali, da svojih produktov ne boste ščitili s patenti, ampak da boste raje korak pred tekmeči. Kako vam to uspeva?

JK: No, lažje je vsak dan razvijati nove stvari, kot se ukvarjati s patentno zaščito ... (Smeh.) Tehnologije, ki jih uporabljamo, so poznane že vrsto let, tako da je način njihove implementacije tisti, ki nam daje prednost pred konkurenco. Določene stvari smo res razvili iz nič in so unikatne, ampak

▼
Povedna je izjava NASE, da je naša oprema edina stvar iz Centra za polete, ki bo prenesena na nov program.



to je področje, kjer je stvari precej težko podvajati. Zato patentna zaščita ni na mestu. Patente je mogoče obiti, pa tudi pojav nove strojne in programske opreme na našem področju ni tako dinamičen. Neko podjetje iz Nemčije se je odločilo, da bo naredilo takšno programsko opremo, kot jo imamo mi. Za to so porabili sedem let, pa niso niti približno na naši ravni. Smo pa že videli kitajske kopije naše strojne opreme, a ne na trgu kot funkcionalne izdelke. Si pa to vseeno malo štejem v ponos ... (Smeh.)

Dobite dovolj ustreznih kadrov iz naših izobraževalnih institucij?

JK: Imamo srečo. Delamo trajnostni razvoj kadrov, ker je v naši panogi težko najti univerzo, ki bi dala točno določene kadre, ki bi bili uporabni za nas. Tisti, ki pridejo k nam, se morajo še dodatno izobraziti. Imamo pa res srečo, da so vrhunska ekipa, kar jim priznavajo tudi po svetu. To je tudi naša glavna prednost.

Revija NASA Tech Briefs je vaš izdelek nagradila kot izdelek leta – v konkurenci izdelkov velikih podjetij je dobil več glasov kot vsi drugi skupaj. V čem je ta produkt tako izjemen?

▼
Čeprav je pri nas zelo lepo in je težko najti kraj, ki je lepši, pa se ne smemo zapreti za štiri stene in biti doma.

► Ideja letošnje prireditve, to je odprtost in sodelovanje, je dobra. Prišli smo do spoznanja, kako pomemben je v poslovnem okolju že telefonski imenik. Na primeru start-upa, ki izdeluje obeske Chipolo, smo se naučili, kaj mladi potrebujejo. Niso pomembna samo sredstva, ampak jim pomagajo že nasveti. Če bo vse šlo, kot načrtujemo, bomo ta recept še ponovili.

**Andrej Orožen in
dr. Jure Knez o odprtosti**

AO: Naredili smo programsko in strojno opremo, kjer vse funkcije delujejo v popolnosti. Takrat so bralci NASA Tech Briefs to ocenili kot inovativni dosežek leta.

Produkt je sicer posledica sodelovanja z NASO – kako je sodelovati s takšno veliko agencijo?

AO: Tam imamo krog ljudi, ki našo opremo uporabljajo in s katerim smo – tedensko ali celo dnevno – v stiku. Sodelujemo pri novem programu. Zelo zanimivo je biti blizu takega dogajanja. Povedna je njihova izjava, da je naša oprema edina stvar iz Centra za polete, ki bo prenesena na nov program. To je lepa pohvala.

Kateri predmet sta prinesla na snemanje?

JK: Z vsake poslovne poti oziroma kraja, ki ga obiščem, prinesem lonček za čaj ali kavo. To je simbol tega, da je treba iti v svet, da je treba pogledati, kaj delajo drugi. Čeprav je pri nas zelo lepo in je težko najti kraj, ki je lepši, pa se ne smemo zapreti za štiri stene in biti doma.

AO: Dolgo sem razmišljal, kaj bi prinesel, potem pa sem doma vprašal, kako me vidijo oni. Pa sem prinesel to vojaško kapo s čini in značkami. Vedno sem si želel biti vojak, hodil sem na oficirsko šolo, potem je prišla vojna, v kateri sem bil aktiven. Takrat sem imel občutek, da delamo nekaj dobrega in z Dewesoftom se je ta občutek zopet pojavil.

Športna ekipa, ki si želi le najboljših rezultatov

Življenje **Iztoka Stanonika**, danes direktorja podjetja Polycor, je bilo že v otroštvu polno podjetniškega zavzemanja in teženj po čimprejšnji samostojnosti. Le da danes ne zbira starega papirja in ne razvaža časopisov kot v osnovnošolskih letih, temveč z inovativnimi plastičnimi izdelki zapolnjuje niše in sledi svojim partnerskim podjetjem po svetu.

Kaj je lesnega tehnika napeljala na delo s plastiko?

Leta 1985 sem se pogovarjal z očetovim prijateljem, ki je za veliko rusko naročilo potreboval cenovno ugoden ročaj, kakršnega iz lesa ni bilo mogoče izdelati. Doma sem nato preračunaval mase, cene ... in brez pravega praktičnega znanja dela s plastiko prek uporabe strokovne literature ugotovil, da tak posel lahko pomeni dober zaslužek. Poleg tega posla pa me je k samostojni poti spodbudilo tudi odkritje plastičnega izdelka za ugašanje cigaret, ki ga na jugoslovanskem trgu še ni bilo. To sta bila izdelka, zaradi katerih sem si želel svoj stroj. Sprva sem delal sam, postopoma pa so se mi pridružili mati, žena, brat in oče.

Kako je delati v družinskem podjetju?

Idealno, saj vsak vsakemu vse pove, drug drugemu zaupamo. Ko se gradi podjetje, je cela družina zraven. Delovna mesta nastajajo postopoma, počasi se gradijo merila in standardi ... zato je tudi reinvestiranje celotnega dobička povsem razumljivo. Le tako smo lahko konkurenčni, ustvarjamo nova delovna mesta in rastemo. V nedružinskih podjetjih pa se bolj gleda na osebni interes, večje dobičke, kratkoročne uspehe ... Družina pa mora držati skupaj, se skupaj veseliti uspehov in si stati ob strani, ko ne gre po načrtih. Smo kot športna ekipa, ki si želi le najboljših rezultatov. Z bratom delava skupaj od začetka in nikoli nisva imela težav. Vedno se je vedelo, za kaj je kateri od naju odgovoren, in tako je tudi danes.

Kaj je pravzaprav recept za vaš uspeh?

Predvsem delo z ljudmi. Ko pridem v poslovne prostore, se nasmehnem sodelavcem, jih povprašam po počutju. Če se pojavijo težave, se je treba pogovoriti in jih čim prej rešiti. Če jih ne

rešiš danes, so jutri še večje. Vsako leto merimo zadovoljstvo zaposlenih, rezultate analiziramo in pripravimo akcijske načrte za področja, ki jih želimo izboljšati.

Kako pomembne pa so raziskave in razvoj?

Ključne. Leta 2007 smo oblikovali razvojno skupino z desetimi raziskovalci in devetimi strokovnimi sodelavci, ki ima svoj načrt in zastavljene cilje. K vlaganju v razvoj nas navsezadnje spodbujajo tudi kupci, ki želijo dodatne prihranke in izboljšave. Naša tržna niša je namreč za mnoge zelo zanimiva – predvsem s stališča prihrankov. Tako smo leta 2007 razvili plastičen nosilec za pedal pri BMW – s tem smo zmanjšali maso nosilca za polovico, kar se pozna pri porabi goriva, ceni in možnosti reciklaže.

S tujino ste pravzaprav povezani že od začetka – že pri prvih poslih ste delali za Rusijo.

Tako je. Do leta 1990 sem se ukvarjal z ročaji, nato pa smo začeli pridobivati kupce tudi v Nemčiji ter na podlagi novih referenc začeli delati tudi za njihova hčerinska podjetja – v Španiji, Italiji, ZDA, Mehiki ... Ko naši partnerji rastejo in se širijo na nove trge, rastemo mi z njimi in jim sledimo po svetu.

Središče pa ostaja v Poljanah.

V Poljanah so proizvodnja, nabava, komerciala in uprava. Od leta 2012 je del proizvodnje tudi v Črnomlju, v nekdanjem proizvodnem objektu Danfoss Compressors. V delavcih iz Črnomlja smo namreč videli potencial – izkušene in jezikovno močne zaposlene. Trenutno je zaposlenih 30 delavcev, v prihodnjih treh letih pa načrtujemo rast na sto do 150 zaposlenih.

▼
Ko naši partnerji rastejo in se širijo na nove trge, rastemo mi z njimi in jim sledimo po svetu.



Čeprav ste globalno podjetje, ste močno vpeti v življenje v Poljanah. Čutite pripadnost kraju?

Smo največje podjetje v občini. K nam prihajajo čebelarji, kmečke žene, smučarji, skakalci, nogometaši, floorball ekipa ... podpiramo Visoški tek, tekmovanje s kolesom na Stari vrh, pomagamo tudi družinam v stiski, ki z našo pomočjo mogoče lažje shajajo ... Zaposlujeva veliko krajanov – trenutno nas je že čez 160 – zato nam ni vseeno, kaj se tu dogaja. Štipendiramo tudi mnogo otrok zaposlenih, ki sprva k nam hodijo na prakso in se dokazujejo. Štipendisti tako pomenijo od osem do deset odstotkov zaposlenih. Brez mladih ne gre, saj v podjetje vnašajo svež veter.

V osnovni šoli ste razvažali časopise - kako se spominjate tistih časov?

Vedno sem bil hiperaktiven. Kot otrok sem v Škofji Loki zbiral stare časopise, jih z vozičkom vozil na odpad in dobil kakšen dinar. V šestem razredu pa sem opazil oglas za raznašalca časopisov, šel na pogovor ter dobil delo. Vsako jutro sem se ob petih odpravil od doma ter v uri in pol raznosil časopise po hišah. Po letu in pol sem že privarčeval za pony express, ki mi je skrajšal delo le še na pol ure na dan, kar je pomenilo še boljši zaslužek.

Torej ste že zelo zgodaj začeli podjetniško pot ... Odločil sem se, da želim sam nekaj zaslužiti. Nisem namreč odraščal v bogati družini – denimo za izlet na morje smo denar zbirali z nabiranjem gob

▼
Prejem te nagrade povežem z odskokom v inovativnost.

► Odprtost pomeni sprejemanje novih idej, novih možnosti in priložnosti. Pomeni pa tudi optimizem – če si odprt za nove rešitve, pride tudi razvoj. Odprtost pomeni tudi učenje, raziskovanje ter spreminjanje in hitro prilagajanje novim okoliščinam.

Iztok Stanonik o odprtosti

in borovnic ter nato kuhali borovničevo marmelado in sokove ... Prav zato dolgo časa nisem jedel borovničeve marmelade. (Smeh.) V srednji šoli sem ponoči pekel kruh, pred odhodom v vojsko pa družini priskrbel posel z lepljenjem škatel v Škofji Loki. Po vojski sem odšel na fakulteto, ki pa je zaradi preobremenjenosti s poslom nisem končal.

To me spominja na dileme današnjih mladih generacij: diploma - da ali ne?

Fakulteta ti da širino, drugačno razmišljanje. Seveda me moti učenje na pamet, ki je v času interneta nesmiselno. Treba se je učiti iznajdljivost in razumevanje. Vsi naši na novo zaposleni so med uvajanjem seznanjeni z delom v proizvodnji in celotnim proizvodnim procesom. Tako so vključeni v različne oddelke, spoznajo, kako podjetje diha in v katerem oddelku vidijo svojo prihodnost.

Prosili smo vas, da na snemanje prinesete osebni predmet - prinesli ste smuči. Zakaj?

V otroštvu sem bil smučarski skakalec, kar mi je dalo veliko delovnih navad, zagnanost in redoljubnost. Tako tudi prejem te nagrade povežem z odskokom v inovativnost. Ker pa skakalnih smuči nimam več, sem prinesel par smuči, ki sem ga kupil na srečanju smučarjev po starem na Starem vrhu. Sam sicer v prostem času alpsko smučam, veliko hodim, najbolj pa se sprostim in uživam na morju. Tam lahko pohajkujem, obiščem tržnico, pečem ribe na žaru ...

Kakšen je bil vaš odziv, ko vas je poklical predsednik GZS in vam povedal, da boste prejeli Nagrado GZS?

Bil sem presenečen, ker je to le priznanje, pri katerem se je smiselno vprašati, ali sem si ga zaslužil.

Da ni časa, je samo izgovor

Zgodba podjetja Iskra Zaščite je zgodba **dr. Otmarja Zorna**. Človeka, ki zna, brez dlake na jeziku, narediti zanimive primerjave med ljudmi in čebelami ter razložiti, da slovenski trg zaradi svoje velikosti za dolgoročno uspešnost sploh ni trg. Je pa vsakemu slovenskemu kupcu hvaležen za vsak cent. Je eden tistih podjetnikov, ki se zavedajo pomembnosti zaposlenih in vizije. Brez vizije in razvoja pa ni prihodnosti.

V petih letih ste kljub krizi početverili dobiček. Kako vam je to uspelo, kaj počnete?

Ne vem. (Smeh.) Šalim se. Mislim, da je zelo preprosto. Usmerjen je treba biti v nove izdelke, nove trge in ljudi. Brez dobrih sodelavcev ne moremo računati na uspeh. Torej ni dovolj samo inovacija, obetaven trg, ampak zaveza sodelavcev in celotne ekipe, da stvar izpeljejo. K temu pomaga tudi jasna vizija – recimo biti na svojem področju najboljši na svetu. Nismo še, ampak bomo ...

Kot temeljni cilj imate zapisano: vsako leto razviti vsaj tri nove izdelke za trg in več kot 30 odstotkov prodaje zagotoviti z novimi izdelki zadnjih treh let.

Edina možnost obstoja na trgu je, da si ves čas inovativen. Nas v tovarni je malo, številčno je malo tudi Slovencev. Na svetu pa je veliko ljudi, ki hočejo biti dobri, najboljši. Vsi hočejo prodajati, zaslužiti in dati delo svojim ljudem. Preprosto ni druge možnosti, kot da si v inovacijah, v timskem delu, v iskanju sposobnih sodelavcev najboljši.

Rekli ste, da dober kapitalist vlaga v razvoj in ljudi. Tudi v težkih časih?

Ravno v težkih časih je treba vlagati v razvoj, trg in zlasti v ljudi oziroma sodelavce. Če tega ne počnete, nimate možnosti za dobro poslovanje, oziroma če ste v krizi, za izhod iz krize. Denarja ne trošimo za nepotrebne stvari; dobiček je namenjen za nove investicije, opremo, razvoj, izobraževanje, osvajanje novih trgov ... za vse, kar daje dolgoročno perspektivo podjetju in zaposlenim. Gre tudi za družbeno odgovornost, da zagotavljamo uspešno poslovanje, plačevanje davkov in zagotavljanje zaposlitve čim večjemu številu delavcev. Pomembno je tudi, da naše vizije zagotavljajo dolgoročno zadovoljstvo ljudi, kar samo po sebi povzroča boljši poslovni uspeh. Ne nazadnje nam ni vseeno, ali imajo otroci brezplačna kosila in malice, ni nam vseeno, da kar na splošno kritiziramo Slovenijo, saj je to naša dežela, kjer je

veliko uspešnih in zelo dobrih podjetij. Ogorčeni smo nad posamezniki, ki izkoriščajo to državo in ljudi do neskončnosti ... Vseeno sem prepričan, da bomo z vsakodnevnim uvajanjem sprememb v poslovanje in boljše odnose v Sloveniji dosegli pozitivni trend rasti.

Kot splošno dejstvo smo sprejeli, da se v teh letih ne zaposluje - a vi imate vendarle indeks rasti števila zaposlenih 127!

