



POSLOVNA RENESANSA

KAKO JE BARTOG POSTAL KLJUČNI PARTNER VSAKEGA
PREVOŽENEGA KILOMETRA?



NOVO REGIONALNO POZICIONIRANJE

VODILNI STROKOVNJAK ZA PRODAJO PNEVMATIK JE Z VSTOPOM V SKUPINO TOKIČ PRIDOBIL NAJVEČJO ŠIRINO PONUDBE NADOMESTNIH DELOV ZA AVTOMOBILE, MOTOCIKLE, GOSPODARSKA IN AGRO VOZILA, TER ORODJA IN INDUSTRIJSKI PROGRAM.



INTERVJU

Predsednik uprave skupine Tokič Ivan Gadže



NOVE POSLOVALNICE

Nikoli več kot leta 2021



DIAGNOSTIKA SKOZI IZPUH

Pogled, ki odkriva resnico



PNEVMATIKE FALKEN

Rojene na stezi za življenje na cesti

FALKEN



PRAVI:
TOČITE!

ZAGOTOVITE SI
BON OMV ZDAJ!

SODELOVANJE PREK:
[CAMPAIGN.FALKENTYRE.COM](https://campaign.falkentyre.com)



TITAN®

90x KOVČEK TITAN® XENON
TROLLEY S ČRNE BARVE Z VRATI USB,
VSAK PO 139,95 € KRATEK OPIS:

XENON. Nov videz. Klasičen slog. Zadržanost, jasne linije in vrhunske lastnosti v enem. XENON naredi vtis s svojim elegantnim in klasičnim videzom. Klasika pa prepriča tudi s svojo privlačno dodelanostjo, robustnim polikarbonatom in strukturirano površino. »Navdušeni boste!«

titan-bags.com

Vse informacije in sodelovanje na povezavi:
win-with-falken.com



campaign.falkentyre.com



EUROWINTER
HS01

EUROWINTER
VAN01

EUROALL SEASON
AS210

16 PALCEV
ALI VEČ*

Za nakup kompleta zimskih pnevmatik (4 pnevmatike) serije **EUROWINTER HS01, EUROWINTER HS01 SUV, EUROALL SEASON AS200, EUROALL SEASON AS210, EUROWINTER VAN01** ali **EUROALL SEASON VAN11** vam Falken podari **bon** za točenje goriva in nakupovanje na bencinskih servisih podjetja OMV v vrednosti: 16 palcev = 10,00 €*, 17 palcev in več = 20,00 €.*

Trajanje akcije: od 15. septembra do 30. novembra 2021

FALKEN
TYRES

BARTOGOVO POSLOVANJE

Pri Bartogu so po 30 letih razvoja znotraj hrvaške skupine Tokić odprli novo poglavje.

**HIŠNE BLAGOVNE ZNAMKE**

Poleg hišne blagovne znamke TQ ima Bartog tudi svoje: Bxtreme, AkuLine in HECTOR.

DIGITALNA TRANSFORMACIJA

Na krilih digitalne preobrazbe skupine Tokić pišejo v Bartogu svojo digitalno prihodnost.

**BARTOG & MIRNA PEČ**

Nekaj minut od upravne stavbe in velikega skladišča Bartog leži idilično naselje Mirna Peč.

Posel ustvarjajo ljudje

»Koronaobdobje« nas je, če smo bili odprti za »lekcije«, veliko naučilo. Postpandemični čas pa bo dejansko pokazal, koliko in kaj smo se naučili. S pandemijo se je marsikaj spremenilo, a na koncu ljudje ostajamo ljudje. Povezovanje, solidarnost in skupno dobro so na srečo znova stopili v ospredje in nas opomnili, kaj zares šteje v življenju. Marsikdo izmed nas se je znašel v drugačnih vlogah in pred povsem novimi izzivi, dilemami, tudi strahovi ... A prepričan sem, da smo zaradi tega postali modrejši, odpornejši in srčnejši. To z gotovostjo lahko zatrdim tudi za naš Bartog. Uspešno se odzivamo in prilagajamo spremembam, ki jih je na trg prinesla pandemija. Rast, ki jo dosegamo, ni samoumevna, ampak je rezultat našega skupnega dela. Vsekakor gre uspeh pripisati tudi vstopu v skupino Tokić, s čimer smo postali bogatejši za njihove izkušnje in podporo. Bartog danes doživlja svoj preporod tako v smislu digitalizacije in posodobitve procesov kot načina upravljanja. V mislih nimam zgolj operativnih procesov in digitalne preobrazbe. Tu so tudi procesi in dobre prakse, ki jih boste občutili ob sodelovanju z našimi zaposlenimi in z nadaljnjim razvojem. Naše izboljšave izhajajo iz vpeljave t. i. metodologije KAIZEN, ki je vir nenehnih izboljšav in stalnega napredka. Ob tem velja poudariti, da dosedanje investicije in izboljšave v procesih še niso prišle do vseh nivojev poslovanja in jih vsi zaposleni ta trenutek morda še ne občutijo. Gotovo pa se že občutijo prvi rezultati v izboljšani ponudbi poslovalnic. Sčasoma bodo te izboljšave postale naš

vsakdan, na vseh nivojih, in tako bomo v prihodnosti še bistveno močnejši. V letošnjem letu smo začeli tudi z doslej največjo prenovo prodajnih mest za še boljšo nakupno izkušnjo. V Šiški smo odprli največjo poslovalnico, v Kranju in na Ptuj pa prenovili poslovalnici. Prenove se nadaljujejo še v poslovalnicah v Postojni, Cerknici in Novi Gorici. In tudi tukaj se ne bomo ustavili ... Poleg samih prenov aktivno delamo tudi na nadgradnji distribucijske mreže, izboljšanju logističnih procesov, širjenju asortimana ... Vse z namenom, da bo Bartog v prihodnje sinonim za ponudnika najkakovostnejših storitev. Ob tem se zavedam, da vsega tega ni moč doseči brez vseh nas – zaposlenih, partnerjev in kupcev. Posel namreč USTVARJAMO ljudje. Naša vizija je zato zelo enostavna: popolna transparentnost, tako v odnosu zaposlenih kot do naših kupcev in partnerjev. Poštenost, iskrenost in modrost so vrednote, ki si jih želimo vsi. In v Bartogu jih želimo negovati na obeh straneh prodajnega pulta naših poslovalnic.

Sašo Šimec

glavni operativni direktor



Bartog in družba	4	Ponudba pnevmatik - Falken Tyres	32
Bartogovo poslovanje	8	Poslovanje - KAIZEN vodenje	34
Bartogova distribucijska mreža	10	Intervju - Bojan Jerman, vodja programa orodij in servisne opreme	36
- Logistično-distribucijski center v Mirni Peči			
Tokić distribucijska mreža	12	Avtogaraža - Volkswagen Golf VII	38
- Logistično- distribucijski center Sesvete, Hrvaška			
Intervju - Ivan Gadže, predsednik uprave skupine Tokić	14	Moto garaža - Suzuki GSF 650 Bandit N/S	40
Digitalna transformacija - Tokić 4.0	18	Transportna garaža - MAN TGX	42
Mreža poslovalnic - Rast in razvoj	20	Orodja in servisna oprema - Mraz pride že pred zimo	44
Hišne blagovne znamke - TQ, Bxtreme, AkuLine, HECTOR	24	Intevju - Mirco Brodthage, novi vodja regije jugovzhodna Evropa v družbi Continentala	46
Gospodarski program - velika ponudba pnevmatik in opreme	26	Nasveti - Večja varnost pri internetnem nakupovanju	48
Bartog - Servisna mreža	28	Poslovanje - Življenje po koroni	50
Svetovalec - Dim iz izpušne cevi	30	Poslovanje - Bartog & Mirna Peč	54
		Zanimivosti - Število vozil na 1.000 Slovencev	58



IMPRESSUM

IZDAJA
Bartog d.o.o.
Obrtniška ulica 18, 8210 Trebnje

UREDNIKI
Glavni urednik Marko Tomac,
namestnik glavnega urednika
Matko Jović

KONTAKT
info@bartog.si

MARKETING
Matevž Čebela, marketing@bartog.si

REDAKCIJA
Bojan Jerman, Primož Lončar, Primož Ramovš, Tim Vuga, Zlatan Damjanović, Mario Marković, Lana Novaković, Igor Trzun, Hrvoje Ivančević, Boštjan Paušer, Rok Rac, Igor Slatinek, Brigita Šuštaršič, Marina Tomasović

TISK
KERSCHOFFSET d.o.o.

GRAFIČNA OBDELAVA IN PRIPRAVA
Business Media Croatia d.o.o., Metalčeva 5, Zagreb, Hrvaška

BartogINFO je interna strokovna brezplačna revija podjetja Bartog, ki se distribuira prek mreže podružnic. Vse založniške pravice, logotipi in imena so last podjetja Bartog. Vsaka uporaba ali kopiranje materialov brez dovoljenja urednikov je prepovedana.



Slovensko-nemška gospodarska zbornica v Bartogu

Z nadaljnjim razvojem in raziskovanjem mreže možnosti ter z izgradnjo odnosov na institucionalni ravni je skupina Tokić s podjetjem Bartog v Sloveniji naredila še en korak naprej. Članstvo v slovensko-nemški

gospodarski zbornici (AHK Slovenija) je Bartogu odprlo nove priložnosti za poslovno povezovanje. Marca smo v Bartogu gostili predsednico AHK Slovenija Gertrudo Rantzen, ki je v spremstvu vodstva Bartoga in Tokića obiskala prostore

logistično-distribucijskega centra Mirna Peč in upravno stavbo.

S sodelovanjem z AHK Slovenija pa bo skupno delo prihodnjih projektov in internacionalizacija zagotovo še učinkovitejša. Eno prvih srečanj, ki jih je dovolila pandemija, je bilo posvečeno obletnici ustanovitve slovensko-nemške gospodarske zbornice. Prijetno druženje v čudovitem ambientu se je odvijalo na dveh lokacijah; v vili Široko in na vrtu Campum Florum. A to je šele začetek prijetnega in obojestransko koristnega sodelovanja.



Bartog in Tokić skupaj v ELITE

Po nagradi The Future Shapers, ki so jo pri Tokiću prejeli od programa ELITE na londonski borzi kot eno izmed 50 najbolj inovativnih podjetij v Evropi, imajo zaposleni v Bartogu in Tokiću možnost sodelovati v tako imenovanih laboratorijih Grow. Zaposleni pridobivajo nova znanja skozi obravnavanje različnih tem, poslušanje predavateljev in izmenjavo izkušenj. Že s tem potrjujejo izbrano metodologijo vlaganja v razvoj skozi izobraževanje in stalno napredovanje.



sporazuma na gospodarstvo in podjetja v Sloveniji, izzivi, priložnosti, primeri dobrih praks, ter smernice za zeleno tranzicijo in trajnostni razvoj poslovanja.



Green Deal Meetup

Pri slovensko-nemški gospodarski zbornici so sredi septembra organizirali okroglo mizo na temo trajnostnega gospodarstva EU – Kako bo zeleni sporazum EU vplival na podjetja v Sloveniji? Podjetniki so skupaj s predstavnikoma slovenske vlade in Evropske komisije predstavili trenutno stanje ter pričakovanja in načrte za prihodnost. V središču organiziranega posveta so bile predstavljene teme kot so vpliv zelenega

70. seja nadzornega sveta

70. seja nadzornega odbora skupine Tokić je prvič potekala v Bartogovih prostorih v Mirni Peči. Seje so se udeležili Ilija Tokić, predsednik nadzornega sveta, Ruža Tokić, Željko Jurić kot predstavnik delavcev in Roland Dilmetz ter Ivan Beljan.

Na seji so predsednik uprave Ivan Gadže,

člani uprave Ivan Šantorić, Dražen Jurković in Sašo Šimec, glavni operativni direktor Bartoga, nadzorni svet seznanili s ključnimi poslovnimi dogodki in finančnimi rezultati Tokića ter Bartoga v preteklem obdobju.



Obisk ministra za gospodarski razvoj in tehnologijo

Integracijo Tokića z Bartogom, pa tudi s Slovenijo in drugimi deli regije, so začeli v samem srcu podjetja – v Mirni Peči. Tu je družbo skupaj z občinskimi predstavniki in vodji podjetij, ki delujejo v gospodarski coni, obiskal minister za gospodarski razvoj in tehnologijo Zdravko Počivalšek.

Glavna tema je bilo okrevanje po epidemiji in obeti za gospodarstvo v prihodnjih letih. Minister Počivalšek je poudaril, da je treba narediti korak naprej od fizičnega do intelektualnega in da mladi potrebujejo dobre življenjske pogoje – z ustreznim plačilom za opravljeno delo, enako v vseh slovenskih regijah.



Ilirska Bistrica – racing team

Prenovljena vizija ekipe Tokić Racing Team z desetletno tradicijo je doživela pozitiven odziv po vsej Hrvaški in v zadnjem letu mnoge navdihnili za vlaganje v šport in mladino. Mladim športnikom dirkačem ni lahko najti poti od šole do dirkaške proge. Prav v njih so pri Tokiću našli vrednote, s katerimi se lahko poistovetijo v svojem strokovnem, športnem vodenju ljudi. Na takšnih temeljih, tako kot pri svojem poslovanju, bo duh Tokić Racing teama zaživel tudi na slovenskih dirkah.

Trenutno dirkaško ekipo sestavljajo mladi in obetavni vozniki, kot sta Stefani Mogorović in Matija Jurišić, ki je v Ilirski Bistrici dosegel izjemen rezultat in se še naprej približuje samemu vrhu evropskega prvenstva na gorskih dirkah. Sam je najbolje povedal: "Nastopal sem v Sloveniji, zunaj Hrvaške, a sem se počutil kot doma."



Postali smo ponosni član AmCham Slovenija!

AmCham Slovenija je z več kot 400 člani in 5.000 ljudmi v poslovni skupnosti ena največjih zbornic v Evropi, Bartog pa je z vstopom v skupino Tokić postal njen novi član.



Ob tej priložnosti sta sedež Bartoga obiskali izvršna direktorica AmCham Slovenija in obenem podpredsednica evropskega sveta ameriških zbornic Ajša Vodnik in Nina Marinšek, poslovodkinja in svetovalka izvršne direktorice. Razvoj sodelovanja in skupnih projektov so potrдили z vstopom skupine Tokić v odbore AmCham in s kandidaturo našega dragega sodelavca Matevža Čebele v program AmCham Young Professionals.





Leadership & management meeting



Letošnje srečanje ožjega vodstva in širšega managementa podjetja je potekalo v Tokičevem centru za izobraževanje, druženje, šport in molitev. To je bila odlična priložnost za srečanje in krepitev timskega duha s hrvaškimi kolegi, hkrati pa tudi pravi trenutek za oceno dosedanjega procesa povezovanja podjetij. Zagotovo so skupni projekti pokazali, kako močan in enoten je timski duh obeh podjetij, zato so tudi temu v čast podelili priložnostna priznanja. Kot simbol moči, neustrašnosti in velikega srca je bila nagrada "Medvedje srce", ki so jo podelili zaslužnim sodelavcem za njihov prispevek k timskemu delu. Po drugi strani pa so zaslužne kolegice kot simbol skrbi, zvestobe in poguma prejele nagrado "Levinjino srce". Čas zelo hitro teče in vsi lanske izzivi ter zmage bi lahko zlahka padli v „drugi plan“ – v senco novih izzivov. Ker pa sta spoštovanje in humanost eno glavnih načel poslovanja skupine Tokić, je očitno, da so prizadevanja zaposlenih v Bartogu vedno prepoznana in nagrajena. Ob prijetnem druženju so prisotne nagovorili eden izmed solastnikov, Ilija Tokić, predsednik uprave Ivan Gadže, član uprave Ivan Šantorić, glavni operativni direktor Bartoga Sašo Šimec, nato pa Roland Dilmetz kot nekdanji generalni direktor družbe ATR in sedanj član nadzornega sveta Tokića.

T1 Meetup – panel s predstavniki vodilnih globalnih podjetij



Prvega letošnjega T1 Meetupa so se poleg zaposlenih iz Tokića in Bartoga udeležili tudi predstavniki strateških partnerjev skupine Tokić, ki so vodilni na svetovnem trgu. Zato so udeleženci panelno razpravo o perečih vprašanjih, s katerimi se sooča avtomobilska industrija, spremljali z veliko pozornostjo. V odprtem dialogu med Ivanom Gadžetom, predsednikom uprave Tokića, Patrickom Moritzom in Dejanom Todorovićem iz ATE, Zoranom Prličem iz Boscha Hrvaška, Güntherjem Rieplom iz Falken Tire in Miloradom Jovanovićem iz skupine ZF so razpravljali o realnih in nerealnih načrtih avtomobilske industrije, o težavah pri proizvodnji avtomobilov, o položaju dobaviteljev, pa tudi o regionalnih razmerah. Skratka, odvisno od tega, v kolikšni meri so dobavitelji in njihovi partnerji izpostavljeni transportnim težavam ali pomanjkanju polprevodnikov, bi lahko sklepali, da se izhod iz "nabavne in prodajne krize" obeta v 9 do 16 mesecih. Rezultat je odvisen od postopnega razvoja in napredovanja, zakonitosti posameznih trgov, bližine tovarn in partnerjev – seveda z vzporednim razvojem popolnoma novih storitev, na katere se je treba pripraviti.



Zimske pnevmatike v TEC-u

Izobraževanja v izobraževalnem centru Tokić (TEC) v Zagrebu se je udeležilo okoli 150 sodelavcev iz Tokića in Bartoga. Celotno prodajno osebje skupine je spoznalo novo konsolidirano Tokičevo in Bartogovo strategijo za sezono zimskih pnevmatik 2021. Usposabljanje so vodili Mario Marković, Elizabeta Cvetko, Primož Ramovš, Anita Rusan, Marijan Despot, Dino Prpić in Mario Jurišić.





MANNOL®

**KAKOVOST NA
VOLJO VSEM!**



Poslovna renes

Pri Bartogu so po 30 letih razvoja znotraj hrvaške skupine Tokić odprli novo poglavje, v katerem ostajajo največji regionalni trgovec s pnevmatikami. Hkrati so znatno povečali obseg dobave avtomobilskih delov in industrijskega ter gospodarskega programa, posodobili poslovne procese in nadgradili organizacijsko kulturo.

Pnevmatika je brez dvoma najpomembnejša vez med vozilom in podlago. Vsa moč avtomobilске tehnologije je brez kakovostnih pnevmatik zaman, zato je pnevmatika ključnega pomena pri varni vožnji. Bartogov program prodaje pnevmatik se tako popolnoma sklada s sloganom podjetja Tokić, ki se glasi "Varnost na poti", kakor tudi s celotnim poslovanjem skupine Tokić. Blagovna znamka Tokić je svojo zgodovino začela pisati leta 1990, ko sta brata Ilija in Stojan Tokić v Zagrebu odprla prvo poslovalnico, ki je obsegala samo 35m² površine. Že takrat sta začela

z novo dinamiko v distribuciji bolj kakovostnih avtomobilskih delov in pripomogla k dvigu kakovosti vzdrževanja vozil ter varnosti voznikov in drugih prometnih udeležencev na Hrvaškem. V naslednjem desetletju so nenehno intenzivno razvijali prodajno mrežo, ob začetku novega tisočletja pa so plasirali pronicljiv slogan "Varnost na poti". Kmalu so začeli s franšiznim poslovnim modelom, s katerim so pri Tokiću pridobili partnerje tudi v Sloveniji. Ključno je bilo leto 2008, ko je podjetje Tokić postalo član in delničar največje svetovne trgovinske kooperacije ATR International AG s sedežem





in vulkanizerske storitve ponuja na 20 strateško lociranih naslovih. Prvo spletno trgovino so odprli leta 2009 in si postavili visoke standarde glede razpoložljivosti in dostave pnevmatik ter rezervnih delov. Danes Bartog spletno posluje prek dveh domačih spletnih strani www.bartog.si in www.superguma.si. Prav tako so kot dodano vrednost leta 2017 odprli izobraževalni center B-Tech, ki temelji na sodelovanju s številnimi dobavitelji.

Tretje poglavje

Z nadaljnjim razvojem so pri Bartogu prerasli zmogljivosti nekdanjega osrednjega skladišča v Trebnjem, kjer se je vse začelo. Količina pnevmatik je za skladišče v Mirni postala prevelika, prostora za kmetijski program pa ni bilo. Logično je torej, da so leta 2019 odprli veliko logistično-distribucijsko središče v Mirni Peči s skladiščem površine več kot



Skupini Tokić so na londonski borzi kot eni izmed 50 najbolj inovativnih evropskih podjetij leta 2019 podelili ELITE certifikat Future Shapers.

12.000 m², ki ga bo po potrebi mogoče razširiti do 50.000 m². Na tej lokaciji so ob skladišču tudi sodobno urejeni prostori upravne stavbe.

Prav v teh prostorih v Mirni Peči, natančno 100 km oddaljenih od stavbe uprave Tokića v hrvaških Sesvetah, so v zadnjih urah leta 2019 začeli Tokićevo in Bartogovo tretje poglavje. Pri Tokiću kot

hrvaškemu podjetju so realizirali največji prevzem do takrat in uspešno vstopili na mednarodni trg. Podjetje Bartog s 150 zaposlenimi in 36 podružnicami ter več kot 600.000 prodanimi pnevmatikami letno je prišlo pod okrilje podjetja Tokić z več kot 600 zaposlenimi in mrežo več kot 100 poslovalnic, skozi

katere distribuira širok nabor avtomobilskih delov z več kot 300.000 različnimi artikli in sodeluje z več kot 230 svetovno

ansa in novo rojstvo Bartoga

v Stuttgartu. Hkrati je član nadzornega sveta za blagovne znamke, orodja in servisno opremo ter diagnostiko pri globalnem ATR-ju. In v to kooperacijo se je v začetku leta 2021 pridružil tudi Bartog. Kmalu zatem so začeli z blagovno znamko avtomobilskih delov TQ, ki jo Bartog na slovenski trg plasira ob svojih obstoječih znamkah AkuLine in Bxtreme.

Iz družinskih v profesionalne vode

Pri Tokiću so leta 2015 s prehodom iz družinskega na poklicno vodenje doživeli preporod, nakar so začeli z velikimi koraki stopati naprej. Odprli so reprezentativni logistični center na več kot 24.000 m² površine in izobraževalni center (TEC) ter vzpostavili mrežo 40 partnerskih servisov Auto Check Center (ACC), notranjo akademijo T1 Walk in pripraviški program T Start.

Vzporedno so pri Bartogu v Sloveniji leta 2002 aktivirali servisno mrežo B.H.S. (Bartog hitri servis), ki danes svoje servisne

Z vstopom Bartoga v skupino Tokić je ustvarjeno vodilno podjetje v regiji za prodajo pnevmatik in avtomobilskih delov s številnimi specialnimi programi.



znanimi blagovnimi znamkami. Rodila se je sinergija, kakršne v regiji še ni bilo. Tokićev slogan "varnost na poti" ponovno vse dvigne na višjo raven. Odpirajo se nova delovna mesta in podružnice, Bartog vstopa v digitalno preobrazbo in z novo organizacijsko kulturo začenja živeti nove poslovne procese in prodajati nove kategorije izdelkov. #



Veliki logistično-distribucijski center se nahaja v poslovni coni Mirna Peč, neposredno ob avtocesti.