Če bi gledali z ekonomskega vidika, ne bi zaposlovali in bi imeli več za vlaganja. Ampak če je več vlaganj, je več proizvodnje, kar zahteva nove zaposlitve. Ja, zaposlujemo, radi zaposlujemo, vse profile, predvsem pa dobre inženirje, ki bi radi kaj naredili drugače, s svojo glavo. Je pa problematičen šolski sistem, ki jih pripravi, da naredijo fakulteto, ne nauči pa jih razmišljati.

Štipendirate tudi - so v slovenskih srednjih šolah in na fakultetah kadri za delo pri vas?

Štipendiramo. Povabimo tudi zaposlene, da predlagajo svoje otroke za štipendiranje. V prihodnosti bomo štipendirali še več. Tehnične fakultete obiskuje premalo študentov, kar povzroča, da inženirje iščemo tudi v tujini.

Kako sploh zadržati dobre kadre?

Danes ni dovolj, da imajo zaposleni socialno varnost in sorazmerno dobro plačo. Pomembno je, da se počutijo del kolektiva, da opazimo njihove uspehe, da jim omogočimo izobraževanje in šolanje.

Poleg izdelkov prodajate tudi svoj razvoj in sodelujete z multinacionalko Weidmüller, s katero ste partnerstvo nadgradili z ustanovitvijo skupnega podjetja.

Weidmüller je multinacionalka, ki si želi dolgoročno sodelovanje. Ker pa se bojijo naše države in morebitnih sprememb našega lastništva, je bila oblika joint-venture najbolj primerno jamstvo za dolgoročno stabilnost. Sicer pa vsa večja tuja podjetja

▼
Slabši ugled imamo, bolj nas bodo stiskali pri cenah.



sodelujejo z nami, ker jih prepričamo z inovativnimi rešitvami in kakovostjo.

Jih je res strah Slovenije, Slovencev? Zaradi etike?

Zgodilo se je že, da so bile ameriške multinacionalke na poti v Slovenijo, pa so odpovedale obisk zaradi nestabilnosti v Sloveniji. Niso želeli tvegati, kot recimo mi ne bi želeli tvegati dolgoročno razvojno tehnološko sodelovanje v državi, ki še ni stabilna in razvita, na primer na Kosovu, ko ne veš, ali bo vojna ali mir. Slovenija tako ne zbuja zaupanja pri vseh naših potencialnih partnerjih, saj ne vedo, ali bomo mi lahko zaradi našega okolja, posojilnega krča in drugega izpolnjevali naše obveznosti do njih. In enostavno vprašanje je, zakaj bi si (tujci) zaradi nas delali skrbi. Vsekakor je ugled države pomemben za trdnost naših poslovnih odnosov. Enako je tudi pri cenah. Slabši ugled imamo, bolj nas bodo stiskali pri cenah.

Z odvisnimi družbami ste prisotni tudi na tujih trgih, v Srbiji, na Kitajskem. Če bi ta trga primerjali s slovenskim, v čem se razlikujeta?

Slovenski trg po obsegu prodaje za nas sploh ni trg. Smo pa zelo hvaležni vsakemu kupcu, ki pri nas kaj kupi, saj je pomemben vsak cent. Vsi trgi so težki. Na Kitajskem delamo za Kitajce, ne za Evropo. Srbija se za naše produkte šele razvija in smo optimisti za prihodnje. Razlika med temi in vsemi drugimi tujimi

▼
Imamo veliko uspešnih podjetij, za katera javnost sploh ne ve.

► Ko pogledamo na globalni svet, je jasno, da moraš biti odprt. Če nisi odprt, si zaplankan. Odprtost mora biti tako na mikro kot tudi na makro ravni - to je odprtost do trga, do sodelavcev, do partnerjev in socialnega okolja. Brez odprtosti ni sprememb, brez sprememb pa ni razvoja. Brez razvoja ni napredka in tako naprej ...

dr. Otmar Zorn o odprtosti

trgi ter slovenskim je, da na tujih trgih prodamo lažje z manj zapletov.

Kakšni so bili vaši občutki, ko vas je poklical predsednik GZS in vam povedal za nagrado?

Pomislil sem, da si nagrade ne zaslužim jaz, ampak moji sodelavci. Uspešnost je vedno povezana z dobro vizijo, še zlasti pa s sodelavci, ki jo uresničujejo.

V širše družbeno okolje ste vpeti prek Rotary International Slovenija - zakaj se vam zdi pomembno tovrstno delovanje?

Rotary temelji na visokih etičnih in moralnih načelih. Vsako uspešno podjetje mora biti tudi družbeno odgovorno. Pa ne le to, tudi pomagati moramo po svojih močeh pomoči potrebnim in to je tudi politika Rotaryja. Ponosen sem, da sem član Rotary International.

Kater osebni predmet ste prinesli na snemanje?

Prinesel sem med. Že od malega sem namreč čebelar. Prinesel bi čebelo, vendar je to malo težko. Čebele so organizirane, delavne, koristne, delajo skupaj in ne kot individualisti. Zato so uspešne. Res bi se lahko zgledovali po njih.

Brez čebel ni življenja, vse bi se ustavilo, pravijo. Oprašujejo cvetje ...

Slovenci smo tudi marljivi, izjemno sposobni in usojen nam je uspeh. Za uspeh pa je treba izločiti manjše število posameznikov, ki so pravzaprav škodljivi za Slovenijo, prebivalstvo in tudi podjetništvo. Čebele škodljivce in nedelovne člane, lenuhe in podobno izločijo. Trote preprosto našenejo iz panja. Slovenija je krasna dežela z dobrimi ljudmi. Imamo veliko uspešnih podjetij, za katera javnost sploh ne ve. Po drugi strani pa imamo kar lepo število trotov. Ti pa so žal že sistemski.

DOSEDANJI NAGRAJENCI

Nagrada Gospodarske zbornice Slovenije je bila s Sklepom o ustanovitvi nagrade Borisa Kraigherja za izjemne dosežke trajnejšega pomena v organizaciji in vodenju gospodarskih organizacij ustanovljena leta 1968, prvič pa so jo podelili leta 1969 ob obletnici smrti Borisa Kraigherja, snovalca gospodarskih reform v takratni Jugoslaviji. Število podeljenih nagrad in kriteriji za podelitev so se v zadnjih 46. letih spreminjali – a vodilo je ostajalo isto: nagrajevati najboljše.

2012

Emil MARINŠEK/MAREMICO, Petra Melanšek/VIVAPEN, Janez NOVAK/RLS merilna tehnika, Marjana LAVRIČ ŠULMAN/Futura DDB, mag. Dejan TURK/Si.mobil, Andrej REPŠE/ARMAT PROJEKT, Andrej GRADIŠNIK/Metal Ravne, mag. Vojmir URLEP/Lek farmacevtska družba

2011

Janez BIJOL/Bijol, Franc FRELIH/Plasta, Boštjan GORJUP/BSH Hišni aparati, Simona KLUKEJ/BARTEC VARNOST, Marko KOLBL/Europlakat, Marko LOTRIČ/LOTRIČ Laboratorij za meroslovje, Marjan MAČKOŠEK/Štore Steel, Miroslav PIKOVNIK/Unija računovodska hiša, Gregor PIPAN/Xlab

2010

Jože CEGLAR/Termoplasti-Plama, Boštjan GABERC/Mikrografija, Izidor KRIVEC/Celjske mesnine, mag. Andrej MATE/Inles, Devid PALČIČ/Robotina, Stanislav Rožman/Nuklearna elektrarna Krško, Bogomir STRAŠEK/KLS Ljubno

2009

Zorko A. CERKVENIK/Istrabenz plini, Mojca KERT KOS/Petrol Energetika, Bogdan OBLAK/Oblak Commerce, Sonja RAJH/Farmtech, Tone STANOVNIK/Špica International, Tomaž Žepič/LPKF Laser & Elektronika, Peter ŽIGANTE/Savaprojekt

2008

Iztok BIZJAK/Gonzaga-pro, Janez KOŽUH/Perftech, Mirjan KULOVEC/Kolpa, Ivan MIRT/Tanin Sevnica, Romana PAJENK/Probanka, Štefan SOBOČAN/Varis Lendava

**2007**

Franjo BOBINAC/Gorenje, Anton PAPEŽ/TCG UNITECH, Lth-ol, Franci PLIBERŠEK/MIK, Janez ŠKRABEC/Riko, Savinka URBAŠEK/NIEROS METAL, Rok URŠIČ/Instrumentation Technologies, Aleksander ZALAZNIK/Danfoss Trata

2006

Jože COLARIČ/Krka, Boris GORUP/Instalacija, Edi KRAUS/Julon, Branko KURBUS/Arcont, Vasilij PREŠERN/Acroni, Jošt RUPNIK/Ydria Motors, Bogdan ŠAVLI/TBP, Ludvik ŠPAN/Špan

2005

Hugo BOSIO/Bosio, Vojko ČOK/Banka Koper, Franc JAMŠEK/Profil, Milan KOPAČ/Kladivar Žiri, Matjaž LENASSI/BSH Hišni aparati, Danilo TOPLEK/Talum Tovarna aluminija, Zoran ŽIVIČ/Keko-Varicon

2004

Ivo BOSCAROL/Pipistrel, Janez ERJAVEC/Pomurski sejem, Jernej JAKOPIN/Seaway Group, Janez LOTRIČ/Petrol, Alojzij MAZIJ/Kovinoplastika Lož, Zdravko POČIVALŠEK/Terme Olimia, Silvo SVETE/Belinka, Aljoša TOMAŽ/Abanka Vipava, Ivan ZIDAR/SCT

2003

Sonja GOLE/Adria Mobil, Bine KORDEŽ/Merkur, Irena LEMUT/ČEH/Labena, Ivan RUPNIK/IMP Klima, Zlatko SRAKA/Energoplan

2002

Vladimir BAHČ/TPV, Novo mesto, Milan DOLAR/Juteks, Ludvik IVANETIČ/Dynacast Lož, Živko KAVS/AET, Janez KOSEC/Roltek, Valentina NASTRAN/Niko Železniki, Zdenko PAVČEK/Viator&Vektor, Štefan PLANKAR/Pekarna Grosuplje, Branko ŠKAFAR/Saubermaacher&Komunala Murska Sobota

2001

Matjaž ČAČOVIČ/DROGA Portorož, Jože FUNDA/Salonit Anhovo, Radoš GREGORČIČ/Plama PUR, Marjan LORGER/Comet, Vinko MOŽE/Aerodrom Ljubljana, Jožef SMRKOLJ/ETI Elektroelement Izlake, Stanislav ZORKO/NUMIP

2000

Dušan ČRNIKOJ/Primorje Ajdovščina, Tatjana FINK/Trimo, Zoran JANKOVIČ/PS Mercator, Jože KRANJC/Intereuropa, Jože MURN/MU-REN, Aleš NEMEC/Iskra Avtoelektrika, Mitja STROHSACK/Brest Pohištvo, Zlata TAVČAR/IUS Software, Janko ZAKERŠNIK/Eurocity

1999

Franc BALANČ/Sava, Marjan BATAGELJ/Batagel&Co, Dušan BENCIK/Zdravilišče Moravske Toplice, Janez BOHORIČ/Sava, Muharem BOLIČ/Vegrad, Rado HRASTNIK/Paron, Marija JAZBEC/Inplet, Oto MAROVT/Marovt, Leopold PANJAN/Danfoss Compressors, Vinko PERČIČ/Sava, Janez ŠPES/Unior, Emil VIZOVIŠEK/Sava

1998

Viljem GLAS/Lisca, Kristina KOBAL/Gorenjski tisk, Drago LEMUT/LE-Tehnika, Jadranka LEMUT/LE-Tehnika, Andrej MESARIČ/Henkel Slovenija, Igor PEČOVNIK/Form Tehnik, Branko SELAK/Marmor Hotavlje, Stanko ŠINKO/Form Tehnik, Anton TURNŠEK/Pivovarna Laško, Vladimir WRAVOR/Wravor, Cvetko ZADRAVEC/Hobby program Zg. Hoče, Milena ZADRAVEC/Hobby program Zg. Hoče

1997

Franc BENDA/Kovinoplastika Benda, Pavel BRUS/Brus Transport, Bernard COURSAT/Revoz, Janez DEŽELAK/Termo, Doro ERJAVEC/HYLA, Jože KOZMUS/Tus Prevent, Vili MEGLIČ/Ferina, Janez POGAČAR/HYLA, Ivan ROTDAJČ/Pomurske mlekarnice, Uroš SLAVINEC/Helios, Boštjan ŠIFRAR/Šibo

1996

Franc GAŠPER/Gašper, dr. Roman GLASER/Perutnina, mag. Janez ISTENIČ/Barbara International, Bruno KORELIČ/Luka Koper, Bojan LESKOVAR/Unior Atras, Miroslav LEVAR/Elgo-line, Borut MOKROVIČ/Terme Čatež, Štefan PAVLINJEK/Roto, Andrej POLENEC/Iskratele, Jože STANIČ/Gorenje, Janez VIDMAR/Elektroprom

1995

Janez AJLEC/AJM, Andrej ČUFER/AKA, Andrejina KOGOJ/A.J. Kogoj, Jože KOGOJ/A.J. Kogoj, Janko KOSMINA/Istrabenz, Silvester LEMUT/Agroind Vipava 1894, Božo LUZAR/Elektromehanika in Emonec cafe, Leopold OBLAK/Kovinoplastika Lož, Janko RAZGORŠEK/R.T. Maribor, Karel RECER/Vino Bizeljsko-Brežice, Boris ZAVRŠNIK/Zdravilišče Atomske toplice

1994

Nikolaj BEVK/Iskraemeco, Anton HORJAK/Horjak&Precise, Jože KOČEVAR/Kočevar&Thermotron, Vida MARCIJAN/Filc, Aleksander PODLUNŠEK/Medicop Inženiring, Marjan PRELEC/Cinkarna Celje, Franc ŠENK/Šenk trade, David ŠKRL/Efekt, Miroslav ŠTRAJHAR/Svea, Viljem ŽENER/Sava

1993

Peter AŽMAN/Difa, Alojz DEŽELAK/Kolinska, Ernest EBENŠPANGER/Mura, Stane JAKŠA/Jakša, Mirko KALUŽA/Liv, Jože MELANŠEK/Viva Trade, Jože PAPEŽ/Termotehnika, Anton RAKOVEC/Domel, Žarko SAMEC/Dino Color, Dušan SNOJ/Gospodarski vestnik

1992

Metod DRAGONJA/Lek, Jože GRAH/NAUE-NTU, Anton GROS/Planika, Bruno MIKLAVEC/Mercator - Trgoavto Koper, Jože TESTEN/MIP, Vinko WERNIG/Petro I- Zemeljski plin

1991

Boris BERNETIČ/Cimos, Mirjan BEVC/Alpos, Stanko DOVEČAR/Svila, Jakob PISKERNIK/Merkur, Peter RUPNIK/Kolektor

1990

Ana BERGLEZ VOLK/Zlatarna Celje, Matija JENKO/Svilanit, Miloš KOVAČIČ/Krka, Marjan KRAJNC/Industrija keramičnih izdelkov Ljubečna, Zvonimir LEMIČ/Titan

1989

Franc BAJT/Lip Bled, Silvo GORENC/Videm, mag. Janez KOCIJANČIČ/Adria Airways, Aleksander LOVEC/Primex, Edvard SVETLIK/Iskra Rotomatika

1988

Pavle BRGLEZ/Lesnina, Božo KUHARIČ/Mura, Mitja LAVRIČ/Pivovarna Union, mag. Herman RIGELNIK/Gorenje, Jože TIŠLER/Kovinoplastika Lož

1987

Breda BLAZNIK/Rašica, Rudi DUJC/Luka Koper, Tomaž KOŠIR/Alpina, Rafael MAVRI/ETA, Avgust SENIČAR/Klemos

1986

Vladimir BAJDA/Kostroj, Stane GOŠTE/ Elektroelement Izlake, dr. Anton HRASTELJ/Jugotekstil Impex, Vitja RODE/TAM, Bogomir ROZMAN/Almira

1985

Miran GOSLAR/Mercator KIT, Jože MIRTič/Predilnica Litija, Zmago TRAMPUŽ/Fructal, Dolfe VOJSK/Elan, Jože ŽAGAR/Smelt

1984

Egon CONRADI/Kompas Jugoslavija, Maks KOCBEK/Sladkogorska tovarja papirja, Valentin MENDIŽEVEC/Livar Viktor Koleča, Jurij POKORN/Konus, dr. Lev PREMUR/Lek

1983

Ljuban ARTIČ/Iskra, Dušan GRABNAR/Slovenija-šport, Peter KOBAL/Iskra, Stane KOVAČIČ/Iskra Industrija elementov za elektroniko, Stavko MARČINKO/Tovarna perila in konfekcije PIK, Leopold RAJH/Agros, Anton STIPANIČ/Iskra, Stanislav ŠKRABEC/Riko, Marko ŠTULAR/Iskra - Center za elektrooptiko

1982

Stanislav DOLENC LUKA/Novoteks, Marjan KOŠUTA/Vozila Gorica, Tone KROPUŠEK/EM Hidromontaža, Štefan NEMEŠ/Comet, Ivan ŽAGAR/Tekstilna tovarna Prebold

1981

Franc BORŠTNIK/Avtomontaža, Franc HORVAT/Zdravilišče Radenska, Boris MALOVRH/Rudis, Milan OSOJNIK/Termika, Miran TURK/Intereuropa

1980

Branko BREZOČNIK/Mariborska livarna, Ljubomir DEŠKOVIČ/ABC Pomurka, Milan ERJAVEC/ABC Pomurka, Gustav GROF/ABC Pomurka, Božidar HABIČ, Slovenijales Radomlje, Silvo HRAST/Iskra, Marko KRŽIŠNIK/Titovi zavodi Litostroj, Marjan OSOLE/Unior kovaška industrija, Franc SKLEDAR/ABC Pomurka, Miro STERŽAJ/ABC Pomurka

1979

Srečo BERGANT/Induplati Jarše, Jože BORŠTNAR/Blagovno transportni center, Aleš MIŽIGOJ/Medex, Zdravko PETAN/Labod, Rudi ŠEPIČ/Plama

1978

Boris ANDRIJANIČ/Krka, Jože CIGLENEČKI/TAM, dr. Janez FLORJANČIČ/TAM, Janez LANŠČAK/Temeljna pomurska banka Murska Sobota, Marjan PIHLER/TAM, Miran RIŽNER/Belinka, Alojz ROŽMAN/Iplas, Vlado STOJANOVIČ/TAM, Blaž TOPOLOVEC/TAM, Albert VIDE/TAM

1977

Marcel KRALJ/HP Droga, Štefan LESKOVŠEK/Lesnoindustrijski kombinat Savinja, Franjo NOVAK/Lesnoindustrijski kombinat Savinja, Franc OMAN/IBI Kranj, Ivan PETAVER/Lesnoindustrijski kombinat Savinja, Oto RAK/Lesnoindustrijski kombinat Savinja, Metod ROTAR/Ljubljanska banka, Ludvik SIMONIČ/Iskra - Tovarna uporov in potenciometrov Šentjernej

1976

Franc BRANISELJ/LTH, Miloš DEBENJAK/Metalna Maribor, Aleksander GOLOB/Metalna Maribor, Stane KOSELJ/Tovarna dokumentarnega in kartnega papirja Radeče, Alojz LEBNIK/Zdravilišče Rogaška Slatina, Ivan MUNDA/Metalna, Janez PEROVŠEK/Ljubljanske mlekarnice, Cvetko PLANKO/Metalna, Srečko RAJH/Metalna

1975

dr. Cvetko DOPLIHAR/Kmetijski kombinat Ptuj, dr. Marin GABROVŠEK/Železarna Jesenice, Stanko KRUMPAK/IMP, Janez POGRAJC/Primat, Franc ZUPANČIČ/Kartonažna tovarna

1971

Anton DEBEVC/Industrija usnja Vrhnika, Marko DRNOVŠEK/Elektrokovina Maribor, Jože KNEZ/Novoles, Vladimir LOGAR/Iskra

1974

Franc HVALEC/Zlatorog, Stanko MERVIC/ETA Cerkno, Franjo MOHORIČ/Železarna Ravne, Milica OZBIČ/Planika, Jože VONTA/Tekstil

1970

Viljem HAKL/Mura, Jurij LEVIČNIK/IMV, Ciriil MRVLJA/Železniško transportno podjetje Ljubljana, Jože OSTERMAN/Elan, Miran VESELIČ/Biotehniška fakulteta

1973

Janez BERAUS/Sava, Vojo DJINOVSKI/Steklarna Boris Kidrič Rogaška Slatina, Ivan KOČEVAR/Pionir Novo mesto, Zdravko PRAZNIK/Ekonoski center, Tine RAVNIKAR/Lesnina

1969

Vinko BOŽIČ/Lisca, Gregor KLANČNIK/Železarna Ravne, Franc NEBEC/Preharna, Danilo PETRINJA/Luka Koper, dr. Ivan TURK/Ekonoska fakulteta Ljubljana

1972

Jože GERBEC/Združeno podjetje PTT, Hugo KERŽAN/GP Gradis, Anton PETKOVŠEK/Slovenijales, Ivo TOMAŽIČ/Perutnina Ptuj, Svetozar VESNAVER/Mariborska tekstilna tovarna

1968

Ivan ATELŠEK/Gorenje, Jože LESAR/Brest, Stojan PERHAVC/TAM, dr. Viljem RUPNIK/Ekonoska fakulteta Ljubljana, dr. Alojz VADNAL/Ekonoska fakulteta Ljubljana, Oleg VRTAČNIK/Meblo

 Naročniški paket **NonstopD 2GB**

**Neomejeno minut,
sporočil in 2 GB
prenosa podatkov!**

**Z novim paketom NonstopD
boste delili več!**

Le za
27⁹⁹ €
mesečno!

Novi paket NonstopD vam prinaša **neomejeno minut** pogovorov, **neomejeno količino sporočil** SMS in MMS ter izjemnih **2 GB prenosa podatkov!**

Super cena velja za vse, **ki ste že Debitelovi naročniki in za vse, ki še boste.**

Več informacij na
www.debitel.si in **041 400 100**

Jaz + **debitel**

Cena 27,99 € velja za vse nove in sedanje naročnike, ki bodo na novo sklenili naročniško razmerje ali menjali tarifni paket v NonstopD 2GB. Obračunski interval za prenos podatkov je 10 kB in velja za prenos preko GPRS/EDGE ali 3G/HSDPA v Telekomovem omrežju. Podatki, preneseni preko podatkovnega klica, niso vključeni v paket in se obračunavajo po veljavnem ceniku. Zakupnina v paketu NonstopD 2GB se zaračunava kot enkratna mesečna storitev in ni proporcionalna času vklopa. Ob aktivaciji ima naročnik takoj na voljo celotno količino vključenih storitev neodvisno od dneva vklopa v sistem. Cena vključuje DDV. Za morebitne napake v besedilu se opravičujemo, veljajo podatki objavljeni na spletni strani www.debitel.si.

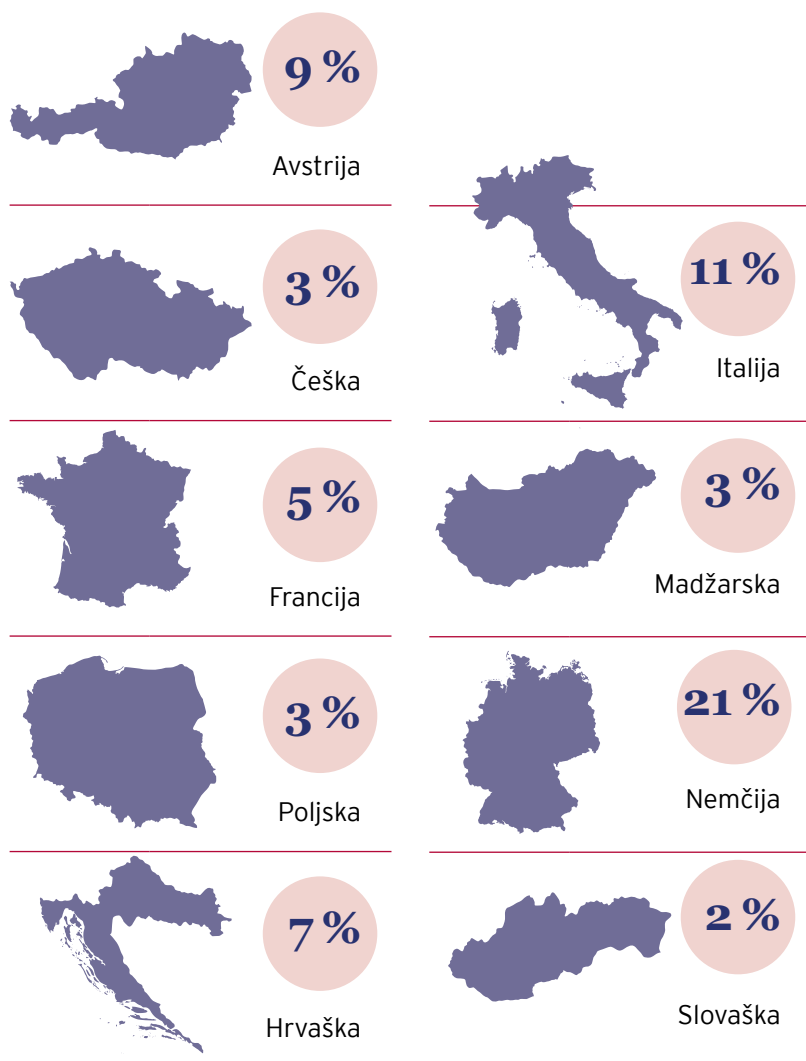
Odprtost v petih slikah

Odprtost lahko spremljamo tudi v številkah – zato smo zbrali nekaj pomenljivih podatkov o slovenskem izvozu, ki pričajo o naši (ne-)odprtosti.

Kam izvažamo?

EVROPSKA UNIJA (28) — 75 %

Opomba: Deleži so izračunani na podlagi podatkov o izvozu blaga v obdobju od januarja do novembra 2013. Vir: Banka Slovenije, november 2013.



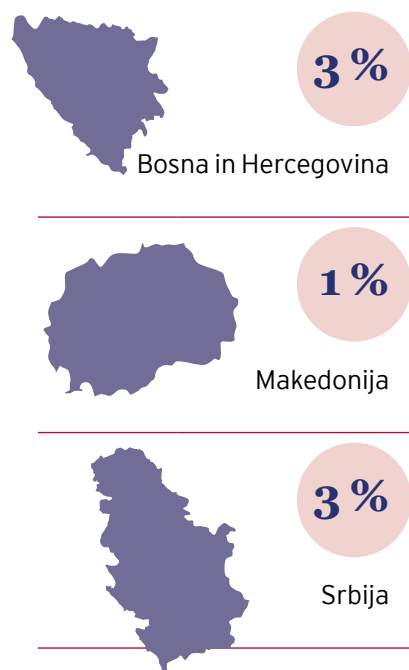
EFTA — 2 %



ZDA — 2 %



DRUGE EVROPSKE DRŽAVE — 7 %



Izvažano blago



3 %

Živila in žive živali



18 %

Kemični proizvodi



4 %

Surove snovi,
razen goriv



21 %

Izdelki, razvrščeni
po materialu



7 %

Mineralna
goriva in maziva



36 %

Stroji in
transportne naprave



10 %

Razni izdelki

Opomba: Deleži so izračunani na podlagi podatkov o izvozu blaga v obdobju od januarja do oktobra 2013 po SMTK. Vir: Banka Slovenije, november 2013.

Slovensko gospodarstvo v povprečju na prebivalca izvozi ...

2x

manj kot
Norveška



2x

več kot
Italija



4x

več kot
Grčija



Izvoz storitev v deležih



25 %

Transport



2 %

Računalniške
in informacijske storitve



40 %

Potovanja



18 %

Preostale poslovne storitve



6 %

Komunikacijske
storitve



6 %

Posredovanje



5 %

Gradbene
storitve

Opomba: Deleži so izračunani na podlagi podatkov o izvozu storitev v obdobju od januarja do novembra 2013. Vir: Banka Slovenije, november 2013.

Za krepitev izvoza pa potrebujemo:



Skupinski nastopi v
tujini - predvsem na
zahtevnejših trgih



Promocija in krepitev
korporativnega ugleda
Slovenije



Nova predstavništva
v sosedstvu



Podpora
odprtim
podjetjem

Do uspehov brez posrednikov tudi v Sloveniji

Skupina **Bredent** bi lahko bila povprečen ponudnik zobnih vsadkov. Pa ni. Zato je tudi uspeh daleč od povprečja.

Bredent je nemško družinsko podjetje, ki ga že 39 let, od ustanovitve, vodi njegov lastnik Peter Brehm. V sklopu Bredenta, ki se ukvarja z zobotehničnimi izdelki, in Bredent Medicala, katerega osnovni posel so implantati, je po vsem svetu zaposlenih okoli 400 ljudi, ki tržijo več kot 10.000 izdelkov, od tega jih več kot 92 odstotkov izdelajo v lastnih produkcijskih prostorih v Sendnu pri Ulmu. Bredent velja za eno najbolj inovativnih podjetij na svetu na področju zobne tehnike in implantologije, ki pri razvoju storitev in izdelkov tesno sodeluje z zobozdravniki in implantologi.

Skupina Bredent se je v zadnjih letih prebila med deseterico najpomembnejših ponudnikov zobnih vsadkov in implantoprotetičnih materialov v svetu, ki krojijo globalni razvoj na tem področju ter obvladujejo 70 odstotkov svetovnega trga zobnih vsadkov. A ko so večino konkurenčnih hiš prevzemali ameriški investitorji in jih združevali v večje poslovne sisteme, je Bredent ostal v nemški lasti in ubral svojo pot, ki se za zdaj izkazuje za pravilno.

108 Bredentovih držav

Bredentova osredotočenost na evropske trge z visoko dodano vrednostjo ter na hitro rastoče trge Bližnjega vzhoda in Azije generira nenehne uspehe, rast in odpiranje novih podružnic. Danes ustvari skupina 70 odstotkov prihodkov z izvozom na trge 108 držav.

Letno Bredent izdela ali modificira prek 30 novih izdelkov, pred dobrim letom pa je prevzel tudi nemško podjetje Helbo, ki proizvaja laserje in s pomočjo fotodinamične terapije uspešno zdravi precej obsežen spekter paradontalnih bolezni in posledično zmanjšuje uporabo antibiotikov med terapijo. Zadnji dosežek je tako imenovani Bio HPP (bio high performance polimer), to je

material z izjemnimi biomehaničnimi lastnostmi, ki v popolnosti nadomešča kovino in cirkoniokside v ustih.