Bartog, logistično-distribucijski center Mirna Peč, Slovenija

Površina: **12.800 m²**

11.000 paletnih mest

600.000 prodanih pnevmatik letno

9.200 metrov polic

Zaposlenih: **+250**

Število artiklov: **250.000**

Več kot **70** dostavnih vozil



Poleg pnevmatik skladišče hrani avtomobilске dele, orodje in servisno opremo.





„Bartog zloga svoje pnevmatike med skladiščenjem na poseben način. Zlagajo jih prepletene v križ in s tem nudijo tudi na videz zanimiv prizor, pnevmatike pa so tako stabilnejše, zavzamejo manj prostora in se ne morejo poškodovati.“

„Iz centralnega skladišča v Mirni Peči številne dnevne dostave zagotavljajo hitrejše dobave po vsej državi.“



Za hitro dostavo Bartoga v celotni regiji skrbi več kot 70 dostavnih vozil.





Tokić, logistično-distribucijski center Sesvete, Hrvatska

Površina: **24.000 m²**

Zaposlenih: **+700**

Število artiklov: **300.000**

Število vozil: **+100**

420 metrov transportnih trakov

12.000 paletnih mest

30.000 prejetih artiklov dnevno

Tokić LDC je bil zgrajen leta 2016 ob vzpostavitvi novega koncepta podružnic.





Tokić posluje poleg osrednjega skladišča v Sesvetah blizu Zagreba s še petimi regionalnimi središči.



MREŽA POSLOVALNIC TOKIĆ

»Mreža stotih poslovalnic je strateško razporejena po vsej Hrvaški, tako da po skoraj celotni državi vožnja do najbližjega Tokićevega naslova ne traja več kot 20 minut. Po drugi strani pa vsaj tri dnevne dobave še bolj približajo želeni nadomestni del. Najnovejše poslovalnice v Splitu, Bjelovaru in Zagrebu so nakupovalne izkušnje za stranke B2C dvignile na najvišjo raven v regiji. Kmalu pričakujte odprtje poslovalnic še na novih lokacijah.«





Največja moč je v zaposlenih

Hrvaški Tokić je s prevzemom slovenskega Bartoga postal vodilni regionalni trgovec z avtomobilskimi deli. Trenutno poteka konsolidacija obeh podjetij, spodbujanje tehnološkega razvoja, pa tudi strateško pozicioniranje za nadaljnji razvoj na evropskem trgu. O naštetem smo se pogovarjali z Ivanom Gadžetom, predsednikom uprave Bartoga in Tokića.

Pomembno je pravočasno določiti cilje in prepoznati težave. Prav to sta storila lastnika podjetja Tokić, Ilija in Stojan Tokić, ko sta leta 2015 svoje podjetje z družinskim upravljanjem okrepila s poklicnim managementom. Vendar – sta poudarila – vrhunski kadri niso čakali na pladnju in po zahtevnem iskanju sta na mesto predsednika Tokića postavila Ivana Gadžeta z bogatimi izkušnjami v globalnem podjetju Nielsen, kjer je bil direktor trgovinskih raziskav za severovzhodno Evropo, nato izvršni direktor logistike in dobavne verige trgovskega podjetja Konzum ter izvršni direktor skupine Adriatica.net, del katere je tudi vodilno slovensko podjetje s področja turizma – Kompas.



Sašo Šimec, glavni operativni direktor Bartoga.



Z oblikovanjem uprave in nadzornega sveta je družba Tokić zelo hitro odplula iz družinskega pristana v profesionalne vode, kar je dalo jasno usmeritev prej manj natančno načrtovanemu razvoju in rasti podjetja. Kmalu potem so pri Tokiću zgradili velik lasten logistično-distribucijski center, začeli so oblikovati izobraževalni center, vpeljali program zvestobe, klicni center ... Od takrat število zaposlenih stalno narašča in danes samo na Hrvaškem dela več kot 720 ljudi.

Ni težko opaziti, da se zgodovina na nek način ponavlja, ker danes Bartog doživlja zelo podoben prehod kot leta 2015 Tokić. Po 30 letih poslovanja je slovensko podjetje doseglo kritično točko za družinsko vodenje in v tem trenutku je z njegovo profesionalno vodstveno strukturo na sceno prišel Tokić. Vprašanje je, če je za tak prehod sploh mogoče najti boljše osebe iz izkušene uprave in managementa, ki sta enak proces že enkrat uspešno zaključila. Preberite, kaj o vsem tem pravi Ivan Gadže, predsednik uprave na relaciji Zagreb–Mirna Peč, Tokić–Bartog, ki dnevno obiskuje dva velika distribucijska centra, več kot 140 podružnic in pozna ime skoraj vsakega zaposlenega v obeh državah.

Bartog Info: Zakaj je Tokić prevzel Bartoga in kako prepoznate, da je določeno podjetje zanimivo, drugo pa ne? Zakaj ste na primer prevzeli ravno podjetje Bartog?

Ivan: *Pri Tokiću morebitne prevzeme ocenjujemo po šestih osnovnih kriterijih, ki jih mora izpolniti podjetje. Med drugim ne prevzemamo podjetij v težavah, ne prevzemamo podjetij, ki se ukvarjajo z drugačnim poslom od našega. In zdaj preučujemo nekatera podjetja v segmentih, ki so nam zanimiva tako glede velikosti kot glede organizacijske kulture, za katero menimo, da je zelo pomembna. Ne gre niti za največja niti najmanjša podjetja.*

Podjetji Bartog in Tokić se komplementarno dopolnjujeta. Tam, kjer bi Tokić lahko napredoval (pnevmatike), je Bartog že tako ali tako najmočnejši. In obratno, pri avtomobilskih delih je Tokić vodilni v regiji. Poleg tega sta obe družbi rasli na podoben način. Od združitve smo naredili veliko v smislu naložb, novih zaposlitev, dviga plač in izboljšanja delovnih pogojev, vendar je pred nami še vedno veliko dela.

Kaj razumete pod organizacijsko kulturo, ki zadovoljuje kriterije za prevzem podjetja?

Tokić je šel skozi preobrazbo iz družbe, ki jo je upravljala družina, do podjetja, ki je še vedno v družinski lasti, ampak jo sedaj vodi profesionalni management. Imamo veliko organizacijskega znanja in razumevanja. To pomeni, da ko se lastnik odloči izstopiti iz posla, imamo znanje, da to podjetje profesionaliziramo in ga vključimo v svoje poslovanje oziroma v večji sistem. Te kriterije je zadovoljil Bartog, katerega lastniki so tudi iskali nekoga, ki bi lahko nadalje razvijal njihovo poslovanje in obenem ohranil temeljne

Nemški gospodarski minister Peter Altmaier na obisku v prostorih podjetja v Zagrebu.



Lastnik Ilija Tokić in Ivan Gadže na obisku sejma delov in opreme Tokić Expo.



vrednote podjetja. Veliko je podjetij, ki se srečajo z izzivom prenašanja poslovanja na mlajšo generacijo in pri nas znamo delati ravno s takšnimi subjekti. Smo večji, izkušeni in znamo graditi organizacijsko podjetniško kulturo, takšnih podjetij pa ne manjka v Nemčiji ali Avstriji. Na londonski borzi so nas v okviru programa Elite uvrstili med 50 najbolj inovativnih podjetij, kjer so sicer prevladovala tehnološka podjetja. Organizacijsko kulturo, ki jo želimo doseči, najlažje primerjamo s kulturami uspešnih športnih ekip, v katerih je ekipa pred posameznikom. Ekipa temelji na medsebojnem zaupanju, usmerjenem v doseganje najboljših rezultatov. Merila so jasna, a ambicija je: vedno biti najboljši. Spoštujemo različnost in smo se pripravljene prilagajati. Zgolj eden takšnih primerov je dejstvo, da se Tokićev vodilni kader danes uči slovenskega jezika. To je zelo koristno za razumevanje kulture in obenem močno sporočilo.

Kako poteka preoblikovanje Bartoga?

Nekdanji lastniki Bartoga so izstopili iz upravljaljskih struktur, management pa smo profesionalizirali. Približno polovico vodstva smo imenovali iz obstoječe strukture Bartoga, drugo polovico pa smo povabili od drugod. S kombinacijo zunanjih strokovnjakov, kot je na primer Sašo Šimec, ki je prišel na mesto glavnega operativnega direktorja Bartoga iz Iskratela, spreminjamo način dela v smeri, ki smo jo predvideli. Torej, pri profesionalnem managementu, ki vodi podjetje, v primerjavi s podjetji, ki jih vodijo lastniki, gre za jasno opredeljene cilje, načrte in merila, pa tudi za razvoj nekaterih novih vrednot, kot je transparentnost. Da bi podjetje dosegalo dobre rezultate, je treba zgraditi kulturo, ki je osredotočena na dobrobit vseh deležnikov, kot so zaposleni, partnerji, vlagatelji, lastniki in vodstvo. Pričakujemo, da bo proces prilagajanja Bartoga v smeri razvoja kulture upravljanja trajal najmanj dve leti.

Boste spremenili ime prevzete družbe in ali bo nastopala pod blagovno znamko Tokić?

Na slovenskem trgu delujemo kot Bartog, saj je to zelo močna blagovna znamka, čeprav ima Tokić franšizne partnerje na slovenskem trgu od leta 2015. Na približno 40 lokacijah, kjer imamo svoje podružnice, in na novih, ki jih šele nameravamo odpreti, bo Bartog še naprej deloval pod to blagovno znamko. Torej na slovenskem



trgu ne razvijamo blagovne znamke Tokić, ampak Bartog, ki tu deluje že 30 let in je še posebej močan v segmentu pnevmatik. Ne glede na to, ali gre za pnevmatike za avtomobile ali tovornjake, za stroje in kmetijstvo ali za motorna kolesa, je Bartog res močna blagovna znamka, ki jo nameravamo še okrepiti.

Blagovno znamko bomo vedno izbrali glede na trg, kar bo veljalo tudi ob vstopu na nekatere tretje trge. Na hrvaškem trgu bomo delovali pod blagovno znamko Tokić, ker je pri nas že več kot 30 let sinonim za avtomobilske dele.

Koliko naložb ste imeli v zadnjem letu, vključno s prevzemom Bartoga?

Imeli smo za 17,5 milijona evrov naložb, kar ob naložbah v Bartog vključuje tudi naše številne druge investicije v letu 2020. Letos vlagamo 12,5 milijona evrov predvsem v razvoj naše mreže poslovalnic, v opremo in seveda v naše ljudi, v katere nenehno vlagamo. Le z investiranjem lahko še naprej rastemo in uspešno delujemo.

Kakšni so poslovni rezultati skupine Tokić?

V prvi polovici tega leta so rezultati Tokića za 25 odstotkov boljši kot v istem obdobju lanskega leta ali za 20 odstotkov boljši kot v istem obdobju leta 2019. Z isto dinamiko po enako uspešnem juniju vstopamo v drugo polovico tekočega leta. V letu 2020 nismo odpirali novih poslovalnic iz razumljivih razlogov. Osredotočili smo se na likvidnost in ohranjanje števila zaposlenih. Števila zaposlenih nismo zgolj ohranili, ampak smo ga celo povečali.

Je to rast brez Bartoga?

Poleg splitske smo letos na Hrvaškem odprli podružnici v Zagrebu in Bjelovarju, kar je bila naša prva greenfield naložba. Vse te podružnice delujejo le nekaj mesecev, nekatere tudi nekaj tednov, zato ne moremo reči, da so pomembno vplivale na rast. To je rast Tokića brez podjetja Bartog, ki smo ga prevzeli in s katerim smo odprli še pet novih poslovalnic, v Kranju in Ljubljani, ki je zdaj največja v Sloveniji, pa tudi na Ptuj, v Postojni in Cerknici. Če bi prišli Bartog, bi bila rast večja od 100 odstotkov.