Brez posrednikov do rasti prodaje

Nastanek nacionalnih podružnic, kot je slovenski Bredent, d. o. o., je odgovor in prilagoditev skupine Bredent na situacijo na trgih. Bredent je namreč eno redkih podjetij v panogi, ki se je odločilo preskočiti distributerje, maržo obdržati in dvigniti kakovost opravljenega dela. Marže, ki so jih pobirali distributerji, tako vlagajo nazaj v trg, v različne oblike izobraževanja stomatoloških timov in kakovostno oskrbo, kar se kljub krizi v razmeroma kratkem času kaže v večkratni rasti prodaje.

Bredent je v Sloveniji s celotnim programom prisoten že skoraj dvajset let in zadnjih deset let intenzivno tudi v implantologiji, pri čemer s poslovnimi rezultati izstopa, pojasnjuje izvršni direktor skupine Bredent Igor Rozman, ki je že deset let odgovoren za trge jugovzhodne Evrope in Bližnjega vzhoda.

Bistvo so izobražene dentalne ekipe

Glavno vodilo Bredentovega dela je dobra izobrazba zobotehnikov in stomatologov kot ekipe, zato so se že pred leti z implantološkim centrom IFZI dogovorili za šolanja v Nürnbergu in pri drugih strokovnih ustanovah ter v letu 2013 v Ljubljani organizirali strokovno konferenco Sky Meeting, kar pomeni kakovosten vložek v slovensko stomatologijo in krepitev znanja slovenskih dentalnih ekip. V letu 2014 Bredent praznuje 40-letnico celotne skupine. Zaznamovali jo bodo na mednarodnem Sky Meetingu v Berlinu, kjer bo med uglednimi predavatelji tudi profesor iz ljubljanske Stomatološke fakultete. »To me kot Slovenca še posebej veseli,« pravi Igor Rozman.

▼
Ko so večino konkurenčnih hiš prevzemali ameriški investitorji in jih združevali v večje poslovne sisteme, je Bredent ostal v nemški lasti in ubral svojo pot.

bredent
medical

BRENT, D. O. O.
Topniška 29A
1000 Ljubljana

@ info@bredent.si
+ 386 1 43 66 156
www.bredent.com

V nemškem zobozdravstvenem podjetju Brent proizvajajo več kot 10 tisoč izdelkov visoke kakovosti, na voljo so v 108 državah sveta. V okviru hčerinskih podjetij je bila z namenom od-

stranitve posrednikov leta 2008 v Ljubljani odprta poslovalnica Brent, d. o. o. Kupcem omogoča hitrejše odzive in takojšnjo dobavo vseh izdelkov. Prihranek zaradi opustitve posrednikov

v podjetju Brent, d. o. o., vlagajo v nenehno skrb za višjo kakovost, s čimer ohranjajo že tradicionalno visok standarda svojega servisa.



Igor Rozman je že deset let odgovoren za trge jugovzhodne Evrope in Bližnjega vzhoda.



PONAREDKI
Tretjino trga
zavzemajo
hibridne
kopije

V zadnjem času se na trgu pojavljajo hibridne kopije uglednih implantoloških sistemov – zavzemajo kar 30 odstotkov globalnega trga in se širijo tudi v Sloveniji –, ki pa po kakovosti ne dosegajo izvirnikov. Ponaredki praviloma prihajajo iz Izraela, Koreje in Brazilije ter so nastajali brez nujno potrebnih raziskav in testiranj. Ti proizvajalci ne ponujajo podpore niti zobozdravnikom implantologom niti bolnikom, kar sorazmerno kmalu prinaša zelo slab ugled ordinacijam, ki jih uporabljajo, pacientom pa obilo zdravstvenih težav in neuspešnih terapij. Spoj je namreč zaradi slabše kakovosti materiala slabši, implantati pa se ne usedejo pravilno v kost, zato sta tudi njihov čas trajanja in kakovost uporabe vprašljivi. Pacienti lahko izvor in kakovost preverijo z vpogledom v tako imenovane potne liste, s katerimi so opremljeni implantati.



Terjatve so ključno premoženje

Terjatve so pogosto najpomembnejše premoženje podjetja. Z direktorjem družbe **Coface Slovenija** smo se pogovarjali o kreditnem zavarovanju, izterjavi terjatev in ocenjevanju kreditne sposobnosti podjetij.

Gospod Lovenjak, Coface je globalna kreditna zavarovalnica, medtem ko ste v Sloveniji prisotni na področju bonitetnih poročil in izterjave zapadlih terjatev.

Res je, Coface je globalna kreditna zavarovalnica s sedežem v Parizu. V skladu s prostim pretokom blaga in storitev znotraj EU ponuja storitve kreditnega zavarovanja naša sestrška družba Coface SA Branch Austria neposredno z Dunaja. Tak aranžma ima precej prednosti za slovenske zavarovance, saj izkoriščamo sinergije razpršenosti tveganja, kar je v zavarovalni industriji bistvenega pomena. Ne glede na geografsko oddaljenost Dunaja zagotavljamo slovenskim zavarovancem podporo v slovenskem jeziku.

Glede na splošne ocene zadolženosti slovenskega gospodarstva in zelo nizko stopnjo likvidnosti morate imeti precej dela na področju izterjav, kajne?

Drži. Povpraševanje po storitvah zunanje izvensodne in sodne izterjave je veliko. Poiščejo nas tako mala podjetja, ki iščejo enkratne rešitve, kot velika podjetja, ki imajo dodelan sistem celovitega upravljanja terjatev in se zavedajo dodane vrednosti zunanjih storitev izterjave. Se pa pogosto zgodi, da se na nas obračajo podjetja, ki imajo prevelika pričakovanja in upajo, da bomo izterjali dolg od insolventnih podjetij. Mrtvega konja žal ne znamo obuditi, smo pa zelo učinkovi-

ti zdravniki v zgodnjih fazah bolezni. Zelo veliko povpraševanje imamo na področju mednarodne izterjave, kjer ponujamo našim strankam, zahvaljujoč naši globalni prisotnosti, lokalno izterjavo v državi dolžnika po celem svetu. Uspešnost izterjave je seveda temu primerno zelo visoka, kar je za naše stranke najpomembnejše.

Zakaj bi podjetja zavarovala svoje terjatve? Kakšna je dodana vrednost kreditnega zavarovanja?

Kreditno zavarovanje (zavarovanje terjatev) je način obvladovanja kreditnega tveganja. Ni samo zavarovanje v golem pomenu besede, je precej več. S kreditnim zavarovanjem dobijo podjetja partnerja, ki s svojimi izkušnjami in znanjem pomaga obvladovati kreditna tveganja in zagotoviti podjetju stabilno prihodnost. Danes je popolnoma samoumevno, da podjetja zavarujejo svoje premoženje; opremo, stroje, vozni park, pri čemer je verjetnost elementarnih naravnih nesreč precej manjša kot verjetnost insolventnosti. Tudi terjatve so premoženje, pogosto celo najvrednejše. Če pomislite; kako pogosto slišite za požar v kakšnem podjetju in kako pogosto slišite za primer stečaja ali prisilne poravnave? Če potegnemo črto: zavarovanje terjatev ohranja dolgoročni obstoj podjetja, delovna mesta in varno prihodnost vseh zaposlenih in njihovih družin.



16.657
izdelanih
bonitetnih
poročil o
slovenskih
podjetjih v
letu 2013



**COFACE
SLOVENIJA, D. O. O.**
Slovenčeva ulica 22
1000 Ljubljana

@ office-slovenia@coface.com

+386 1 42 59 065

www.coface.si

Coface Slovenija je ena izmed vodilnih slovenskih družb za izdelavo bonitetnih poročil in izterjavo zapadlih terjatev, ki na slovenskem trgu posluje že od leta 1991. Družba je del skupine Coface, ki je

neposredno prisotna v 66 državah. Svojim strankam ponuja celoten spekter informacij o poslovanju slovenskih in tujih podjetij (kratka in dolga bonitetna poročila, integracija podatkov v sisteme CRM ali

ERP) in storitve izvensodne in sodne izterjave zoper pravne in fizične osebe doma in v tujini. V letu 2012 smo ustvarili 1.226.356 evrov čistih prihodkov od prodaje in 210.742 evrov čistega dobička.



»Mrtvega konja žal ne znamo obuditi, smo pa zelo učinkoviti zdravniki v zgodnjih fazah bolezni,« pravi direktor Cofacea Slovenija, mag. Damir Lovenjak.



BONITETNE OCENE Stanje slovenskih podjetij v letu 2013

V Cofaceu ocenjujemo, da v letu 2013 ni prišlo do drastičnih sprememb. Povprečna ocena ocenjevanih podjetij je 5,5 (srednje tveganje) na naši 11-stopenjski lestvici od 0 do 10. Podjetja, ki so se soočala z likvidnostnimi težavami, so razglasila insolventnost, saj je bilo težko priti do dodatnih finančnih sredstev, dobavitelji pa so postali bolj pikolovski ter še bolj skrbno preverjali svoje kupce. Kriteriji, ki jih upoštevamo pri ocenjevanju podjetij in so ključnega pomena za ohranjanje ali izboljšanje bonitetne ocene, so:

- Razmerje med kratkoročnimi sredstvi in obveznostmi: kratkoročna sredstva morajo biti višja od kratkoročnih obveznosti.
- Dobiček: podjetje v tekočem letu ne sme imeti čiste izgube in/ali izgube iz poslovanja v zadnjih dveh poslovnih letih.
- Kapital: mora biti vsaj 20 odstotkov celotnih sredstev, glede na preteklo obdobje pa se ne sme bistveno znižati.
- Blokada računov: podjetje v zadnjih 6 mesecih ne sme imeti daljše obdobje blokiranih računov oziroma trenutnih blokad.
- Kratkoročne obveznosti: morajo biti nujno nižje od letnih prihodkov podjetja.

Odgovornost, strokovnost in stabilnost

Interseroh na podlagi znanj in izkušenj ter z inovativnim razmišljanjem uvaja gospodarne in zanesljive rešitve za slovensko gospodarstvo in širšo družbo. Ključni cilj družbe je predelati čim več odpadnih produktov in jih kot vir surovin znova uporabiti za izdelavo novih izdelkov.

▼
Zgodba u uspehu se ne sme končati. Z zbiranjem in predelavo ločeno zbranih frakcij vzpostavljamo dostopne vire surovin za nove izdelke, za prihodnje uspešne zgodbe.

Sinonim za odličnost in kompetentnost

Interseroh Slovenija je del mednarodnega koncerna Interseroh, ki deluje v okviru skupine ALBA Group, vodilnega evropskega podjetja na področju zbiranja in predelave sekundarnih surovin. Letos praznuje desetletnico delovanja na slovenskem trgu, na katerem mu je s svojimi kreativnimi rešitvami in strokovnim pristopom uspelo zvišati standarde ravnanja z odpadno embalažo in drugimi odpadnimi surovinami. S konkurenčno ponudbo in optimiziranjem stroškov ravnanja z odpadki pa je dosegal zniževanje cen za ravnanje s tistim delom odpadkov, ki sodijo v proizvajalčevo odgovornost. Družba Interseroh tako svojim zavezancem zagotavlja kakovostne in okoljsko sprejemljive storitve v celotni verigi ravnanja z odpadno embalažo in preostalimi odpadnimi produkti. V tej verigi si Interseroh prizadeva za ohranjanje okoljsko in ekonomsko učinkovitega sistema in vzpostavlja transparentnost stroškov in pravično finančno obremenjenost svojih zavezancev. S stabilnim prevzemanjem pri komunalnih podjetjih je Interseroh pomemben partner pri doseganju višje stopnje ločeno zbrane odpadne embalaže pri gospodinjstvih, saj je bilo v letu 2013 zbrane skoraj 100 tisoč ton, medtem ko je bilo v letu 2008 zbrane embalaže zgolj 28 tisoč ton, od tega pa 60 odstotkov poslano v nadaljnjo predelavo. Družbi Interseroh je uspelo prevzeti približno 35 tisoč ton odpadne embalaže, ki so jo zbrala gospodinjstva, in ob tem znižati stroške ravnanja s to embalažo za 20 odstotkov, kar je omogočilo, da se stroški ravnanja z odpadno embalažo za gospodarstvo

in potrošnike ne dvigujejo, temveč celo znižujejo. Ob desetletnici delovanja na slovenskem trgu želi s svojimi deležniki deliti svoje vrednote: prodornost, odgovornost, prilagajanje novim izzivom z zavzetostjo vseh zaposlenih.

Snovalci sprememb -

ReUse, ReDuce, ReCycle in ReThink

Družba Interseroh si zastavlja ambiciozne cilje. Zaradi nedorečene in nepregledne zakonodaje na področju ravnanja z odpadno embalažo se Interseroh počasi preusmerja s področij svojega delovanja v zadnjih desetih letih in strateške poslovne rešitve gradi na uveljavljanju novih konceptov ravnanja z odpadki, kot so: ReThink, ReUse, ReDuce in ReCycle. Poslovni model ReThink je proces svetovanja organizacijam in izvajanje celovitih rešitev, ki na lokacijah nastajanja odpadkov znižujejo stroške z njihovim ravnanjem. Uveljavlja storitve, ki z večjo učinkovitostjo, povečano inovativnostjo in vključevanjem temeljnih korakov trajnosti v poslovanje organizacije dosežejo finančni prihranek ter družbeni in okoljski razvoj. V okviru področja ReUse bo Interseroh uvedel rešitve, ki spodbujajo vnovično uporabo izdelkov in embalaže, na področju ReDuce rešitve, ki znižujejo stroške in okoljske obremenitve predvsem zaradi transporta odpadkov, na področju ReCycle pa Interseroh vstopa v nove trende recikliranja, kot je UpCycle, ki recikliranim materialom daje nove dimenzije. Prvi tovrstni izdelek je Procyklen®, produkt znanja Interseroha ALBA Group, ki daje novo življenje odpadni plastiki.



INTERSEROH,
zbiranje in
predelava
odpadnih surovin,
d. o. o.
Brnčičeva ulica 45
1231 Ljubljana-Črnuče

@ info@interseroh.com
☎ +386 1 560 91 50
🌐 www.interseroh-slo.si

Interseroh, družba za
ravljanje z odpadnimi
surovinami, naroč-
nikom (zavezancem)
ponuja sistemske
rešitve pri ravnanju z
odpadnimi produkti:
odpadna embalaža,
odpadna električna in
elektronska oprema,
odpadne baterije in

akumulatorji, odpadne
nagrobne sveče in od-
padna zdravila. Podje-
tja, ki so zavezanci za
ravljanje z različnimi
skupinami odpadnih
produktov, prenesejo
svoje obveznosti na
družbo Interseroh, ki
zanje organizira zbi-
ranje, odvoz, pripravo

in predelavo odpadnih
produktov. Interseroh
skrbi, da zavezanci
izpolnjujejo vse za-
konske obveznosti pri
ravnanju z odpadnimi
produkti, in zagotavlja
gospodarne in zane-
sljive rešitve.

KROŽNO GOSPODARSTVO

“Re-Think”

EKONOMSKA IN OKOLJSKA UČINKOVITOST. PROCES, KI Z VEČJO UČINKOVITOSTJO, POVEČANO INOVATIVNOSTJO IN VKLJUČEVANJEM TEMELJNIH KORAKOV TRAJNOSTI V POSLOVANJE DOSEŽE FINANČNI PRIHRAINEK TER DRUŽBENI IN OKOLJSKI RAZVOJ

“ReThinkBusiness”

REVIZIJA ZATEČENIH STRUKTUR,
INFRASTRUKTURE, POSLOVNIH IN
FINANČNIH MODELOV, PRAVNIH
OKVIRJEV

“ReThinkWaste”

REVIZIJA
RAVNANJA
Z ODPADKI

“ReThinkSynergy”

UČINKOVITO
RAVNANJE
Z VIRI

Linearno gospodarstvo
VZEMI, NAREDI, ODVRZI

Interseroh je
pozoren na
nove ideje in
nove paradigme
trajnostne
usmerjenosti
slovenskega
gospodarstva.
Želi utirati pot
linearne
gospodarstva
v krožno
gospodarstvo.

PROCYCLEN®
Surovina
prihodnosti
in plod znanja
Interserohovih
strokovnjakov

Rezultat raziskovanja in znanja dr. Manice Učnik Krump, ki dela v Interserohu/ALBA Group v Kölnu in je sodelavka Interseroha v Sloveniji, je patentiran nov material Procyclen®, ki s posebno inovativno tehnologijo nastane iz recikliranih plastičnih odpadkov. Po tej novi tehnologiji nastane granulati, ki je po tehničnih lastnostih popolnoma primerljiv ter 100-odstoten nadomestek za plastične materiale v primarni obliki, proizvedene iz nafte ali zemeljskega plina. Procyclen® je kakovosten material, ki je primeren tudi za proizvodnjo izdelkov za široko porabo. Interserohova inovativna tehnologija recikliranja izrazito prispeva k trajnostnemu ravnanju s surovinskimi viri in z okoljem, saj z uporabo ene tone Procyclena® namesto plastike v primarni obliki, proizvedene iz nafte, proizvajalci plastičnih izdelkov prihranijo 30 odstotkov oziroma 494 kilogramov toplogrednih plinov in 10.488 kilovatnih ur energije, kar, za lažjo predstavo, pomeni 18.440 pranj umazanega perila.





Mediterranski, nemški in skandinavski tip kopalnic

»To je vse v glavah. Enournna vožnja ni taka ovira – je pa ta odmaknjenost morda celo koristna, saj lahko v miru poslušamo,« odgovarja Mirjan Kulovec, predsednik uprave **Kolpe**, na vprašanje o odmaknjenosti Metlike od prestolnice. In v Kolpi v zadnjih 17 letih poslujejo z dobičkom – krizi navkljub.

V Kolpi ste vedno sledili trendom ... kakšne so bile dozdajšnje smernice?

Razvoj kopalnic spremljam že 35 let in opažam, da se je miselnost precej spremenila. Kopalnica je bila nekoč majhen, dodaten prostor, danes pa je že skoraj bivalni prostor. To ni le prostor za higieno, temveč tudi za sprostitve. V kopalnici navsezadnje preživimo čedalje več časa, kopalnice postajajo čedalje večje in prostornejše. Vse večje so kopalne kadi in kabine za prhanje, kopalniško pohištvo je vse bolj raznoliko, čedalje več je elementov ...

Kako prepoznati spremembe v željah kupcev in jih prenesti v prakso?

Poti je več. Imamo lasten razvoj, ki skrbi za sledenje trendom in s katerim smo prisotni na vseh pomembnejših sejnih. Tudi kupci, za katere delamo poleg blagovne znamke Kolpa san, narekujejo razvoj in smernice pri uporabi materialov ..., poleg tega pa tudi dobavitelji prenašajo informacije o trendih k nam.

Kako pomembna je pri tem inovativnost?

Brez inovativnosti in razvoja nam prav gotovo ne bi uspelo. A sama inovativnost na majhnem slovenskem trgu ne pomeni veliko, zato z inovacijami sledimo velikim trgov. So pa želje kupcev na tujih trgih različne – govorimo lahko o mediteranskem tipu kopalnic, tršem nemškem tipu in mehkejšem skandinavskem.

V čem se ti tipi razlikujejo?

Predvsem v dizajnu, materiali in funkcije pa so podobni. Zanimivo je, da je v severnem delu Slovenije bolj prisoten nemški tip, v južnem delu se pa čuti vpliv mediteranskega tipa. Če tega ne upoštevaš,

ne boš uspešen v prodaji. Ker kar 90 odstotkov svojih izdelkov izvozimo v 37 držav sveta, sta razumevanje in prilagajanje tujim trgov neizogibna.

Kolpo najboljše poznamo po kopalniški opre. A ne ukvarjate se le s tem.

Imamo tri glavne programe. Poleg že znanih programov Kolpa san in Kerrock razvijamo še nov program, ki ga imenujemo CIF program – gre za izdelavo čistih prostorov, inženiring, laboratorijsko pohištvo in fasade. V naši viziji razvoja do leta 2020 tako stavimo predvsem na te tri programe in jih bomo še razvijali, preostale pa umikamo.

Kako bi bralcem pojasnili, kaj je kerrock?

Smo redki proizvajalci tega materiala v svetu in smo eden prvih proizvajalcev v Evropi. Material ni 100-odstotno idealen, vendar doslej še nismo naredili boljšega oziroma uporabnejšega. Čeprav po videzu spominja na kamen, je ob dotiku prijeten in topel, struktura površine pa je privlačna in vabljiva. Njegova površina preprečuje poškodbe in dolgo ohranja lep videz gladkih površin, poleg tega pa ga madeži različnih živil in kemikalij ne poškodujejo. Sledovi časa so pri kerrocku tako rekoč nevidni, saj je neobčutljiv za zunanje in notranje klimatske razmere. Masivna in homogena sestava mu daje visoko trdnost, žilavost in preprečuje pokanje. Prav zaradi teh lastnosti je uporaben tako v notranjih interierjih, v bolnišnicah kot stena za čiste prostore, za fasadne elemente, skratka povsod, kjer se srečujemo z delovnimi površinami.

Kateri trgi so najboljše sprejeli ta material?

Ker je material drag in njegov transport ne pomeni velikega deleža celotne cene, nam ni treba

▼
Ker smo majhna država, bi se morali povezati.



KOLPA, D. D., METLIKA
Rosalnice 5
8330 Metlika

@ info@kolpa.si

+386 7 36 92 100

www.kolpa.si

Kolpa je leta 2013 praznovala 35 let obstoja – od začetka poti v nekdanjem Novelesu do uspehov na trgih zahodne Evrope je prehodila zanimivo in burno pot. Strate-

gija izvozne usmerjenosti se je pokazala kot dobra odločitev, saj so danes prisotni v več kot 37 državah, kamor prodajo veliko večino svojih izdelkov. Vrhunski

izdelki za opremo kopalnic Kolpa san in program kompozitnih materialov Kerrock so s svojimi izrednimi tehničnimi lastnostmi dosežki, na katere so še posebej ponosni.

»Nisem dopustil, da bi se uspešno delo Kolpe po mojem prejemu Nagrade GZS izničilo.«
– Mirjan Kulovec

v vsaki vasi postavljati proizvodnje. Tako lahko cel svet oskrbujemo iz Slovenije. Poleg Slovenije ga namreč uspešno tržimo še v Italiji, Španiji, Franciji, Avstriji, ZDA, Beneluksu, Rusiji in Skandinaviji, z ustanovitvijo Kerrock Deutschland pa želimo okrepiti tudi navzočnost na nemškem trgu. Postopoma pa se podajamo še v arabski svet, Indijo, pripravljamo se tudi na prodajo v Braziliji.

Ste prejemnik nagrade GZS – kakšno je življenje in poslovanje po prejemu?

Od leta 2009 se je podjetje znašlo v čisto novem poslovnem svetu. S krizo so bili dotedanji uspehi, trendi in razvojni cilji delno onemogočeni. A ker smo že pred krizo veliko vlagali v razvoj, trženje in tehnologijo, smo ob padcu trgov vseeno preživeli in vsako nadaljnje leto ustvarjali dobiček. Nisem dopustil, da bi se uspešno delo Kolpe po mojem prejemu Nagrade GZS izničilo. Prav zaradi nagrade je bila odgovornost toliko večja.

Se še strinjate s svojo trditvijo: »Kdor samo sanja, vse življenje spi?«

To poved imam zapisano tudi na delovni mizi, jo večkrat pogledam in še vedno držim.

Se vam zdi, da v Sloveniji preveč sanjamo?

Ne, le preveč se prepiramo in smo nevoščljivi. Namesto da bi si pomagali, se gledamo postrani. Ker smo majhna država, bi se morali povezati in skupno nastopati navzven ter pokazati bojovitost, kakršno so pokazali naši športniki na letošnjih zimskih OI. Zdaj ni čas za pesimiste, če je volja, ni ovir!



Luka Koper pred novim razvojnim ciklom

Koprsko pristanišče je ključna primerjalna prednost Slovenije in **Luka Koper** kot koncesionar je najpomembnejši člen v slovenski logistični verigi. Izjemna geografska lega z morsko povezavo osrčja Evrope z globalnim svetom je naš razvojni potencial.

Največji kontejnerski terminal v Jadranu

V Luki Koper največje tržne priložnosti vidijo v blagovnih skupinah kontejnerji in avtomobili, a želijo hkrati povečati pretovor vseh blagovnih skupin. Luka Koper je v letu 2013 pretovorila 18 milijonov ton blaga, vključno s 600.441 kontejnerskimi enotami (TEU), kar je zgodovinski dosežek in hkrati potrjuje primat največjega kontejnerskega terminala v Jadranu. Najbližji zasledovalec tako ostaja pristanišče Trst s približno četrtno manjšim pretovorom. A Koper je tudi izjemno pomembno vozlišče za pretovor avtomobilov – za več kot 20 avtomobilskih znamk so lani pretovorili 463.375 enot, kar ga uvršča v s sam vrh avtomobilskih terminalov v Sredozemlju. Kot poudarja predsednik uprave Gašpar Gašpar Mišič, je poleg izjemne geografske lokacije pomembna primerjalna prednost prilagodljivost storitev in razvejenost zalednih povezav.

Nov razvojni cikel s poudarkom na zabojnikih

Globalni trend kontejnerizacije, ekonomija obsega in okoljske zahteve so povzročili, da ladjarji naročajo čedalje večje ladje, temu pa morajo slediti tudi pristanišča. Že lani je družba sprejela načrt povečanja letne zmogljivosti kontejnerskega terminala z zdajšnjih 720 tisoč TEU na 950 tisoč TEU. Projekt zajema poleg poglobljanja morskega dna bazena I tudi izgradnjo dodatnih 100 metrov operativne obale in novega veza, izgradnjo kasete za odlaganje morskih sedimentov na čelu pomola, izgradnjo skladiščnih in manipulativnih površin na južnem delu pomola, dodatno železniško infrastrukturo ter nabavo dodatne opreme. Projekt, ki bo potekal večfazno, posamezne investicije pa bodo predane

v uporabo postopoma, bo v celoti končan do leta 2018. Prvo fazo so začeli konec minulega leta, ko so na čelu pomola začeli graditi nove skladiščne površine za 672 kontejnerskih enot. Ključni del projekta, ki pa bo končan predvidoma že aprila letos, je poglobitev bazena I na globino 14 metrov – s tem bo omogočeno vplutje tudi bolj naloženih kontejnerskih ladij.

Severni Jadran je neizkoriščen potencial

Pred nedavnim je analitična agencija MDS Transmodal predstavila ugotovitve študije potenciala severnega Jadrana za pretovor zabojnikov. Model napovedi gibanja prometa temelji na različnih predpostavkah razmer na trgu. Ključna predpostavka je, da ladjarji in logistični operaterji iščejo najcenejšo pot od proizvajalca do naročnika blaga. Študija napoveduje, da je ob določenih pogojih možno do leta 2030 v pristaniščih severnega Jadrana povečati pretovor z zdajšnjih 1,8 milijona na 5,9 milijona TEU. Za uresničitev scenarija je bistveno, da se v severnem Jadranu zagotovi ustrezen ugrez v vseh pristaniščih, poveča zmogljivost kontejnerskih vlakov ter nadaljuje posodobitve pristaniške infrastrukture.

Vpeti v lokalno okolje

S ciljem približati delovanje pristanišča lokalnim prebivalcem je bil leta 2009 vzpostavljen spletni portal o trajnostnem razvoju Luke Koper www.zivetispristaniscem.si, kjer Luka Koper objavlja svoje aktivnosti in rezultate delovanja na področju družbene odgovornosti in okoljskega ravnanja.

▼
600.441
kontejner-
skih enot
je bilo preto-
vorjenih
v letu 2013
- največ
doslej.



**LUKA KOPER, D. D. -
pristaniški in
logistični sistem**
Vojkovo nabrežje 38
6501 Koper

@ portkoper@luka-kp.si

+386 5 66 56 100

www.luka-kp.si
www.zivetispristaniscem.si

Podjetje Luka Koper, d. d., na podlagi podeljene državne koncesije upravlja pristanišče ter vseh 12 specializiranih terminalov. Zaradi odlične geografske

lege in umeščenosti v transportno vozlišče imata Slovenija in z njo Luka Koper odlično izhodišče za pokrivanje držav srednje in vzhodne Evrope.



Po dokončani razširitvi bo kontejnerski terminal omogočal 950 tisoč TEU na leto.



PRVI POMOL
Povečanje
kapacitet
za 32% do
leta 2018

Dograditev dodatnih površin na južnem delu pomola (rumena barva) bo skupaj s preostalimi površinami omogočila pretovor 950 tisoč TEU na leto, če bi dogradili še severni del pomola (modra barva) ter bi celoten pomol namenili izključno kontejnerski dejavnosti (ob predpostavki izgradnje drugega železniškega tira do Divače oziroma povečanja zmogljivosti železniške povezave), pa bi lahko pretovor dosegel celo dva milijona TEU na leto. Študije in projekcije namreč pokažejo, da bi bilo z operativnega in stroškovnega vidika najbolj smiselno skonsolidirati kontejnersko dejavnost na eni lokaciji, kjer že obstaja osnovna infrastruktura.





Znanstvenica bom.

»Mami nas je peljala na obisk v njeno službo. Zaposlena je v Leku, kjer delajo zdravila za bolne otroke in odrasle. V njeni službi smo srečali prijazne ljudi, ki so nam pokazali zanimive eksperimente.

Takšne, ki jih še nikoli nisem videla. Velikokrat sem razmišljala, kaj bom, ko bom velika. Morda športnica ali glasbenica. A najrajši bi bila to, kar je moja mami. Znanstvenica bom.«

POLNI CERTIFIKAT



član skupine Sandoz

Lek farmacevtska družba d.d., Verovškova 57, 1526 Ljubljana, Slovenija • www.lek.si

Dodatno pokojninsko zavarovanje je uvedlo že veliko slovenskih podjetij, ki s tem kažejo svoj odnos do socialne varnosti zaposlenih. Kar 95 odstotkov vseh zavarovancev - dobrih 500.000 - je namreč v dodatno pokojninsko zavarovanje vključenih prek svojega delodajalca, ki za njih plačuje premijo delno ali v celoti.

modra
zavarovalnica

 www.modra-zavarovalnica.si

- uresničitev odgovornosti do zaposlenih, saj s tem izrazi, da mu ni vseeno za svoje zaposlene tudi, ko prenehajo delati v podjetju;
- zadovoljstvo zaposlenih, saj bodo imeli manj skrbi glede svoje prihodnosti;
- možnost izbora najboljših kadrov, saj je zagotovljena dodatna pokojnina v očeh oza-veščenega zaposlenega že danes konkurenčna prednost pri izbiri delodajalca.

Sklenitev dodatnega pokojninskega zavarovanja zahteva veliko mero preudarnosti in je za podjetje velika odločitev, ki s seboj nosi tudi precejšnjo odgovornost. Ker je to zagotovo pomembna odločitev, so vam svetovalci Modre zavarovalnice vseh korakih odločanja na voljo za nasvete in odgovore na vaša vprašanja. Skupaj lahko ugotovite, katera možnost bi bila najboljša za vas in vaše podjetje.