Koliko po prevzemu raste Bartog?

Bartogova rast v primerjavi z letom 2020 znaša 24 odstotkov, v primerjavi z letom 2019 pa 13 odstotkov. Torej je podobna kakor pri podjetju Tokić.



Ko smo že pri številkah, Bartog je lansko leto zaključil s 56 milijoni evrov prihodkov, letos pa pričakujemo, da bi lahko obdržal rast nad 20 odstotki. Pogosto se zgodi, da po prevzemu prihodki kupljenega podjetja padejo. Ker gre za našo največjo naložbo in prevzem, je za nas nadaljnja rast izredno pomembna. Bartog tako raste v vseh segmentih, tudi v številu zaposlenih, ki se je od prevzema povečalo za približno 15 odstotkov.

Koliko torej znaša vaš konsolidiran prihodek?

Pri Tokiću in Bartogu, torej v naši skupini, smo leta 2020 presegli 142 milijonov evrov prihodkov. Če letos ne bo večjih motenj, bomo presegli 160 milijonov evrov prihodkov.

Kakšni so vaši načrti, povezani s še bolj smelim vstopom na srednjeevropski trg?

Naša prioriteta sta hrvaški in slovenski trg in njima namenimo največjo pozornost. Načrtujemo koncentrično strategijo širitve, zato na nove trge ne gremo, dokler ne vemo natančno, kaj hočemo, in dokler nimamo zastavljene popolnoma jasne strategije. Naša moč je v vrhunski logistiki in vrhunskih storitvah, ki jih zagotavljamo svojim kupcem, zato je za nas najpomembnejša sistematična in pametna širitev. Trenutno smo v smislu nadaljnje internacionalizacije osredotočeni predvsem na avstrijski trg, segment avtomobilskih delov pa razvijamo v Nemčiji in Italiji. Ko na primer govorimo o pnevmatikah, dobro poslujemo na slovaškem in črnogorskem trgu. Avstrijski trg je naša prednostna usmeritev v

naslednjih nekaj letih. Če se bomo skupaj s trgi Slovenije in Hrvaške uspeli odlično umestiti na avstrijski, nemški in severnoitalijanski trg, bo Tokić postal zelo resen srednjeevropski igralec.

Ali ciljate na nekatera podjetja, ki bi jih lahko prevzeli?

Imamo nekaj potencialnih kandidatov. Vendar posel ni supermarket, kjer je mogoče sprejeti takojšnjo odločitev. Pripravljamo se, toda trenutno ne morem povedati, če nam bo uspelo speljati nadaljnje prevzeme. Pred prevzemom Bartoga smo temeljito analizirali 20 podjetij, odločitev pa smo sprejeli, ko smo ocenili, da podjetje in njegovo poslovanje lahko umestimo v naš strateški okvir.

Kako se Tokić in Bartog spopadata z vplivi pandemije covid-19?

Pandemija je otežila dobavo proizvodov, kar je bila posledica dramatičnega globalnega upada letalskega prometa, s turbolencami tudi v pomorskem prometu. Vsekakor bo potreben čas, da se stvari ponovno stabilizirajo. Na to situacijo lahko gledamo kot na problem in omejitev, lahko pa tudi kot priložnost za rast. Skupina Tokić je krizo prepoznala kot priložnost za rast. Problem dobave smo zaznali kot priložnost. Da smo našim kupcem lahko zagotovili dobavo izdelkov, smo veliko vlagali v povečanje zaloge blaga. To je vsekakor priložnost za potrditev naše tržne pozicije na Hrvaškem in v Sloveniji. V prvih šestih mesecih letošnjega leta smo zaznali težave pri nabavi nekaterih artiklov. Soočamo se na

primer s pritiskom naraščajočih cen motornih olj in maziv, ker obstajajo določene težave v proizvodnji. Poleg tega pa težave izvirajo tudi v upadanju povpraševanja po oljih in mazivih letalskih prevoznikov ter ladijskih družb. Za ta segment smo zagotovili zelo dobre vire dobave in imamo velike zaloge teh izdelkov, ki jih imamo pripravljene za naše kupce. Drugače pa so bile poslovalnice Bartoga v Sloveniji lani precej dlje zaprte kot Tokićeve na Hrvaškem. Ni bilo lahko, a predvsem po zaslugi ljudi smo ta čas uspešno preživeli in ga zaključili z rastjo. Ponavljam, največja vrednost je vedno v naših ljudeh.

Koliko ljudi zaposluje celotna skupina Tokić?

Skupaj imamo na Hrvaškem in v Sloveniji blizu 1.000 zaposlenih. Ne glede na to, kako rastemo in kako izboljšujemo procese, so naši delavci daleč naša največja vrednost in prednost pred konkurenco. To ni le običajna fraza, pri nas je resnično tako. Zato je bil naš največji lanski uspeh, da smo ohranili vsa delovna mesta. In ne samo to, v zadnjem letu in pol smo celo zaposlili pomembno število novih delavcev. Na začetku pandemije, ko so se trgovine zaprle, je bil Tokić eno prvih podjetij, ki je zaposlenim znižalo plače, vendar to ni dolgo trajalo. Takoj, ko je bilo mogoče, smo jih vrnili na raven pred pandemijo in nadaljevali z rednim ocenjevanjem uspešnosti ter s sistemom nagrajevanja zaposlenih. Poleg plač veliko vlagamo v izobraževanje svojih zaposlenih. Organiziramo veliko delavnic, ki delavce še bolj povezujejo v sistem skozi nagrajevanje ali napredovanje na odgovornejše in bolje plačano delo. Dejstvo je, da naši zaposleni vse to vračajo, zato imamo v skupini visoko raven motivacije in zvestobe. Za management so pomembne stopnja empatije, stopnja odgovornosti in solidarnost zaposlenih. Vedno poudarjamo, da imamo posluš za potrebe izobraževanja, človekoljubja in športa. Definicija družbene odgovornosti podjetij je jasna vsem, zato je pomembno, kako se dejansko obnašate. Zdaj je čas, da začnemo ali, da rečem, vzgajamo kulturo odličnosti tudi v Bartogu. Za to imamo zagotovo velik potencial. Tokić in Bartog sta dve močni blagovni znamki. Zadovoljen in motiviran zaposleni pomeni zadovoljnega poslovnega partnerja. Le če so zadovoljni tako zaposleni kot poslovni partnerji, smo lahko zadovoljni tudi vodstvo in lastniki. #



Razvoj avtomatizacije v pomoč zaposlenim

Na krilih digitalne preobrazbe skupine Tokić, v kateri se je število zaposlenih povečalo, so z ustanovitvijo oddelka za analitiko in programiranje v Bartogu začeli pisati svoje digitalno poglavje, v katerem jih čaka vznemirljiva in učinkovita prihodnost.

Digitalna preobrazba se začne, še preden kupite računalnik. Začne se v trenutku, ko se odločite za nakup in se naučite z njim delati, razvije pa se, ko račune nehati plačevati na pošti, in to storite od doma prek računalnika. Nadaljuje se, ko začnete shranjevati račune, voditi evidenco, hraniti kopije na ločenem mestu ... Tako se v podjetjih digitalna preobrazba začne z odločitvijo, nadaljuje z izobraževanjem, analizo, sinhronizacijo vseh oddelkov in šele nato z implementacijo digitalnih in robotskih digitalnih (RPA) procesov. Celoten proces zahteva jasen "mindset" zaposlenih in cilj, organiziranje ekipe in natančno poznavanje trenutnega stanja, vsekakor preglednost poslovanja in poznavanje tehnologije. Najpomembnejši sta človeška komponenta in poslovna kultura zaposlenih. Potem je tu še njihovo izobraževanje, s katerim

vsem postane jasno, da digitalna preobrazba ne zmanjšuje števila zaposlenih, ampak ga, nasprotno, povečuje. Poleg tega digitalizacija poenostavi in polepša delovno mesto ter delovno okolje, za kar je na voljo vrsta primerov. V podjetju Tokić na Hrvaškem imamo številne primere dobre prakse, digitalna preobrazba Bartoga pa se je začela poleti 2021.

Ni potrebno, da ponavljajoče se procese opravljajo ljudje

Kako koristna je digitalna preobrazba, razkrivajo številni oddelki v skupini Tokić, ki so jih upočasnjevali operativni procesi in ponavljajoča se opravila. Takšne naloge zmanjšujejo osredotočenost zaposlenih na ustvarjalni del delovnega procesa. Pri tem se je treba zavedati, kako pomembno je ustvarjalno delo, tudi telefonski pogovor s partnerjem, kjer sta osebnost in pomen zaposlenega najbolj

izražena. Danes v skupini Tokić, "jutri" pa v Bartogu, temu ne bo več tako. Danes skupina Tokić izžareva ozračje 4.0, saj so med drugim vzpostavili približno 160 avtomatiziranih robotskih procesov, ki trenutno mesečno opravijo več kot 350.000 nalog. Predstavljajte si, koliko časa traja preverjanje približno 140.000 aplikacij, kar sistemi RPA v skupini Tokić opravijo v nekaj dneh. Zaposleni, ki so se v skupini Tokić in podjetju Bartog srečali z digitalno transformacijo (DTI), še posebej cenijo vodje oddelkov DTI. Ker, kdo ve, morda bodo dobili naslednjega "digitalnega pomočnika", ki jih bo razbremenil ponavljajočih se nalog in ne bo delal napak. Predstavljajte si, da imate vedno največ časa za najpomembnejša opravila! To je cilj.

Sprejemanje novosti, tudi če so pozitivne, vedno spremlja strah ...

Začetni strah zaposlenih pred preoblikovanjem z avtomatiziranimi procesi in strah pred umetno inteligenco je sestavni del digitalnega zorenja. Takšen strah je bil pred petimi leti, ko so v poslovalnicah digitalizirali sprejem več tisoč artiklov, prisoten tudi v skupini Tokić. Danes ti ljudje opravljajo dela, ki jih računalniki ne morejo, zavedajo se svoje dodane vrednosti

Zaradi digitalizacije v skupini Tokić porabijo okoli **400.000** listov **papirja manj**, kar je približno **800 paketov** oziroma **2.000 kg papirja**.

in so zato pri delu bolj srečni. Medtem sta digitalizacija in umetna inteligenca postali del Tokićevega vsakdana. Skenerji samodejno prepoznajo polja na računu in metapodatke vnašajo v programsko opremo za odobritev. Algoritmi za zalaganje poslovalnic z artikli se nenehno izboljšujejo, prav tako pa tudi naročanje optimalnih zalog za centralno skladišče. Procesi RPA, ki vključujejo umetno inteligenco, sprejemajo, skenirajo in obdelujejo dokumente ter račune in jih nato samodejno arhivirajo v e-arhiv 'end-to-end', ki se prav tako nenehno razvija. Na ta način prihranijo dobesedno tone oziroma na stotine tisoč listov papirja, manj obremenjujejo tiskalnice, porabijo manj tonerjev, prihranijo pri prostoru ... Iskanje po arhivu je hitrejše, enostavnejše in natančnejše. Vsi imajo koristi, a se morajo novim postopkom prilagoditi, in to je stalen proces izboljševanja, s katerim so začeli tudi v Bartogu.



Josip Kelava, vodja digitalne preobrazbe in digitalizacije Tokića, in njegov namestnik Hrvoje Lovrić.

Vsaki **30 sekund** avtomatizirani procesi preverijo naša **2 velika kataloga**.