Kolektivno dodatno pokojninsko zavarovanje
delodajalcu prinaša:





Plini za življenje

»Tehnični plini so prav tako pomembni kot voda in elektrika. Celo v vsakodnevnem življenju,« trdijo v podjetju **Messer Slovenija**. O uporabnih vidikih tehničnih plinov in njihovem prispevku k boljšemu življenju in okoljski sprejemljivosti smo se pogovarjali z direktorjem mag. Danilom Lukačem.

Vaš slogan je »Plini za življenje« - zakaj?

Industrijski plini so čedalje bolj prisotni v vsakodnevnem življenju, pomemben pa je predvsem njihov prispevek h kakovostnejšemu življenju.

Katerim panogam s ponudbo plinov omogočate delovanje?

Na področju živilske industrije se uporabljajo globoko ohlajeni tekoči plini za hitro zamrzovanje živil, ki ne poškodujejo celične membrane, metalurgi pa jih uporabljajo za splakovanje, homogeniziranje in zaščito. S pravilno izbiri plinov lahko tudi precej znižajo stroške varjenja, prav tako so nepogrešljivi pri proizvodnji zdravil, saj nastopajo kot reagent, inertizator, hladilni medij in v vseh vrstah analitskih metod.

Katera uporaba plina je denimo najbolj pre-senetljiva in za številne nepredstavljiva?

Vedno znova se čudim svojim sodelavcem, ki prihajajo z idejami in preskusi novih možnih načinov uporabe plinov. Tudi mene preseneča čedalje širši pomen plinov – vsi poznamo paradižnik znamke Lušt, verjetno pa jih zelo malo ve, da z uporabo ogljikovega dioksida pospešujemo rast in zorenje paradižnika.

Kako se pline sploh pridobiva?

Kisik, dušik, argon, ksenon in kripton pridobivamo iz zraka, pri čemer uporabljamo proizvodne enote za ločevanje zraka, ki so visoke več kot 60 metrov in v katerih poteka fizikalni proces ločevanja zraka na sestavne dele. Ogljikov dioksid nasprotno proizvajamo predvsem iz izpušnih plinov, ki nastanejo pri industrijskih dejavnostih, in ga nato očistimo, v nekaterih primerih pa ga pridobivamo tudi iz naravnih podzemnih virov. Vodik in aceten proizvajamo s kemijskim procesom, helij pa iz podzemnih virov.

Usmerjenost k skrbi za okolje potrebo po plinih navsezadnje še povečuje ...

Res je, na področju varstva okolja se pojavljajo novi postopki uporabe tehničnih plinov. Ozon in kisik sta denimo primerna za odstranjevanje amonijaka in drugih organskih nečistoč iz vode, v termah uporabljajo ogljikov dioksid namesto žveplene kisline, peskanje s suhim ledom pa lahko zelo uspešno nadomesti klasične oblike čiščenja. Tako čiščenje je učinkovito in ekološko sprejemljivo na mestu samem, brez uporabe dragih in pogosto za zdravje nevarnih čistil. Ker se pri čiščenju ne pojavljajo sekundarni odpadni materiali, tudi ni dodatnih stroškov, povezanih z odstranjevanjem odpada. Z uvajanjem kisika v zgorevalne procese lahko dosežemo višje temperature plamena, večje reakcijske hitrosti in s tem tudi večje zmogljivosti naprav, kar seveda pomeni tudi manjšo količino dimnih plinov, manj prahu in popolno zgorevanje škodljivih snovi.

Zakaj je prav Messer primeren partner za dobavo plinov?

Zelo pomembni sta naša usmerjenost in tradicija, ki ju prinašamo še iz Tovarne dušika Ruše, ki je bila nosilec razvoja plinske industrije že v nekdanji državi. S tujim partnerjem smo dobili le še dodatna znanja in resurse. Vsekakor pa so sodelavci največja dodana vrednost, imamo lastno servisno ekipo, lastno proizvodnjo in lastno distribucijo. Da smo najboljši, potrjuje tudi naš tržni položaj.

Načrtujete nove investicije - kakšne?

Družba Messer Slovenija vsako leto veliko vlaga v nove tehnologije. Prodaja v Sloveniji se nam je v zadnjih letih povečala, za nadaljnjo rast na slovenskem trgu potrebujemo kisikarno, ki bo v Sloveniji, saj je zdaj izvor tehničnih plinov na Hrvaškem. Z novo kisikarno bi povečali konkurenčnost, možnosti za izvoz in ustvarili nova delovna mesta.

▼
Vedno znova se čudim svojim sodelavcem, ki prihajajo z idejami in preskusi novih možnih načinov uporabe plinov.



**MESSER SLOVENIJA,
D. O. O.**
Jugova 20
2342 Ruše

@ info.si@messergroup.com

+386 2 66 90 300

www.messer.si

Družba Messer Slovenija, d. o. o., je bila ustanovljena aprila 1992 in danes s celotno paleto tehničnih in specialnih plinov oskrbuje prek 3500

kupcev v Sloveniji ter tako pokriva več kot 40 odstotkov potreb slovenskega trga. Poleg dobave tehničnih plinov zagotavlja tehnološke rešitve

za njihovo uporabo v praksi, inženirinske storitve za to področje ter celoten servis za montažo in vzdrževanje naprav za uporabo tehničnih plinov.



Messer bo namenil 15 milijonov evrov za izgradnjo proizvodne enote za ločevanje zraka (kisikarne) v Sloveniji.



KISIKARNA Investicija v letu 2014

Messer kot največje zasebno podjetje na svetu, ki je specializirano za tehnične pline in tržni vodja v številnih evropskih državah, se je odločil, da bo namenil 15 milijonov evrov za izgradnjo proizvodne enote za ločevanje zraka (kisikarne) ter s tem sledil zahtevam trga. Zagon proizvodne enote je načrtovan v letu 2016 in bo še en pomemben mejnik v razvoju družbe Messer Slovenija in v industrijskem razvoju naše države. Pogoj za odločitev o naložbi sta bila uspešen razvoj družbe in njen položaj na trgu. S tehničnimi plini in predvsem z velikim uspehom na področju aplikativnih plinskih tehnologij je namreč podjetje postalo vodilno na trgu tehničnih plinov, kjer svojim kupcem izboljšuje njihove procese z zniževanjem stroškov, večanjem varnosti in izboljšanjem kakovosti proizvodov. Trenutno potekajo pogajanja za nakup zemljišča, kjer bo v prihodnosti proizvodna enota. Z novo investicijo bo družba Messer Slovenija še okrepila svoj tržni položaj in izboljšala kakovost storitev za svoje stranke.



Poslovne ženske naj ostanejo pristne

Prejemnica nagrade GZS za leto 2009 Mojca Kert, direktorica **Petrola Energetike**, je umirjena, elegantna, a zelo uspešna poslovna ženska - z njo smo se pogovarjali o trgu energetike, temeljih uspešnega poslovanja in ženskah v menedžerskih vodah, ki ne bi smele zrcaliti moških.

Kakšne so zdaj razmere v slovenski energetiki in ali je trg dovolj stabilen, da omogoča zanesljivo delovanje?

Pred vrati je sprejetje novega energetskega zakona (EZ) in za pomembno ter zahtevno bitko v pripravi njegovih vsebin čestitam vsem pripravljavcem. Z njegovo uveljavitvijo so povezane temeljne spremembe v delovanju slovenskega energetskega trga, ki bodo pomembno vplivale na delovanje vseh udeležencev trga z energijo. Z novim zakonom namreč prehajamo tudi v Sloveniji na nadzor nad tržnimi dejavnostmi in nadzor nad celotnim uresničevanjem zakona. Temelj za vrednotenje in spremljanje naložb, ki so nujni pogoj za razvoj in delovanje energetskega trga, bodo postali naložbeni načrti sistemskih operaterjev, ki bodo usmerjeni tudi v dvigovanje zanesljivosti.

Kje vidite v Sloveniji na področju energetike največji manko?

Največjo pomanjkljivost slovenskega energetskega trga vidim v pomanjkljivem strateškem vodenju in nadzoru energetskih podjetij, veliko izzivov je povezanih tako z dvigom učinkovitosti poslovanja energetskih družb kot tudi z izboljšanjem kakovosti njihovih storitev. Prav tako je premalo dinamike na maloprodajnih trgih z električno energijo in zemeljskim plinom, kar pomeni, da ponudniki oziroma dobavitelji energij ne prepoznajo potreb odjemalcev, odjemalci pa ne čutijo dovolj zaupanja v spremembe.

Kljub kriznim časom Petrol Energetika posluje dobro. Katera je vaša največja konkurenčna prednost?

Naše poslovanje temelji na poslovnem modelu, s katerim povezujemo in celovito obvladujemo energetske potrebe v industriji in povezanih lokalnih skupnostih, na področju, kjer je v Sloveniji še veliko odprtih izzivov v smeri iskanja inovativnih javno-zasebnih partnerstev. Naši

zaposleni, znanje in posluh za odjemalce pa so tiste prednosti, ki nam omogočajo rast in razvoj.

Nekje ste dejali, da so odnosi odločilnega pomena.

Dobri odnosi so temelj dobrega sodelovanja, pametnih rešitev in zadovoljnega odjemalca. Dobri odnosi so dobri za posel. Graditi in vzdrževati dobre odnose v podjetju je ena od bistvenih in hkrati težjih nalog menedžerjev, ki je velikokrat morda podcenjena, tudi prezrta. Dober menedžer se mora zavedati pomembnosti dobrih odnosov in prispevka, ki ga za podjetje ustvari. Dobre odnose je treba zgraditi, vzdrževati in ne nazadnje tudi znati prodati.

Kateri so ključni večji načrti Petrola Energetike v prihodnosti?

V prihodnje načrtujemo širitev poslovanja na področje oskrbe z vodo in komunalnih dejavnosti, predvsem v smeri aktivnega sodelovanja pri preoblikovanju ter razvoju komunalnih podjetij v Sloveniji. Načrtujemo kar nekaj projektov javno-zasebnega partnerstva in hkrati partnerstva z industrijskimi odjemalci na način outsourcinga energetske dejavnosti. Dejavnosti bomo tudi na področju prenove in upravljanja kotlovnice v večstanovanjskih stavbah ter na področju učinkovite rabe energije na strani porabnika.

Kdaj bi si upali gospodarstvu napovedati spremembe na bolje?

Vse takšne in podobne napovedi so v tem času zelo nevhvaležne, ker so povezane s celovitimi premiki in spremembami v poslovnem okolju. Nekaj časa bomo gotovo še potrebovali, da razčistimo vzroke za zdajšnje gospodarske razmere, da ugotovimo, kateri ukrepi za gospodarsko rast so tisti, ki bodo prinašali konkretne rezultate, in najbolj pomembno, da končno razumemo gospodarstvo.

▼
Zaradi nujnosti usklajevanja toliko različnih vlog in odgovornosti so ženske velikokrat prepoznane kot izredno sposobne prilagajanja na spremembe.

PETROL

Petrol Energetika, d.o.o.

@ peravne@petrol.si

+386 2 87 06 100

www.petrol-energetika.si

PETROL ENERGETIKA,
proizvodnja
in distribucija
energetskih
medijev, d.o.o.
Koroška cesta 14
2390 Ravne na
Koroškem

Petrol Energetika d.o.o. na trgu nastopa v vlogi proizvajalca, trgovca, zastopnika in posrednika pri trženju energentov, pa tudi v vlogi sistemkega operaterja distribucijskih sistemov. Družba zavzema vidno in aktivno vlogo pri oskrbi odjemalcev v energetske intenzivnih panogah jeklarstva in strojno predelovalne

industrije ter pri oskrbi odjemalcev v geografsko povezanih lokalnih skupnostih. Med glavne konkurenčne prednosti štejejo trajno sinergijo med javnimi in zasebnimi naložbami na področju komunalne in energetske infrastrukture, podporo pogodbenem financiranju in upravljanju z odjemom energije na strani porabe.

»Graditi in vzdrževati dobre odnose v podjetju je ena od bistvenih in hkrati težjih nalog managerjev,« meni Mojca Kert.

Že dve desetletji uspešno krmarite v stereotipno moškem svetu. Ta stereotip še drži?

Stereotip lahko preverite, če preštete, koliko žensk vodi energetska podjetja v državi. Žensko na vodstvenem položaju spol še vedno opredeljuje. Še vedno je najprej ženska, ne glede na sposobnosti. S tem tudi ni nujno sploh kaj narobe, če le sposobnosti zaradi tega niso prezrte. Sploh na začetku kariere poti so ženske zaradi materinske vloge nekako v slabšem položaju v primerjavi z moškimi kolegi, v nekakšnem zaostanku, velikokrat ne napredujejo tako naglo kot moški. Kar pa dolgoročno prav tako ni nujno slabo. Zaradi nujnosti usklajevanja toliko različnih vlog in odgovornosti so ženske velikokrat prepoznane kot izredno sposobne prilagajanja na spremembe, sama bi temu dodala še moč povezovanja in sposobnost vodenja podjetij v kriznih razmerah. Ne gre za to, da bi bile boljše od moških kolegov, daleč od tega, le drugačne smo. In prav je tako.

Se mora po vaših izkušnjah ženska na vodstvenem položaju še dodatno dokazovati?

Razlike med spoloma so precej manjše kot pred leti, sprejemanje žensk na vodilnih položajih je večje, kljub temu pa določene razlike še ostajajo. Želim si, da bi ženske prepoznale svoje potencialne in doumele, da jim na svoji karierni poti ni treba zrealiti moških ter si upale ostati pristne.



Primorska zvezda

Sonja Šinigoj je krmilo primorskega **SAOP** prevzela leta 2009 in v nekaj letih s podjetjem dosegla več potrditev za pravilne odločitve – bila je gospodarstvenica leta 2012, najboljši zaposlovalec med srednjimi podjetji v letu 2011 in družini prijazno podjetje. Pravilno smer razvoja pa potrjujejo tudi čedalje številčnejši kupci.



SAOP je vodilen na področju informacijskih sistemov in med najboljšimi IKT-podjetji v Sloveniji – verjetno si marsikdo ne predstavlja, da ga vodi ženska.

V Sloveniji je kar nekaj žensk, ki uspešno delujejo v IT, bodisi kot direktorice informacijskih podjetij bodisi kot vodje informatike v organizacijah. Poslovni IT namreč ni samo tehnična disciplina, ampak je prepleten z različnimi vsebinami, organizacijo in vodenjem. Ideje za uvedbo informacijskih rešitev prihajajo prav iz oddelkov s področja financ in računovodstva, ki so večinoma v domeni žensk.

Kako se je delo SAOP spremenilo, ko je krmilo prevzela ženska?

Že v prvem letu mojega vodenja sta se v podjetju precej izboljšala organizacijska klima in odnos do strank. Postavili smo sistem vrednot, ki ga ves čas uresničujemo. Številni uporabniki, z nekaterimi podjetji sodelujemo že več kot 27 let, nam priznavajo, da smo skupaj z zaposlenimi postavili nov, bolj prijazen in profesionalen SAOP, ki zlasti veliko naredi, da so stranke zadovoljne. Ženski način vodenja je bolj usmerjen v ljudi, kupce in zaposlene, ženske smo bolj zahtevne pogajalke, posli

so bolj dorečeni, hkrati pa lahko bolje uravnavamo morebitne konfliktne situacije.

Kaj dela SAOP drugačne od konkurence?

Vsega vam ne morem povedati. Mislim, da je odločilnega pomena delo s kadri – spoštovanje kupcev in zaposlenih. Če zgradiš dobro delovno klimo, so ljudje motivirani, ustvarjalni in pripadni podjetju. S tako ekipo, kot jo imamo zdaj v SAOP, ni nič težko in nedosegljivo. To je naša glavna konkurenčna prednost.