Za digitalno prihodnost je najprej treba urediti analogno preteklost

Priprave na digitalno preobrazbo so lahko celo bolj zapletene kot le implementacija robotov, kod in algoritmov. Da bi digitalizacija uspešno zaživela, mora vse odlično delovati. Če želite uspeti v digitalni prihodnosti, morate urediti analogno preteklost. Robot bo vedno zlahka prišel v skladišče, vendar ne bo premaknil nobene palete, če ni ustrezno postavljena in označena. Če njegove poti in prehodi niso varni, če ni dobre interakcije z drugimi dejavniki in procesi, se bo vrtel v krogu in porabljal finančne vire. Če se odločimo za preoblikovanje, mora le-to biti celovito, drugače se ga raje ne lotite. In ravno to gre v skupini Tokić z roko v roki s politiko odličnosti, ki bo zaživela tudi v Bartogu.

Politika odličnosti in digitalizacija se dopolnjujeta

Avtomatizirani procesi v skupini Tokić so vključeni v postopke nabave, logistike in dostave, zato v tako imenovano »digitalno zorenje« vključijo vse zaposlene. Ti se udeležijo ključnega usposabljanja, potrebnega za konsolidacijo oddelka. Enkrat so to le

usposabljanja za organizacijska znanja, drugi pa gre za usposabljanja na najvišji ravni. Ugodna klima in želja po digitalizaciji sta v skupini Tokić ustvarili že več kot 20 lastnih digitalnih produktov. Ti so izboljšali učinkovitost poslovanja podjetja in neposredno kakovost storitev za končnega uporabnika dvignili na višjo raven. Ker, na primer, spremljanje delovanja posameznih platform, ki jih nadzirajo avtomatizirani procesi, odkrije pomanjkljivosti



ali okvare še pred prodajalcem na okencu, ki dela s to platformo.

Produkti za 'ekipo'

V skupini Tokić so poleg notranje prilagojenih sistemov naročanja, platform za nagrajevanje strank in sistemov za optimizacijo zalog interno uporabili tudi digitalni podpis. Programske robote in avtomatizacijo nenehno dopolnjujejo z umetno inteligenco, ki bo sčasoma dodatno razbremenila zaposlene in jim dala čas za ustvarjalno delo ter pridobivanje dodane vrednosti. Ne gre pa prezreti dodatnih prednosti, kot je na primer interna spletna baza znanja.

Ljudje so kreativni, računalnik pa ne

Računalniki so v prvi vrsti hitri in natančni, zato skupina Tokić združuje najboljše iz obeh svetov. Svojo digitalno preobrazbo s konsolidacijo oddelkov in podjetij na najvišji ravni so začeli že zdavnaj. Pri Tokiću so svoj profil 'early adopter' potrdili že leta 2019, tako da je Tokićevo skladišče postalo prvi dom mobilnih avtonomnih robotov izdelovalca Gideon Brothers. Ravno takrat so v Sesvetah avtonomni roboti naredili prve korake na Hrvaškem. Pri tem smo se vsi naučili marsikaj, kar je potrebno za nadaljevanje digitalne preobrazbe, ki se nikoli ne ustavi oziroma konča. #

140 avtomatiziranih robotskih procesov v skupini Tokić mesečno izpolni več kot **320.000 nalog**.

Dostopnost, hitrost in zad

Razvoj mreže ne pomeni le večjega števila podružnic, ki bo letos rekordno, večje kakovosti in hitrejše storitve, temveč tudi boljše nakupno izkušnjo. Preverite, zakaj se stranke radi vračajo v prodajalne Bartog.

Pravi ljudje na pravih mestih

Integracija poslovanja Bartoga v skupino Tokić poteka na vseh ravneh, tudi skozi mrežo poslovalnic, ki hitro raste in prinaša novo izkušnjo sodelovanja, ne glede na to, ali gre za zasebnega kupca ali za velikega poslovnega partnerja; avtomobilске ali motociklistične pnevmatike, kmetijski ali gospodarski program. Kljub omejitvam zaradi pandemije covida-19 je Bartog leto 2021 že spremenil v rekordno. Ob dobrih poslovnih rezultatih smo doslej odprli kar pet novih poslovalnic, kar

pomeni, da bomo v okviru skupine Tokić do konca leta v Sloveniji in na Hrvaškem skupaj odprli po eno podružnico na mesec. Tako hiter razvoj omrežja je del kapitalskih naložb Bartoga in razvoja znotraj skupine Tokić, s katerima obe družbi zasedata prepoznaven strateški položaj v regiji. S skupno več kot 140 poslovalnicami, od katerih jih je 40 strateško lociranih v Sloveniji, Bartog vsakemu vozniku, serviserju in stranki ponuja celoten nabor za vzdrževanje in popravila vseh vrst vozil; od motornih koles in avtomobilov do lahkih ter težkih gospodarskih vozil.

Fleksibilnost ob individualnem pristopu s 300.000 artikli

Poleg poznanega obsežnega programa pnevmatik, ki pokriva okoli 40 različnih blagovnih znamk, je zdaj na voljo tudi širok nabor avtomobilskih delov. Pri Bartogu zastopajo skoraj 250 blagovnih znamk z več kot 300.000 različnimi artikli. Poleg tega Bartog zdaj skozi svoje poslovalnice prinaša bogat kmetijski in industrijski program. Vse naštetostoji na pulitih vsake od 40 poslovalnic, na voljo takoj ali z večdnevni dostavami. No, takoj ali z dostavami večkrat na dan.



ovoljstvo



Cesta Jaka
Platiše 2,
Kranj



PONUDBA DELOV

Poslovalnica	Površina	Zaposlenih
Ljubljana	1.250 m ²	11
Kranj	600 m ²	9
Ptuj	450 m ²	5
Postojna	293 m ²	4
Cerknica	257 m ²	4

»Razmere pri nas so posebne« je fraza, ki jo običajno izreče vsak posameznik. Toda to pri Bartogu in Tokiću jemljemo zelo resno. Zato je vsaka poslovalnica opremljena s prilagojenim asortimanom in z izobraženimi zaposlenimi, ki delujejo glede na posebnosti svoje lokacije. Z vrhunsko prilagodljivostjo vsakemu kupcu in s široko ponudbo za pultom v prodajnih mestih Bartoga preprosto ni vprašanja brez takojšnje rešitve ali naročila ter hitre dostave. Ob tem je na prvem mestu pregledno poslovanje z vrhunskimi storitvami.

Več kot 30 zaposlenih na skoraj 3.000 m²

Za končnega kupca se je novo obdobje v Bartogovem poslovanju,

razen širine ponudbe, začelo z odprtjem podružnice v Šiški, nove vodilne trgovine v mreži v Ljubljani. Ta čudovita stavba na atraktivni lokaciji danes razkriva ves potencial in lepoto v distribuciji avtomobilskih delov. Velik prodajno-razstaveni prostor z razstavljenimi sezonskimi artikli in dodatno opremo ter tudi bogato ponudbo orodij pred blagajnami je zgolj uvod v širino ponudbe. V skladišču poslovalnice z enajstimi zaposlenimi na več kot 1.050 m² je pripravljenih več kot 60.000 artiklov s ponudbo pnevmatik in gospodarskega programa ter s tremi dnevnimi dostavami. Nova ljubljanska lokacija je začela nov val, zato je po koncu poletja prvih pet poslovalnic začelo delovati po novih standardih. Samo





Tržaška
cesta 60c,
Postojna



Cesta
4. maja 76,
Cerknica

omenjene poslovalnice ponujajo skoraj 3.000 m² površin s skupno več kot tridesetimi zaposlenimi. Kranjska poslovalnica je ostala na isti lokaciji in z večjim ter boljše organiziranim skladiščnim prostorom in z razstaviščnim delom prav tako dobila novo podobo ter organiziranost. Dobro usklajena ekipa, ki jo vodi Sama Bešter, je z novo infrastrukturo dobila še boljše orodje za delo. Na skupaj 600 m² z devetimi zaposlenimi in več kot 20.000 artikli je Bartog v Kranju zasijal z novim leskom. Še vedno ostajajo sinonim za prodajo pnevmatik, po novem pa tudi za avtomobilске dele in gospodarski program.

Prisotni, a ne le z lokacijo, ampak tudi s prepoznavno storitvijo

Podružnice v Ljubljani in Kranju, ki prevzemajo tudi vlogo regionalnih distribucijskih centrov, so postavile visoke standarde za druge dele mreže. Bartog sistematično sprejema v svojo mrežo nove podružnice in preoblikuje obstoječe.



Odličen primer je podružnica v Postojni, kjer je Bartog prisoten od leta 2012, in povezuje podružnice v Idriji, Cerknici in Pivki pod taktirko Jureta Kovača, mladega



Ormoška
cesta 29,
Ptuj

in okretne vodjo poslovalnice, ki rad pove, da so v Postojni vsi "na ti" in da se na Bartogovi lokaciji ob centru za tehnični pregled stranke rade ustavijo, tudi kadar ne potrebujejo delov.

Podobno je tudi v Cerknici, kjer izkušeni Igor Dekleva vodi posel od leta 2018 in veliko regijo pokriva z dvema dnevni dobavama. Poslovanje je začel z bratom, danes pa se je število zaposlenih podvojilo, prav tako površina podružnice in zaloge v skladišču. Hkrati je na drugem koncu države, v najbolj prometni ulici, po kateri se pripeljete na Ptuj, začela delovati še ena prenovljena poslovalnica. Na isti lokaciji od leta 2010, ki je praktična zaradi enostavnega dostopa in velikega parkirišča, je Bartog dobro poznan partner vsem servisierjem in posameznim strankam na Ptuj. Toda sedaj, po prenovi prostorov, vas bodo tam pričakali razstavniki prostori orodja in servisne opreme, dodatne opreme in vseh sezonskih potrebščin. Med drugim tudi šest prijaznih zaposlenih z dvema voziloma in tremi dostavami dnevno.

Bartog se pri teh dosežkih ne ustavlja, ampak dejavno nadaljuje z obnovo in odpiranjem novih poslovalnic ter razvijanjem storitev in standardov, ki jih vodi zelo jasna vizija, v kateri je poslovalnica orodje, vsak nakup pa spremlja ustrezne storitve in vrhunske izkušnje, ne glede na profil stranke. #





TEXTAR
BRAKE TECHNOLOGY

334 RAZLOGOV ZAKAJ

KOT VODILNI STROKOVNJAKI V ZAVORNI TEHNOLOGIJI, VERJAMAMO POSEBNO OBLIKOVANE REŠITVE. ZATO IMAMO KAR 334 RAZLIČNIH ZAVORNIH ZMESI V NAŠEM ASORTIMAJU.

Vsako obliko trenja oblikujemo in inženirimo posebej za zahteve vozila za optimalno delovanje, udobje in dolgo življenjsko dobo.

To je eden od mnogih razlogov, zakaj Textarju zaupajo proizvajalci vozil, distributerji in delavnice po vsem svetu.



LEADING FRICTION **ENGINEERING** MANUFACTURING TESTING

www.textar.com



Evropska Z regionalno

trga so rast blagovne znamke TQ pospešili, prišlo pa je tudi do repozicioniranja – tako glede kakovosti kot cene. V svetu se številne blagovne znamke profilirajo kot nizkoprorračunske alternative, a avtomobilске dele znamke TQ danes uvrščajo v srednji in premium razred. Poleg tega – za razliko od večine blagovnih znamk, ki se povezujejo z manjšim številom kategorij izdelkov in dobaviteljev – TQ danes pokriva kar 18 skupin izdelkov in več kot 5.000 različnih izdelkov.

Formula takšnega uspeha delov TQ vseeno ni prišla prek noči. Uspeh temelji na sodelovanju in partnerskih odnosih s preverjenimi dobavitelji iz EU, zaradi katerih pri Tokiću lahko zagotavljajo kakovost in svoje ime natisnejo na vsako pošiljko. In to ne samo na posamezne skupine proizvodov, ampak zgoščeno na celotni nabor ponudbe TQ. Za slednje je bil potreben tudi najvišji standard storitve skozi skladnost kakovosti in količin.

Nemški zlati certifikat

Zlata potrditev vrednosti je prišla leta 2018 s sodelovanjem in soustvarjanjem blagovne znamke s podjetjem Zimmermann, kar še vedno traja. Priznani nemški proizvajalec je svoje ime postavil na "domačo" embalažo TQ zavornih ploščic in diskov ter na ta način "podpisal" njihovo visoko kakovost. Ravno s tem sodelovanjem so pri Tokiću naredili nov pomemben korak. Raven kakovosti so posledično dvignili tudi za vse druge izdelke v njihovi ponudbi. Nenehen razvoj ponudbe ob upoštevanju tržnih zakonitosti in visokih kriterijev je potrdil, da vsak izdelek ni primeren za plasiranje skozi zasebno tržno znamko. Izberejo le tiste, s katerimi lahko Tokić na osnovi svoje podobe in sodelovanja



Ponudba TQ

- ✦ Avtoelektrika in elektronika
- ✦ Dodatna oprema
- ✦ Filtri in sistemi filtriranja
- ✦ Izpušni sistem
- ✦ Karoserija
- ✦ Kemijski proizvodi
- ✦ Zavorni sistem
- ✦ Menjalnik in prenos moči
- ✦ Motor
- ✦ Pogonski jermeni in razvod
- ✦ Sklopka
- ✦ Upravljanje in vzmetenje
- ✦ Hladilni sistem in ogrevanje

z dobavitelji ponudi višjo stopnjo kakovosti po dostopnejši ceni.

Za vse, a ne od vseh

Danes je izbira izdelkov TQ s 15-odstotno rastjo najbolj prodajana zasebna blagovna znamka avtomobilskih delov na Hrvaškem. Z rastjo izvoza na trge EU in s pomembnim prebojem na slovenskem trgu skozi podružnice Bartoga dobiva nov zagon. Potrebe

Najbolj prodajana in izvozno vse uspešnejša hrvaška zasebna blagovna znamka TQ je z vsemi svojimi izdelki na voljo tudi v podružnicah Bartoga v Sloveniji. Nemški proizvajalci jo že priznavajo in uspešno se distancira od nizkocenovnih alternativ.

V času, ko je trg novih in rabljenih avtomobilov v regiji leta 2008 dosegel neverjeten vrh, je zasebna znamka TQ s podpisom hrvaškega Tokića še morala najti pot do kupcev. Starejši vozni park je bil pripravljen na pregledno in cenovno ugodno alternativo v nižjem in srednjem cenovnem razredu, družba Tokić pa na še en poslovni korak naprej. Istega leta je Tokić postal član in delničar največje svetovne kooperacije distributerjev ATR International AG. S tem so bili zagotovljeni vsi predpogoji za novo blagovno znamko v regiji,

danes usmerjeno tudi v izvoz. To so takrat uresničili s prvo ponudbo zavornih ploščic, akumulatorjev in metlic brisalcev TQ. Novonastala blagovna znamka je hitro zasedla svoje mesto na hrvaškem trgu, hkrati pa odkrila in opredelila nova 'pravila igre', ko gre za zasebne blagovne znamke avtomobilskih delov. Leta, ki so sledila, so prinesla velike izzive in priložnosti, na katere se je podjetje strateško odzvalo v skladu s svojimi vrednotami.

18 kategorij in 5.000 različnih izdelkov

Hiter razvoj podjetja in potrebe

GODBA za kakovost



osebna vozna parka pokrivajo z več kot 90 odstotki, enako kot pri programu lahkih gospodarskih vozil, hitrost dostave in garancije pa je popolnoma

primerljiva z drugimi uglednimi proizvajalci. Celotna ponudba ima vse potrebne certifikate in izpolnjuje zahteve vseh varnostnih standardov. #



Bxtreme

Vsako leto vse bolj priljubljena

Bxtreme je lastna blagovna znamka podjetja Bartog, pod katero tržijo kemične izdelke, avtokozmetiko in cevi za gorivo. Znamka je v trgovinah Bartog in na bencinskih servisih prisotna že več kot sedem let ter se skozi leta povečuje in dopolnjuje. Z evropskimi proizvajalci in dobavitelji zagotavljamo visoko kakovost produktov in konkurenčno ceno končnemu uporabniku.

Pod blagovno znamko Bxtreme so strankam na voljo čistila za stekla, hladilne tekočine, kemijski produkti za zunanje in notranje vzdrževanje vozila, cevi za vodo in gorivo, kondenzatorji (kakovosti OE) in snežne verige.

Bartog in AkuLine

Preverjeno za avtomobile in tovornjake

V ponudbi imamo lastno blagovno znamko akumulatorjev, primernih za osebna in tovarna vozila, ki jih prodajamo pod blagovno znamko Bartog in AkuLine. Ker neposredno sodelujemo z evropskimi proizvajalci, imamo nadzor in vpogled v kakovost proizvodov, ki jih tržimo na trgu in jih uspešno prodajamo tako v Sloveniji kot v drugih državah.

Ponudbo vsa leta dopolnjujemo glede na nove tehnologije in potrebe na trgu. S tem krepimo konkurenčnost in prisotnost na trgu osebnih in tovornih vozil.

HECTOR

Orodje, na katerega se lahko zanesete

Hector je blagovna znamka visokokakovostnega orodja in servisne opreme, namenjene vsem tistim, ki pri vzdrževanju vozil ne pristajajo na kompromise. Znamka Hector je s preverjenimi dobavitelji uveljavljena že vrsto let in serviserji vseh profilov radi izberejo izdelke iz njihovega programa. Znani so po škarjastih in dvostebrih dvigalih, pa tudi po „krokodilih“. Pri Hectorju ponujajo širok nabor montirnih in centrirnih strojev ter pripadajočega orodja in pribora. Zelo zanimiva in široka je ponudba opreme za vzdrževanje in popravilo klimatskih naprav, kjer smo vzpostavili tudi sodelovanje s priznanimi evropskimi dobavitelji. V ponudbi so še različni testni instrumenti, prenosni polnilniki, posode, črpalke ...





Desetkrat močnejša podpora logistiki

Podjetje Bartog je kot eno izmed vodilnih na trgu pnevmatik za tovornjake z novim in precej širšim naborem gospodarskih programov svoj status zanesljivega logističnega partnerja dvignilo na še višjo raven.



Primož Lončar, vodja tovrnega programa

Sledenjem tržnim trendom, ki zahtevajo kakovost, zanesljivost in hiter odziv, je Bartog postal pomemben partner v večini slovenskih prevoznških flot. S široko ponudbo kakovostnih, a hkrati dostopnih blagovnih znamk se je to sodelovanje preoblikovalo v nekakšno varovalko zanesljivega transporta. Ob tem je treba poudariti, da je slovenski vozni park s povprečno starostjo vozil vsega 9,4 leta eden najmlajših v Evropi. Pri vsem tem bogata ponudba podjetja Tokić prihaja kot zelo močan veter v hrbet, ki s svojim gospodarskim programom (GP) že leta beleži pomembno rast poslovanja.

Veliko več kot zgolj pnevmatike

Bartog se je v programu za gospodarska vozila uveljavil z več kot 20.000 prodanimi pnevmatikami za tovornjake, pa tudi s kakovostno ponudbo akumulatorjev Havy duty Exide, Varta, TAB in z lastno blagovno znamko Bxtreme ter s široko izbiro motornih olj, kot so Shell, Castrol, Total in Mannol. Če njihovo ponudbo združimo s tistim, kar je na voljo pri Tokiću, smo zalogo rezervnih delov za GP povečali s 1.200 na več kot 12.000 različnih artiklov, v vrednosti nad 1,3 mio€ zaloge. V začetku tega leta smo v Ljubljani odprli novo poslovalnico z usposobljenim prodajnim svetovalcem za GP. Omenjena poslovalnica je povezana z osrednjima skladiščema v Mirni Peči in Zagrebu. Naročene dele dostavljajo na teren trikrat na dan, a na tej točki se zgodba o razvoju GP šele začne. Načrtujemo odprtje specializiranih GP poslovalnic v vseh slovenskih regijah. Prenovljeno poslovalnico smo že odprli v Kranju in jo opremili s programom GP, nadaljujemo pa z odprtjem specializirane poslovalnice v Mirni Peči. Z večdnevnimi dobavami bomo zagotovili najhitrejšo in najzanesljivejšo logistiko v Sloveniji, kar se v celoti sklada z Bartogovo vizijo strokovne podpore regionalnim transportnim podjetjem in posameznikom. #

NOVA OBSEŽNEJŠA PONUDBA OD LETA 2020

Z združitvijo Tokića in Bartoga smo poleg obstoječih priznanih blagovnih znamk pridobili številne nove kakovostne dobavitelje rezervnih delov. Na področju zavor so to: Beral, Valeo in Febi, filtre dobavljajo podjetja Mahle, MANN Filter in Hengst, sklopke dobivamo od blagovnih znamk Valeo in LUK, dele za podvozja pa zagotavljajo Lemforder, TRW in Febi. Za rezervne dele in tesnila za motorje skrbijo znamke Kolbenschmidt, Nural, BF, Pirburg, Glycoj, Eling, Goetze in Victor Reinz. Rezervne dele za hladilne sisteme dobavljajo znamke Mahle, NRF in Nissens, za električne in elektronske sisteme sta tukaj Bosch in Mahle, za ležaje pa INA, FAG in drugi. Ob naštetih smo v dobavno verigo vključili še številne proizvajalce, ki dosegajo standardom prvovgradnje.

febi garancija proizvajalca:

Naša obljuba o kakovosti –
dodatna vrednost za Vas



Kot specializirana skupina s proizvodjalno kompetenco febi nudi samo proizvode z visoko stopnjo varnosti in trajnosti vgradnje. Da bi poudarili visoke standarde kakovosti svojih proizvodov, za vse svoje rezervne dele ponujamo triletno garancijo proizvajalca – kar presega zakonsko določeno garancijo.

To je prava dodatna vrednost za vse naše kupce. Tudi Vi imate lahko koristi od obljube za kakovost podjetja bilstein.

Več informacij lahko poiščete na febi.com/3

SOLUTIONS MADE IN GERMANY
www.febi.com





20 let tradicije in izkušenj

Poleg doslednega upoštevanja predpisanih standardov in kakovosti storitev ob rednem usposabljanju serviserjev vam bo Bartogova servisna mreža (B.H.S.) s prepoznavno blagovno znamko ponudila najhitrejše in najbolj kakovostno vzdrževanje vozil, saj za njo stoji tudi skupina Tokić z najširšo ponudbo avtomobilskih delov v regiji.



Servisno mrežo Bartogovih hitrih servisov (B.H.S.) so začeli graditi v času eksponentnega razvoja avtomobilskega trga pred natanko 20 leti, ko so se servisne delavnice pospešeno širile po vsej regiji. Čas, ki je sledil, je s sabo prinesel velike izzive, a tudi priložnost, da se med servisi profilirajo najboljši. Odličen primer dobre prakse je servisna mreža Bartog B.H.S., saj so njihove delavnice strateško razporejene na 20 naslovih po vsej Sloveniji. Ključ do visoke ravni storitev, tako kot pri Bartogu samem, je v celovitih storitvah servisov B.H.S., preglednem poslovanju in ohranjanju temeljnih človeških vrednot. Vsak voznik danes zlahka izbere servis in serviserja glede na svoj okus in tip avtomobila. Avtomobil bo predal zaupanja vredni osebi/serviserju, pomembno pa je tudi, s kakšnimi orodji ga bodo popravili in kakšne dele bodo vanj vgradili. Prav na teh temeljih mreža B.H.S. nedvomno ponuja najvišjo raven kakovosti ob najhitrejši storitvi – od ustreznih človeških virov do orodij in delov.