Kar nekaj nagrad in priznanj potrjuje, da skrbite za zaposlene. Zakaj se vam zdi to pomembno?

Na vse nagrade, priznanja in certifikate smo zelo ponosni, saj niso samo črke na papirju, ampak so dejansko odsev našega dela. To je pozitivno tudi za okolje, v katerem delujemo, saj dajemo zgled drugim podjetjem in posameznikom, ki želijo v življenju nekaj doseči.

Kako pomembno je tako sodelovanje?

Sodelovanje v tako povezanem svetu, kot je danes, je nujno za preživetje. Ustvarjalno sodelovanje s kupci pomeni predvsem možnost izboljšave naših poslovnih programov in odkrivanje novih tržnih priložnosti. IT je izredno razvejena panoga, zato je sodelovanje nujno tako z razvojnega kot ekonomskega vidika, saj dejansko ne moreš imeti pod svojo streho vseh znanj, ki so potrebna za celovito zadovoljevanje današnjih informacijskih potreb in zahtev kupcev.

Kje vidite SAOP čez 10 let?

Želim si, da bi bil SAOP iz Šempetra pri Gorici kot »zvezda«, ki bo prepoznavno osvetljevala nebo tudi nad informacijskimi oblaki, v katere se že intenzivno selimo. Kljub več let trajajoči gospodarski krizi uspešno delamo. Prepričana sem, da bo tako tudi vnaprej. Naša prednost je, da smo uspehe dosegli z vsakodnevnim trdim delom in zaupanjem v ljudi.

▼
596
novih uporabnikov programa miniMAX v letu 2013



Eno najbolj kakovostnih stekel na svetu je izdelano v Sloveniji

Steklo proizvajajo vse od leta 1860. Dolgoletno tradicijo izdelave stekla je v zadnjih letih dopolnila sodobna tehnologija, s katero v **Steklarni Hrastnik** izdelujejo unikatne, inovativne in tehnološko zelo zahtevne steklarske izdelke. Ste vedeli, da iz Hrastnika dobavljajo izdelke za svetovno priznana podjetja, kot so Hennessy, Finlandia, Leonardo, Villeroy & Boch, Heineken, Bacardi Martini in Jack Daniel's.

Prilagodljivi in vrhunski v svoji niši

Predstavljajte si briljantno čisto steklo, ki ima več kot 15 desetletij dolgo tradicijo. Dodajte mu nenehni razvoj, poslušajte za oblikovanje, skrbno izbrane surovine, prilagodljivost željam stranke in izjemno znanje zaposlenih – vse to je za kupca jamstvo, da bo dobil tehnološko izpopolnjen in kakovosten izdelek z dolgo življenjsko dobo. Čeprav Steklarno Hrastnik odlikuje sodobna proizvodnja, še vedno skrbno neguje znanje ročne izdelave. Steklopihalci še znajo pričarati unikatne izdelke skozi steklarsko pipo in niso zaman poznani kot steklarski mojstri.

Nanotehnologija in novi materiali v proizvodnji stekla

Brez nenehnega napredka je težko ohranjati konkurenčnost na zahtevnem globalnem trgu, zato Steklarna Hrastnik išče izboljšave. Z vlaganjem v raziskave in razvoj raziskuje nove načine za izboljšanje lastnosti steklarskih izdelkov, povečanje trdnosti in sijaja stekla ter izboljšanje obstojnosti končnega izdelka. Pomemben dejavnik pri oblikovanju novih rešitev je okoljski vidik, ki ga dosegajo z uporabo ekološko neoporečnih materialov na področju barvanja stekla in razvoja opalnega stekla brez fluoridov. Steklarna Hrastnik je tudi pobudnik uvajanja nanotehnologije v proizvodnjo stekla in v okviru raziskovalnih projektov sodeluje z različnimi znanstveno-raziskovalnimi organiza-

cijami, kot so Inštitut Jožefa Štefana, Univerza v Novi Gorici, Inštitut Freiberg iz Nemčije in Nanotesla inštitut iz Ljubljane.

Steklo je lepo poslovno darilo

Podjetja so pogosto srečajo z vprašanjem, kaj bi bilo primerno poslovno darilo, ki zaradi zagotavljanja skladnosti poslovanja ne bi bilo predrago, hkrati pa bi zrcalo izjemnost in dovršenost. Če podjetja želijo s poslovnim darilom poudariti še transparentnost poslovnih odnosov, so lahko izdelki iz stekla prava izbira, saj prosojnost stekla simbolizira čistost, jasnost in nedvoumnost. Poleg tega steklo izraža ekološko ozaveščenost, saj je popolnoma naraven material, ki ga je mogoče v celoti reciklirati. Steklarna Hrastnik ponuja bogat asortiment zelo kakovostnih steklarskih izdelkov iz svojih treh proizvodnih programov namiznega stekla, embalažnega stekla in opalnega stekla. Poslovno darilo je lahko tudi lična, ročno izdelana steklenica, ki jo v Steklarni Hrastnik izdelajo in poslikajo po željah kupca. Pred kratkim je Steklarna Hrastnik predstavila tudi novo linijo ročno izdelanih izdelkov iz cvetličnega programa, namenjenega predvsem tistim, ki želijo izstopati s prestižnimi cvetličnimi aranžmaji. V njihovem namiznem programu lahko izbirate med različni vrči, kozarci, krožniki, svečniki in drugimi izdelki z različnimi dekoracijami.



V Steklarni Hrastnik dobavljajo unikatnost izdelkom tudi z dekoracijo.



STEKLARNA HRASTNIK

**STEKLARNA
HRASTNIK, D. O. O.**
Cesta 1. maja 14
1430 Hrastnik

@ info@steklarna-hrastnik.si

+386 3 56 54 600

www.steklarnahrastnik.si

Steklarna Hrastnik je inovativna in dinamična poslovna skupina, ki zaposluje svetovno priznane steklarske inženirje. Svojo strast do razvoja in proizvodnje sodobno obli-

kovanih steklarskih izdelkov uresničuje v inovativnem okolju, saj nenehno spodbujajo napredek proizvodnje in rast ter motiviranost sodelavcev. Poslovne partnerje

podpirajo pri njihovih tržnih aktivnostih z doslednim spoštovanjem njihovih želja in potreb. Ob tem skrbijo za etično poslovanje in so odgovorni do okolja.



Novost v ponudbi je linija ročno izdelanih izdelkov, ki so namenjeni predvsem tistim, ki želijo izstopati s prestižnimi cvetličnimi aranžmaji.



SPEAK
Inovativen
kozarec

Kozarec Speak je oblikovno zelo premišljen in izstopajoč steklarski izdelek iz linije namiznega stekla. Sodi v skupino kozarcev rocking glasses, katerih spodnji del je oblikovan v konico. Če kozarec obrnemo na glavo, konica spominja na vrh gore. Inovativen kozarec dopolnjuje steklen podstavek, ki je za oporo kozarcu, hkrati pa se lahko uporablja tudi kot svečnik. Kozarec je bil prvič predstavljen v restavraciji Jaimeja Oliverja v Londonu - Fifteen. Zaradi svoje drugačnosti je lahko zelo lepo poslovno darilo.





V dobi gradbenih specialistov

Ko so drugi živeli na veliki nogi, so racionalizirali. Danes, ko so drugi že pozabljeni, **SŽ - Železniško gradbeno podjetje Ljubljana**, ki ga vodi Leon Kostiov, povečuje število zaposlenih, pridobiva nove posle in se širi na tuje trge.

Gradite modro pot ...

Ta slogan izhaja iz tradicije podjetja, specializiranosti in prepričanja, da je železniški javni prevoz najbolj ekološko, ekonomsko trajnostno moder način javnega prevoza. Modra pa je tudi (vsaj po našem prepričanju) naša strategija usmeritev v segment gradnje železniške infrastrukture ter, končno, modre barve je tudi naš logotip. Smo edino podjetje v državi, ki ima vso potrebno specialno opremo za gradnjo, obnovo, nadgradnjo in vzdrževanje železniške infrastrukture, in tudi eno redkih na območju nekdanje skupne države.

Dolgoročni obeti zaradi pomembnosti trajnostne mobilnosti vplivajo upanje za razvoj podjetja.

Ob sedanjem tempu izvedbe del na železniški infrastrukturi je perspektiven razvoj zagotovljen. Segment gradbenega trga, na katerem delujemo, je bil vseskozi specifičen in zahteven, predvsem zaradi izredno velikih nihanj v vlaganjih v projekte in s tem nezanesljivega obsega projektov. Odločili smo se, da bomo poskušali povečati naš ciljni trg na območju Srbije, Črne gore, Bosne in Hercegovine ter Hrvaške z namenom zagotavljanja trga naših storitev tudi po letih 2014 in 2015, ko se perspektiva železniških investicij v naši državi ne kaže ravno v najbolj jasni luči. Razen projekta nove proge na odseku Divača-Koper namreč nimamo podatkov o drugih možnih projektih.

Kaj vas razlikuje od drugih gradbincev - za kaj so drugi propadli, vi pa ne?

Razlikuje nas to, da smo svojo krizo prebrodili v letih, ko so druga gradbena podjetja v Sloveniji na račun avtocestnega programa gradila svoje imperije. Takrat za nas ni bilo kruha in morali smo se prilagoditi, racionalizirati, zmanjšati

obseg delovne sile. Leta 2007 nas je bilo skupno le 170. Iz te naše krize smo tako izšli bolj pripravljeni na dogajanja na trgu in smo shajali tudi ob izredno skrčenem obsegu sredstev. Bili pa smo prepričani, da je moderno gradbeništvo doba specialistov in ne doba všemogočnih, ogromnih gradbenih imperijev. Tako razmišljanje se je izkazalo za pravilno in danes nas je v podjetju zaposlenih več kot 370.

Na katero delo ste najbolj ponosni?

Predvsem smo ponosni na projekt, ki nam je pomenil preživetje v letu 2008, in to je obnova proge Ptuj-Mekotnjak. Pri tem projektu smo se iz prejšnje vloge podizvajalca »velikih igralcev« prelevili v samostojnega ponudnika. Odločitev je bila zelo tvegana, ker nas z izgubo tega posla najbrž več ne bi bilo. Uspeli pa smo zaradi tega, ker smo verjeli najprej sami vase, ker smo bili prepričani, da je naša usmeritev pravilna, in ker smo s tem držali vajeti denarnega toka pri projektu v svojih rokah – od nikogaršnje »milosti« nismo bili odvisni in nikogar nam ni bilo treba prositi za poplačilo pošteno opravljenega dela.

Gradnja zahteva poseben strojni park.

Seveda je za dela na železnici treba imeti mehanizacijo, ki se vozi po progah in je namenjena izvedbi specialnih del. To, kar je na cesti asfalt, so na progi tirnice in pragovi (leseni ali betonski), to, kar je v cestnem prometu volan, je na železnici kretnica, ki vlaku omogoči spremembo smeri. Za vse te elemente je potrebna specialna oprema, ki pa je tudi izredno draga. V povprečju tak stroj stane od 1,5 pa vse do 3,5 milijona evrov.

Kako je poslovati v takem okolju, kjer je število potencialnih naročnikov razmeroma majhno?



1,5-3,5 milijona evrov stane v povprečju stroj za delo na tirnicah.



**SŽ - ŽELEZNIŠKO
GRADBENO PODJETJE
LJUBLJANA, D. D.**
Ob zeleni jami 2
1000 Ljubljana

@ office@sz-zgp.si
+386 1 29 12 205
www.sz-zgp.si

Začetki podjetja segajo v čas po drugi svetovni vojni, ko se je Sekcija za obnovo uničene proge na odseku Preserje-Borovnica 3. julija 1947 preimenovala v Železniško gradbeno podjetje. Skozi zgodovino je podjetje prehajalo

v različne organizacijske oblike, odvisno od tega, kako so se te oblike zakonodajno spreminjale glede na spremembe družbeno-gospodarskih sistemov v nekdanji državi. Leta 1998 se je podjetje dokončno lastninsko preobliko-

valo in nastal je SŽ - Železniško gradbeno podjetje Ljubljana, d. d. Družba danes večinoma svojega prihodka ustvari na slovenskem trgu, posluje pa je tudi na trgih Srbije, Črne gore, Bosne in Hercegovine ter Hrvaške.

»Moderno gradbeništvo je doba specialistov in ne doba vsemogočnih, ogromnih gradbenih imperijev.«
– Leon Kostiov



Vezani smo v grobem na naročnike, ki so lastniki tirov. Na eni strani je to država, ki je lastnica celotne javne železniške infrastrukture, poleg tega pa še Slovenske železnice in nekatera druga podjetja, ki so še zadržala železniško infrastrukturo za transport proizvodov in surovin (TETO Ljubljana, Luka Koper, Direkcija za blagovne rezerve ...). Poslovanje z znanimi naročniki ima svoje prednosti in svoje slabosti. Prednost je, da lahko precej natančno predvidimo pogoje na javnih razpisih. Slabost pa, da so bila v preteklosti velika nihanja pri zagotovljenih sredstvih za železniško infrastrukturo.

Hkrati pa je konkurenca - predvsem tuja - večja in močnejša.

Res je. Konkurenca je močna, z veliko akumuliranega kapitala in na ta način finančno stabilna, z bogatimi referencami. Vendar nas to ne skrbi. Tudi sami se na tem področju čutimo močne, saj lahko pri nekaterih projektih, ki se izvajajo, vidimo, da niso operativno nič močnejši od nas.

Varčne in uspešne: toplotne črpalke KRONOTERM

Toplotne črpalke so pomemben dejavnik pri zniževanju stroškov ogrevanja, saj so stroški ogrevanja sanitarne vode drugi najvišji strošek v družinskem proračunu. Prav zato je toliko bolj razumljiv izjemen uspeh blagovne znamke **KRONOTERM** in **Termo-tehnike**, ki velja za največjega slovenskega izdelovalca toplotnih črpalk.

V podjetju Termo-tehnika se že 24 let intenzivno ukvarjajo z razvojem in izdelavo toplotnih črpalk za ogrevanje vode – med drugim tudi za plavalne bazene – in sočasno tudi z razvojem in izdelavo naprav in sistemov za hlajenje strojev, proizvodnih procesov in sistemov. Stalnica, na kateri že ves čas vztrajno gradijo položaj uglednega in največjega slovenskega, v zadnjih letih pa zaradi preiščljene in odzivnega trženja tudi evropskega izdelovalca toplotnih črpalk, so znanje, izkušnje in predvsem nenehna in sistematična skrb za rast strokovnih in znanstvenih zmogljivosti. Le iz take osnove se namreč lahko rojeva vrhunska kakovost vseh izdelkov, njihova tehnična brezhibnost, zanesljivost in energijska varčnost, trajno izpopolnjevana z najsodobnejšimi tehnološkimi rešitvami in prijemi. Sodobno oblikovanje in poudarjena prijaznost do okolja sta razumljivo neločljiv del teh prizadevanj.

Kar 37-odstotna rast bronaste gazele

Vsi v Termo-tehniki se močno zavedajo, da le kakovostni izdelki krepijo zaupanje in širijo

krog kupcev, s tem pa tudi potrjujejo smisel dela in bivanja. Kljub izredno utesnjenim delovnim razmeram je 48 zaposlenih v letu 2012 tako ustvarilo 11,7 milijona prihodkov, kar v primerjavi s predhodnim letom pomeni 37-odstotno rast. Termo-tehnika je bila v zadnjih letih navsezadnje večkrat nominirana za gazelo in jo tudi prejela – sprva priznanje zlata gazela savinjsko-zasavske regije leta 2013, navsezadnje pa še bronasto gazelo 2013 vseh slovenskih regij.