ZAKAJ SVOJE VOZILO VZDRŽEVATI IN POPRAVLJATI V SERVISU B.H.S.?

- ❖ Izobraženi in usposobljeni serviserji, ki spremljajo razvojne trende
- ❖ Opremljenost z orodji in servisno opremo
- ❖ Dostop do najboljših in najširše ponudbe avtomobilskih delov
- ❖ Servisi, povezani v mrežo, med sabo delijo izkušnje
- ❖ Celovita storitev na enem mestu

Za vse voznike in najboljše serviserje

Mreža servisov B.H.S. zagotavlja prepoznavnost, obenem pa je samo po sebi umevno, da bo delo opravljeno po visokih korporativnih standardih, kar vozniki hitro prepoznajo. Lastniki servisov s pridružitvijo v mrežo B.H.S. ohranjajo svojo individualnost in njim lasten odnos s strankami ter tako povežejo najboljše z obeh strani. Vse informacije o vstopu v servisno mrežo, o merilih in posebnih ugodnostih ali o naslovih in stikih vseh serviserjev najdete na povezavi www.bhs.si.

Če si danes na trgu osamljen, je težko, zato z vstopom v mrežo storitev B.H.S. – s podporo Bartoga in Tokića – postanejo zasebni ponudniki storitev bolj odporni na težave in bolj pripravljeni na nove priložnosti. Vsekakor gre za sodelovanje z obojestranskim zadovoljstvom



Blaž Rogelj, vodja servisov B.H.S.

Podpora in izobraževanje iz ene roke

Za storitvami B.H.S. kot stabilna podpora in dodana vrednost v obliki najboljših komercialnih in finančnih pogojev stoji Bartog. Zaradi tega je lahko serviser še bolj fleksibilen. Za člane mreže pri Bartogu ponujajo možnosti širitve dejavnosti, jih marketinško podpirajo in ponujajo priložnosti za pridobivanje novih strank, za katere vzdržujejo zasebni ali službeni vozniki park. Vzajemna korist se kaže predvsem v zadovoljstvu končnega kupca. Serviserji v mreži B.H.S. imajo namreč na voljo usposabljanja v izobraževalnem centru B-TECH, v katerem so zbrane Bartogove izkušnje in znanje. Dostop do tehničnih informacij za serviserje je praktično neomejen, zato se vozniki vračajo v servise B.H.S. Serviserji imajo poleg rednega usposabljanja in izobraževanja tudi dostop do baze podatkov za servisiranje vozil – Hayness Pro Ultimate Pack. Zaradi vsega tega se v servisih B.H.S. vedno lahko lotijo katerega koli opravlila, stranka pa se tisti čas mirno vozi z nadomestnim vozilom.

Osebnost 300.000 deli in programom orodja

Bartog z dvema dnevniima dobavama v najkrajšem možnem času zagotavlja dobavo blaga za več kot 60 individualnih serviserjev na 20 različnih naslovih. S takšno dinamiko servisi B.H.S. zlahka dvignejo raven učinkovitosti in pomagajo širiti posel. Poleg tega z vstopom Bartoga v skupino Tokić kot najmočnejšega regionalnega distributerja avtomobilskih delov z več kot 300.000 različnimi artikli in s podporo za več kot 250 najbolj znanih svetovnih blagovnih znamk servisi B.H.S. lahko ponudijo rešitev za praktično vsak problem. #

ZAKAJ POSTATI SERVIS V MREŽI B.H.S.?

- Ostanete lastnik podjetja
- Neposredna povezava s proizvajalci in administracijo
- Širjenje mreže strank, izobraževanja, usposabljanja in prepoznavnosti skozi marketinške vložke
- Dostopnost delov, orodja in usposabljanja na enem mestu
- Najboljši komercialni in finančni pogoji



MREŽA SERVISOV



STORITVE SERVISOV B.H.S.

- Zavore
- Karoserija
- Mehanika
- Elektronika
- Diagnostika
- Menjalnik
- Diferencial

BHS Auto M, PE Bled, Za Potokom 7a, Bled

BHS Avto Anželj, Brengova 43/A, Cerkvenjak

BHS Avto Rudnik, d. o. o., Dolenjska cesta 242c, Ljubljana

BHS Avtomehanika Avto Slavko, Cesta talcev 28, Velenje

BHS Avtomehanika Bojan Ovčjak, s. p., Vrhe 63, Slovenj Gradec

BHS Avtomehanika Marko Šantelj, s. p., Šmihel pod Nanosom 24, Postojna

BHS Avtomehanika Jernej Bertoncelj, s. p., Log 12c, Kranjska Gora

BHS Avtooptika, d.o.o., Ločiška cesta 22, Polzela

BHS Avtoservis in vulkanizilstvo Hudo, Koroška cesta 53d, Kranj

BHS Cast, d. o. o., Ipavčeva 21, Celje

BHS Dosedla Matjaž, s. p., Ulica Florjana Pohlina 5, Žalec

BHS Felnar Center, d. o. o., Spodnja Hajdina 7, Ptuj

BHS Inter Tehna, d. o. o., Janeče 1, Ravne na Koroškem

BHS JPS MM Avtoservis, d. o. o., Trg Revolucije 8b, Trbovlje

BHS Markon, d. o. o., Mariborska 54a, Celje

BHS Sabina Markelj, s. p., Brezje 78a, Brezje

BHS Vulkanizilstvo Kop Longar, d. o. o., Na žago 12, Straža

BHS Boris Vivod, s. p., Otiški vrh 163, Šentjanž pri Dravogradu

BHS Hostinger, d. o. o., Novokračine 19a, Jelšane

BHS Jernej Bertoncelj, s. p., Ulica Heroja Verdника 23a, Jesenice



Spremenjena barva izpušnih plinov je zanesljiv znak, da je nekaj narobe. V tem primeru je v valje prišla hladilna tekočina.

Signali iz izpušne cevi kot diagnostična pomoč

Popolnoma pričakovano je, da se bosta dim iz izpušne cevi in njegova intenzivnost razlikovala sorazmerno s stanjem motorja. Toda zanimivo je, da ima vsaka barva dima iz izpuha svoj pomen.

Že na začetku je treba poudariti – izpušni plini morajo izhajati zgolj na koncu izpušnega sistema. Mešanica, ki zgoreva v valjih, je sestavljena iz zraka in goriva (bencina, dizelskega goriva, plina), zato se molekule goriv, ki so ogljikovodiki, med zgorevanjem razgradijo, ogljik pa se veže s kisikom iz zraka. Pri tem nastane ogljikov monoksid (CO) in ogljikov dioksid (CO₂), ki med drugim predstavljata največji delež izpušnih plinov. Ta plina sta brez barve in vonja, zato ju človek s svojimi čutili ne more zaznati. Torej sta človeku lahko še posebej nevarna, v višjih koncentracijah sta lahko smrtonosna, zato bodite v zaprtih garažah zelo pozorni. Izpušne pline (zlasti) dizelskih motorjev sestavljajo številne škodljive

spojine dušikovih oksidov (NO_x), ki nastanejo s kemijsko reakcijo dušika z molekulami kisika. Gre za še eno okolju škodljivo kemijsko spojino, poleg tega pa so v izpušnih plinih še različni trdni delci in tudi vodna para, saj se na izpušnem sistemu kondenzira vlaga iz zraka. Vodno paro boste zlahka prepoznali, ker je praktično enaka kot tista, ki izhaja iz lonca vrele vode v kuhinji. Hitro se razprši, kar je zlasti pozimi običajen videz izpušnih plinov. Kot smo že omenili, je ostalo – pod pogojem, da motor avtomobila brezhibno deluje – nevidno. Kaj pa, če iz izpušnega sistema izhaja močan dim, ki ne izhlapi, ali sta njegova barva in vonj izrazitejša? Vsekakor je to prvi in zanesljiv signal, začetna diagnoza, da z motorjem nekaj ni v redu. Pojdimo torej po vrsti.

Bel dim – voda v valjih?

Močnejši bel dim, ki se pojavi pri zagonu motorja ali hitrem pritisku na plinski pedal, je zanesljiv znak, da je nekaj narobe. Če je bel dim gost in brez močnega vonja ter se ne razprši tako hitro kot vodna para, najprej posumimo, da je v valje prišla hladilna tekočina. Ko popusti tesnilo glave, lahko med mirovanjem motorja zaradi povečanega tlaka v hladilnem sistemu nekaj hladilne tekočine prodre v valj in ta začne med zgorevanjem izhlapevati. V tem primeru najprej preverite raven hladilne tekočine v ekspanzijski posodi, nato pa na pokrovu za nalivanje motornega olja pogledajte, ali so na njem bele usedline ali belkasta pena. Hladilna tekočina namreč v takšnih primerih na stenah valjev pride v stik z motornim oljem in ker teh dveh tekočin

Če intenziven dim iz izpušne cevi opazijo med tehničnim pregledom, bodo vozilo ocenili kot neustrezno, saj so dovoljene okoljske vrednosti presežene.

ni mogoče mešati, se ločita in oborita. Ti trije simptomi z veliko verjetnostjo kažejo, da je čas za obisk servisa in menjavo tesnila motorne glave.

Modrikast dim – poraba olja?

Modrikast dim, ki se vije za vozilom in ob dodajanju plina postane intenzivnejši, kaže na vstop olja v izpušni sistem. Moder dim ima običajno zelo močan, neprijeten vonj, kar imamo tudi večkrat priložnost zavohati, če vozimo za nekaterimi starejšimi in slabo vzdrževanimi vozili, ki jih srečujemo v vsakdanjem prometu. Poleg tega da je med delovanjem motorja tak dim vedno zaznaven, je najbolj opazen pri pospeševanju s semaforiziranih križišč, njegova gostota in količina pa sta sorazmerni z vsebnostjo olja. To je zanesljiv znak, da je poraba olja dosegla kritično raven in da batni obroči ne tesnijo več dobro, zato olje vstopi v zgorevalno komoro in tam zgori. Vozilo, ki ga spremlja oblak modrega dima, močno onesnažuje okolje, zato ga je treba takoj izključiti iz prometa. Poleg povzročanja okoljskih težav vozilo z opisanimi simptomi izgubi znaten del moči, saj nima ustreznega kompresijskega razmerja v najmanj enem valju. Torej gre za znatno zmanjšanje celotnih zmogljivosti, zato temu praviloma sledi »generalka«. Žal tukaj pride tudi do vprašanja, ali se takšno popravilo sploh izplača, saj gre za zelo obsežne posege v motor.

Črn dim – slabo zgorevanje?

Črn dim je še zlasti značilen za dizelske motorje in kaže na prekomerno prisotnost

saj v izpuhu. Mogočih je več scenarijev, saj lahko nastane zaradi napak v sistemu za čiščenje izpušnih plinov ali slabšega zgorevanja zaradi nepravilnega razmerja med gorivom in zrakom. Možen je še tretji vzrok, ki ga je mogoče namerno povzročiti, in to je slabo ali nestrokovno »friziranje« motorja. V tem primeru so med drugim poskušali moč motorja povečati z večjo količino vbrizganega goriva. Zaradi tega nastane preveč saj in zato imajo takšna vozila pogosto sajast ves zadnji odbijač. Poleg tega pri takšnih nestrokovnih posegih pogosto manipulirajo z ventilom EGR in drugimi elementi za nadzor in čiščenje izpušnih plinov ali pa ventil EGR celo odstranijo. To nastajanje črnega plina še dodatno poveča. Če je vozilo nastavljeno po tovarniških normah, je treba najprej posumiti o ustreznem delovanju ventila EGR in filtra trdnih delcev. Pri teh sistemih bi moral procesor za delovanje motorja vsekakor ugotoviti napako v njihovem delovanju in to signalizirati z opozorilom na okvaro, v nekaterih primerih pa celo omejiti moč motorja (tako imenovani safemode). Če gre za okvaro vbrizgovalne šobe, ki pušča ali dozira veliko količino goriva, je procesor ne bo takoj zaznal. Povečana količina vbrizganega goriva neizogibno povzroča črn dim, zato bodite pri nakupu rabljenega vozila zelo previdni. Če sumite na improvizacije v sistemu za čiščenje izpušnih plinov, ki jih je prodajalec naredil, da bi se izognil zamenjavi dragih komponent, obiščite servisno delavnico, ki ji zaupate, in zadevo podrobneje proučite, da ne bi kupili mačka v žaklju. #



Belkast dim zanesljivo kaže na okvarjen hladilni sistem.