▼
**40.000 in več je
uporabnikov toplotnih
črpalk podjetja
Termo-tehnika, d. o. o.**



☎ 080 23 22
WWW.KRONOTERM.COM



KRONOTERM

NAJVEČJI SLOVENSKI PROIZVAJALEC
TOPLITNIH ČRPALK





Vse bo v redu

V poslovnem svetu so nenehni vzponi in padci. Ravno ob slednjih se zavemo, da smo poslovneži le ljudje, in spoznamo, kdo so naši dejanski poslovni partnerji, kdo kupci in kdo volkovi, ki se spretno izdajajo za kupce.

BESEDILO: Karmen Kompara, dir.

Volkovi se hranijo z našo energijo, po druženju, pogovoru ali poslovanju z njimi se počutimo ogoljufani, prazni, šibki, brez elana, izrabljeni. Če se znajdemo v krdelu volkov, sta zelo pomembna skrb za integriteto in ravnovesje fizične, mentalne, čustvene in duhovne energije in zavedanje, da se volkovi požvižgajo na razdejanje, ki ga pustijo za sabo.

Kupci se vrtijo okrog nas, ko je vse na mestu, z nami delajo posel, in odidejo, ko izgubijo interes. Poslovni partnerji pa so tisti, ki kopljejo v globino, ko smo na dnu, z namenom, da nas dvignejo in spodbudijo tudi s preprostimi človeškimi besedami: »Vse bo v redu.«

Vitanest, d. o. o., je družinsko podjetje, uspešni smo zaradi vzponov in padcev, ki so nas naučili izogibati in braniti se volkov, spoštovati kupce in iskati ter obdržati poslovne partnerje. Naša osnovna dejavnost je distribucija klimatskih naprav in sistemov s toplotno črpalko priznanih proizvajalcev, katerim ne manjka inovativnosti in uporabne domišljije. Radi delamo z njimi, ker so zagnani razvojni strokovnjaki, ki so ključ prihodnosti našli v partnerstvu, naravi in dolgoročni viziji človeštva.

Ob tej priložnosti bi se radi zahvalili svojim kupcem za zaupanje, vsem poslovnim partnerjem pa bi radi sporočili: »Vse bo v redu.«

za bolj zeleno prihodnost



ecodan[®]
Renewable Heating Technology

Ecodan: ogrevanje s pogledom v prihodnost

Nova toplotna črpalka zrak-voda Ecodan s pomočjo tehnologije »Flash injection« učinkovito proizvaja toploto za ogrevanje prostora in sanitarne vode s črpanjem toplote iz zunanjega okolja, poleti pa toploto odvzema iz notranjih prostorov in tako ustvarja prijetno klimo za bivanje in delo. Visoki energijski izkoristki in udobje so ključne prednosti sistema.

Inovativnosti in uporabne domišljije zagnanim razvojnim strokovnjakom ne manjka, ključ prihodnosti ogrevanja so našli v naravi in dolgoročni viziji človeštva.

EKO SKLAD je dodatno olajšal v prihodnost naravnano vizijo saj nabavo toplotnih črpalk zrak-voda podpira s subvencijami za uporabnike.



Uvoz in distribucija klimatskih naprav in toplotnih črpalk
VITANEST d.o.o., NOVA GORICA | tel.: 05/338 49 99 | e-pošta: vitanest@vitanest.si



brezplačna telefonska številka za uporabnike



www.vitanest.si

Vlaganje v znanje jezikov je dobra naložba

British Council je mednarodna organizacija za kulturne odnose, ki deluje v več kot sto državah po svetu. V Sloveniji so od leta 1992, kjer krepijo sodelovanje med Veliko Britanijo in Slovenijo s projekti s področja učenja angleščine, umetnosti in izobraževanja. Na temelju 70-letnih izkušenj na področju preverjanja angleščine so razvili izpit Aptis, ki podjetjem pomaga preveriti znanje tega jezika pri zaposlenih.

▼
Za podjetja, ki želijo preveriti raven znanja angleščine zaposlenih za različne delovne zahteve, je prava izbira izpit Aptis.

Ustrezna strategija ravnanja z jeziki omogoča hitrejšo prilagoditev novim poslovnim okoljem, denimo pri komunikaciji prek spleta ali družabnih omrežij, ko se zahtevata obvladovanje več jezikov in poznavanje različnih kultur. Boljše znanje jezikov krepi zaupanje, gradi odnos s strankami in podjetjem omogoča, da se učinkovito odzivajo na potrebe strank.

Za podjetja, ki želijo preveriti raven znanja angleščine zaposlenih za različne delovne zahteve, je prava izbira izpit Aptis. Gre za izredno prilagodljiv in prožno zasnovan izpit, ki zagotovi hitre in zanesljive rezultate. Obvezni del izpita preverja slovnico in besedišče, ki se, po lastni izbiri, kombinirata z moduli za posamezne jezikovne spretnosti – bralno, pisno, slušno in govorno. Na voljo je 15 različnih kombinacij. Podjetja izberejo le tisto jezikovno spretnost, ki jo potrebujejo. Tudi izbira kraja in načina opravljanja izpita je prilagodljiva. Rezultati so na voljo v 24 urah.

Opravljeni ga je mogoče po dveh poteh – prek spleta oziroma računalnika ali v tiskanem izvodu. Pri večjem obsegu testiranja lahko podjetja sama opravljajo izpit po potrebi in v rokih, ki jih določijo sama. Vsaka posamezna jezikovna spretnost je usklajena s Skupnim evropskim referenčnim okvirjem, označene pa so z lestvico od A1 do C. To izpitu daje objektivnost, mednarodno primerljivost in zanesljivost.

Rezultati so podani tako, da lahko organizacijam omogočijo izdelavo zelo natančnega profila jezikovnega znanja za vsakega zaposlenega ter primerjanje teh po posameznih jezikovnih spretnostih. Tako izpit omogoča bolj učinkovito in natančno postavitve izobraževalnih ciljev in standardov v podjetju, kar lahko vodi k boljšim odločitvam in dolgoročno prihrani organizaciji čas in denar. Prav tako ga lahko uporabljajo kot orodje pri zaposlovanju, kot del ocenjevanja kandidatov za zaposlitev in za preverjanje učinkovitosti obstoječih oblik izobraževanja na področju angleškega jezika.

 BRITISH COUNCIL

Aptis
Izpit iz angleščine za prihodnost



Inovativen, modularen izpit iz angleščine za podjetja

Ocenite. Izberite. Zaposlite.

Preizkusite! <http://www.britishcouncil.org/sl/slovenia-exams-aptis.htm>

Pred izidom monografija

Portreti dosežkov v gospodarskem razvoju Slovenije [1969 – 2013]

- ◆ Predstavitev in promocija kreativnih dosežkov uspešne menedžerske prakse.
- ◆ Prispevek k slovenski nacionalni in gospodarski zgodovini.
- ◆ Prikaz dobrih praks nagrajenih menedžerk in menedžerjev je dragoceno gradivo za gospodarstvenike, študente ekonomije in za ekonomsko vedo.
- ◆ Dokument, informacija in strokovni pogled na gospodarski razvoj Slovenije več kot štirih desetletij.

Vsebina: Z glavnimi podatki, s fotografijo, utemeljitvijo in izjavo predstavljeni nagrajenci GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke (od Kraigherjevih nagrad do nagrad GZS), skupaj **332 nagrajenk in nagrajencev**.

Analiza gospodarskega razvoja Slovenije in letni pregledi gospodarskih gibanj.
Avtorji: dr. Vlado Klemenčič, mag. Vanesa Čanji in dr. Jože P. Damijan.

Uredniški odbor: Marjan Batagelj, Jože Grah, Ariana Grobelnik, mag. Franc Jamšek, dr. Tone Krašovec, Marjan Lorgar, Jože Melanšek (predsednik uredniškega odbora), Mojca Osojnik, Romana Pajenk, Jože Papež, Janko Popovič, Jože Stanič, Rudi Šepič, Jože Volfand (urednik).



Glavna
sponzorja

gorenje



Značilnosti knjige: Monografska izvedba, trda vezava
Format: 235 x 325 mm
Obseg: 360 strani
Produkcija: Fit media d.o.o.
Izid: april 2014
Cena: **35 EUR**
Založnik: Gospodarska zbornica Slovenije

Kontakt in naročila:

Klub nagrajencev GZS
Tanja Jamnik
T: 01 58 98 105
F: 01 58 98 100
tanja.jamnik@gzs.si

46.
PODELITEV
NAGRADE
GOSPODARSKE
ZBORNICE
SLOVENIJE
V DUHU
ODPRTOSTI

Ljubljana, Cankarjev dom, 5. marec 2014



Slavnostna govornika

Borut Pahor, predsednik Republike Slovenije
mag. Samo Hribar Milič, predsednik GZS

Organizator

Direktorica projektov: Ariana Grobelnik in ekipa GZS

Zasnova in produkcija dogodka

PM, poslovni mediji d. o. o.
Vsebinska zasnova in vodenje projekta: Igor Savič
Scenarij: Igor Savič, Simon Novosel
Kordinacija: Ana Vidovič
Kreativni direktor: Saša Leskovar

Povezovalka prireditve

Bernarda Žarn

Pianist

Jaka Pucihar

Podeljevalci nagrad in nastopajoči

Janez Škrabec, gospodarstvenik in predsednik
Komisije za Nagrado GZS

Arne Hodalič, fotograf, popotnik in novinar

Jožek Horvat Muc, predsednik Zveze Romov
Slovenije in podpredsednik Evropske romske unije,
ter glasbeni duo Leonardo & Palko

Mitja Okorn, režiser

Juan Vasle, operni pevec, kolumnist in komentator,
ter pianist Ivan Vombergar

Luigia Negro, predsednica kulturnega društva
Rozajanski dum iz Rezije

Boris Kobal, igralec, režiser, satirik

Rupa Chakravarti (koncept, koreografija in petje),
Vesna Jevšenak (ples), Robert Likar (kitara),
Jani Slimšek (harmonij), Klemen Markelj (tabla),
Mitja Horvat (prevod in multimedija)

Uvodni video o odprtosti

Režija in produkcija: Nejc Levstik

Video predstavitve nagrajencev

Režija: Nejc Levstik
Produkcija: Vizualist

Oblikovanje videa

Vesna Krebs

Scena

Robert Slana

Režija prireditve

Miha Knific

Zasnova in produkcija posebne izdaje revije Glas gospodarstva

Odgovorni urednik: Igor Savič
Izvršni urednik: Matevž Straus
Avtorja intervjujev z nagrajenci:
Martin Senica, Matevž Straus

Fotografije nagrajencev: Žare Modlic
Urejanje in prelom: PM, poslovni mediji d.o.o.
Izdajatelj: Gospodarska zbornica Slovenije
Tisk: Evrografis d.o.o.

46. podelitve Nagrade GZS ne bi bilo brez ...

Zlati partnerji



Srebrna partnerja



Bronasti partnerji



Mali pokrovitelji



Pokrovitelj akreditacij in registracije



Pokrovitelj fotokotička



Pokrovitelj spletne aplikacije



Glavni pokrovitelj pogostitve



Pokrovitelji pogostitve





Kako uspeti na tujih trgih?

Storitve SPIRIT Slovenija za slovenske izvoznike:

► Spletni portal Izvozno okno www.izvoznookno.si

"Izvozno okno se mi zdi zelo uporabna spletna stran, kjer podjetja lahko dobijo veliko izvoznih informacij in konkretnih napotkov."

Mitja Kolbe, ŠPICA INTERNATIONAL d. o. o.

► Izobraževanje za mednarodno poslovanje

"Doslej smo se izvoza lotevali precej intuitivno. Razviti znamo odličen izdelek, ne znamo pa ga prodati. V izobraževanju ITM smo se naučili načrtovanja prodora na tuje trge, izdelati tržno raziskavo, najti poslovne partnerje itd."

Irena Štamcar, HYB d. o. o.

► Tržne raziskave

"S ciljem razpršitve izvoza na ruski trg smo želeli pridobiti informacije o profilu odjemalcev in konkurentov ter tehničnih standardih. S pomočjo kvalitetno izdelane tržne raziskave, ki jo je sofinancirala agencija SPIRIT Slovenija, smo dobili osnovo za vstop na trg in pridobivanje prvih poslov."

Renato Vindiš, ROBOTIKA KOGLER d. o. o.

► Svetovanje in pomoč na tujem trgu

"Z nepoznavanjem tujega jezika je izjemno težko opraviti primerno analizo tujega trga, zato se zahvaljujemo Slovenskemu poslovnemu klubu v Ukrajini za odličen pregled trga in potencialnih poslovnih partnerjev, kar za nas predstavlja dragoceno podlago za pripravo podrobne strategije vstopa na ukrajinski trg."

Matjaž Petrovič, GENEPLANET d. o. o.

► Organizacija gospodarskih delegacij

"Z udeležbo v profesionalno organizirani gospodarski delegaciji na Irsko, pod okriljem SPIRIT Slovenija, smo pridobili uporabne kontakte in informacije o potencialnih kupcih in možnostih poslovanja na Irskem. Še posebej smo bili zadovoljni, da so bili poslovni sestanki že vnaprej dogovorjeni. To omogoča večjo učinkovitost in hitrejšo sklepanje poslova s potencialnimi partnerji. S pomočjo le-teh smo prejeli tudi že konkretno naročilo naših izdelkov."

Tatjana Potokar, EMMA d. o. o.

► Sejemske predstavitve slovenskega gospodarstva v tujini

"Na sejmu farmacevtskih izdelkov CPHI v Frankfurtu smo razstavljali celoten program embalaže za farmacijo. Na račun novih povpraševanj pričakujemo zapolnitev razpoložljivih proizvodnih kapacitet oz. celo širjenje proizvodnje. Pozdravljamo aktivnosti SPIRIT Slovenija, javne agencije, da s finančnimi sredstvi spodbuja sejemske predstavitve podjetij v tujini."

Martina Šifrar, SIBO GROUP d. o. o.

Vse informacije in storitve so **brezplačne**.

Dodatne informacije: ► www.izvoznookno.si ► izvoznookno@spiritslovenia.si

**STAR**

Zanesljive povezave

Prek globalnih komunikacijskih ovir

Uspešno posredovanje informacij ciljnim skupinam je za vsako podjetje velik izziv. Sporočila morajo biti ne le pripravljena v jezikih posameznih trgov, temveč tudi prilagojena zahtevam lokalnih uporabnikov in posebnostim njihovega okolja.

Za uspešno mednarodno poslovanje morajo biti vaše informacije pravočasno dostopne v številnih jezikih, na različnih nosilcih in za raznovrstne ciljne skupine. Za tako zahtevno nalogo je potreben učinkovit preplet številnih strokovnjakov, podatkovnih zbirk, informacijskih virov in nosilcev ter dolgoletnih izkušenj in strokovnih znanj z vseh področij informacijskih tehnologij in komunikacij.

Na osnovi bogatih izkušenj in uspešnega dolgoletnega sodelovanja s partnerji na domačem in tujih trgih vam v sinergiji z mrežo visoko usposobljenih strokovnjakov za jezikovne tehnologije zagotavljamo zanesljivo podporo pri premoščanju vseh jezikovnih ovir. Z nami bodo vaša sporočila vsebinsko in oblikovno kakovostna in pravočasno na cilju.

STAR

prevajalske storitve d.o.o. Ljubljana

Prušnikova 75

1210 Ljubljana-Šentvid

Tel.: 01 232 10 10

ljubljana@star-group.net

www.star-ljubljana.si

STAR - Vaš zanesljiv partner za prevajalske storitve in orodja