Črn dim kaže na povečano vsebnost saj. Razlogov je več, popravila pa so večinoma draga.

IZJAVA

Zlatan Damjanović, tehnični svetovalec TEC-a

»Takoj ko dim postane preveč intenziven, torej ko spremeni barvo in vonj, mora vozilo v delavnici pregledati strokovnjak, da se izogne večjim poškodbam; pravi strokovnjak bo že po barvi vedel, v katero smer naj usmeri diagnozo.«



Bele usedline na pokrovčku in padec ravni hladilne tekočine v ekspanzijski posodi so zanesljiv znak, da gre tekočina tja, kamor ne bi smela.



Povečana poraba motornega olja zaradi obrabljenih batnih obročev se kaže v modrikastem dimu.

Influencer z referencami



Atraktivna blagovna znamka v vseh pogledih uživa v zavetju Sumitoma kot ene izmed petih najboljših svetovnih blagovnih znamk, pot do kupcev pa najde z izkušnjami na dirkališču in pri driftnanju.

Način, po katerem se je rodila znamka Falken, je zelo zanimiv ter dejansko najbolje razkriva njen značaj in celo same modele pnevmatik. Niso blagovna znamka, ki je svojo pot do končnega kupca iskala s klasičnim trženjem, temveč z izvirno idejo in pogumom. Za njimi že od nekdaj stoji gumijast gigant Sumitomo Rubber Industries. Sumitomo je eden izmed petih največjih proizvajalcev pnevmatik, takoj ob boku znamkam Continental, Goodyear, Michelin in Bridgestone. Deluje na Japonskem in v bistvu proizvaja vse, kar je mogoče narediti iz gume, zato je v zgodnjih osemdesetih letih začel z avtomobilsko ofenzivo. Falken je v Evropo kot blagovna znamka

prispele konec osemdesetih let, v Ameriko pa že prej, takoj potem, ko se je uveljavil na Japonskem. Če pa vprašate o izkušnjah koncerna Sumitomo – te segajo v leto 1908, torej gre za blagovno znamko, ki svoj sloves gradi že 111 let. Na teh temeljih so mladega Falkna zelo uspešno postavili kot izjemno zanimivo znamko pnevmatike. Sumitomo si je že od nekdaj želel izdelati vse, kar je povezano z gumo, zato je v avtomobilsko industrijo vstopil v sodelovanju s preizkušenimi znamkami, kot sta Dunlop in Goodyear. Poslovni deleži teh proizvajalcev in položaji na svetovnih trgih so se spreminjali, Sumitomo Rubber Industries pa se je uvrstil med pet največjih svetovnih proizvajalcev pnevmatik.

V driftu rojena pnevmatika

Sumitomo s Falknom tudi na Japonskem, kjer je začel, ni takoj plasiral pnevmatik za široke množice. Osredotočili so se namreč na najzahtevnejše discipline v svetu avtomobilističnega športa. Najprej so se posvetili driftnanju in zbirali informacije od najboljših voznikov. Nato je Falken korak za korakom, a zelo hitro, postal sinonim za visoko zmogljive pnevmatike. Od Japonske do Amerike in na vseh evropskih dirkališčih danes Falken redno nastopa in podira rekorde ter organizira prireditve – med drugim tudi na Nordschleife. Zahvaljujoč uspehom v dirkaških disciplinah je Falken postal absolutni sinonim za hitrost in športno vožnjo. Šele tedaj, ko je relativno hitro razvil znanje v

avtomobilski industriji, hkrati pa vzpostavil sodelovanje s priznanimi blagovnimi znamkami, je napočil čas, da so se pri Falknu usmerili tudi na povprečne osebne avtomobile in na širši program.

Hitro do prve vgradnje (OE)

Od takrat je minilo desetletje in danes Falken z zelo dobrimi rezultati testov ponosno »vozi« po trgu avtomobilskih pnevmatik. Nastope v različnih avtomobilskih disciplinah so uporabili kot svoj razvojni center, zato zdaj svoj končni izdelek zlahka prilagodijo in optimizirajo potrebam posameznih skupin kupcev. Nazadnje to potrjujejo reference prve vgradnje (OE). Pnevmatike Falken najdemo kot prvo vgradnjo na modelih VW Group, kjer pokrivajo program priljubljenih



Prve vgradnje

osebni in tudi dostavni vozil. Na pnevmatikah Falken iz tovarne prihajajo priznani modeli, kot so VW Passat, Touran ali T-Roc, vendar se reference pri njih še ne zaključijo. Iz tovarne na pnevmatikah te znamke pripeljejo Audi Q3, novi A1 City Carver in celo A3 PHEV, uporabljajo pa jih tudi Fiat, Honda, Jeep, Škoda, Toyota, Seat, Opel, Suzuki, Mazda, Subaru ...

Pripravljen za vse vremenske razmere

Najnovejša generacija Falknovih zimskih pnevmatik Eurowinter združuje dobro znano tehnologijo 4D – Nano Design, pa tudi tehnologijo tankih rež Miura-Ori 3D, zaradi česar je oprijem v zimskih razmerah izjemno dober. Poleg tega je odlična na mokrem terenu (dolgo kljubuje akvaplaningu), hkrati pa ponuja vrhunsko uravnovešeno med vodljivostjo, udobjem in oprijemom v najtežjih razmerah. Falken Eurowinter HS01 je tudi po mnenju priznanih avtomobilskih revij, ki testirajo pnevmatike, kot sta Auto motor und Sport in Auto Zeitung, prava zimska pnevmatika. Modeli zimskih pnevmatik Eurowinter HS01 so na voljo s tehnologijo run-flat ali brez nje. Izdelujejo pa tudi modela HS499 run-flat in HS437 kot sijajni snežni pnevmatiki ali model HS435, ki je optimalna izbira za manjša vozila.

Celoletna pnevmatika kot prava zimska?

Glede na lego (geoklimatski, geografsko-podnebni položaj) Slovenije je celoletna pnevmatika Falken Euroall Season lahko zelo zanimiva izbira. S profilom vzorca v obliki črke V, ki dviguje raven

Price-Performance Falken Tyres



dinamike, hkrati pa učinkovito rešuje težave z akvaplaningom, je inovativno zasnovana. Poleg tega je še posebej zanimivo, da ta celoletna pnevmatika izpolnjuje tudi zahteve prave zimske pnevmatike, saj na njej lahko najdete piktogram s tremi gorskimi vrhovi in snežinko. Ter na koncu: enake pnevmatike so na voljo tudi za vozila 4x4 in SUV.

Kaj je z letnimi pnevmatikami?

Falken je zelo učinkovito, a tudi zanimivo zadovoljil potrebe velike večine kupcev, seveda s posebnim programom avto-moto športa, v katerem je svet zase. Široko ponudbo letnih pnevmatik je odprl z začetnim modelom Sincera, ki odlično združuje ugodno porabo goriva in udobje z nizkim kotalnim hrupom. Naslednji korak je modelna linija Ziex, posebna po sestavi gumijaste zmesi za vrhunske zmogljivosti. Zanimiva je tudi zaradi vozne dinamike na suhem in mokrem, na voljo je v dimenzijah do 19 palcev in zanjo sta poleg tega značilni tudi trpežnost (dolgoživost) in kratka zavorna razdalja. Njeno kakovost potrjuje referenca prve

vgradnje na Audijev priključni hibrid A3 PHEV. Posebnost pnevmatik Ziex je tehnologija profila (ACP), ki skrbi za linearno in enakomerno obremenitev profila pnevmatike, kar vodi do najboljšega oprijema. Oblika profila se v odvisnosti od dimenzije razlikuje tudi pri pnevmatikah do 195 ali nad 205 mm širine. Na koncu ne moremo mimo tehnologije 4D Nano Design, ki v razvoj pnevmatik vključuje današnja najnaprednejša znanja, zaradi česar je optimizacija zmesi nano razširljiva (prilagodljiva).

Najboljše na testu?

Vrhunec ponudbe je gotovo linija Azenis s pnevmatikami, ki jih z najvišjimi indeksi hitrosti proizvajajo v dimenzijah od 17 do 22 palcev. Gre za izjemno letno pnevmatiko za najzahtevnejše voznike in avtomobile. Na nekaterih letošnjih testih so jo razglasili za najboljšo nasploh, pa tudi za najboljšo na mokrem terenu. Na voljo je v različici run-flat in navdušuje z ohranjanjem smeri in z zmogljivostmi v ovinkih ter tako voznika navdaja s samozavestjo, tako kot celotna ponudba pnevmatik znamke Falken. #

Ponudba pnevmatik Falken pokriva programe za osebna vozila, športne terence/4x4, terence/4x4 in za dostavna vozila.



Za vsak problem obstaja rešitev

Pogosto omenjamo procese kaizen in lean management kot instrumente in orodja na poti do vrhunske učinkovitosti, v kateri se lahko najdejo vsi zaposleni – no, za tole gre.

Ne glede na to, ali ste vodja, direktor ali zaposleni, ste v vsakem primeru vodja in upravljavec oddelka ali skupine ali pa samo svojega časa in navsezadnje kariere. V podjetju Tokić takšen princip živi in ga koristijo za poslovno napredovanje, ne glede na izhodišni položaj, saj podjetje Tokić temelji na načelih metodologije dela lean in inštituta Kaizen, s katerima se loteva svoje globinske transformacije. Kaizen ni del projekta, ki se v nekem trenutku zaključi, ampak način življenja in delovanja, ki pomaga k večji učinkovitosti v vseh vidikih dela, tudi v življenju. Kaizen je sestavljanka, ki pomeni: kai – sprememba, zen – težnja k boljšemu, torej gre za proces nenehnega izboljševanja. Čeprav je to v osnovi slišati kot marketing, so zaposleni v Tokiću, pa tudi številna svetovna podjetja, najboljši dokaz učinkovitosti metodologije KAIZEN. Tako je na primer Toyota na osnovi kaizna v zadnjih desetih letih podvojila svoj tržni delež, Porsche po načelih lean (del KAIZEN™) deluje od zgodnjih devetdesetih let, tu so tudi Bosch, Honeywell, Danaher ... Od kod KAIZEN™? Za začetek: KAIZEN™ v podjetja ni prišel danes, ampak se je začel rojevati po drugi svetovni vojni v avtomobilski industriji na Japonskem. Ob proučevanju te metodologije je rasel tudi G. Masaaki Imai, ki je v petdesetih letih prejšnjega stoletja v japonskem centru produktivnosti analiziral delo japonskih direktorjev v Ameriki. Ob tem je sam nenehno napredoval in v osemdesetih letih svetu pripovedoval zgodbo o Toyotinem uspehu, ki je dosegla vrhunec v certificirani uradni sistematični metodi vodenja – KAIZEN™. Kako dobra je ta metoda za podjetja, predvsem pa za posameznike, ki podjetje tvorijo, kaže nešteto primerov in se meri v večkratni letni rasti.

KAIZEN™ temelji na petih osnovnih principih:



1. Ustvarjanje vrednosti za kupce



Razumeti **glas kupcev/strank**
Najprej kakovost!
Izboljšanje **izkušnje s kupci/strankami**

2. Ustvarjanje učinkovitega toka



Zmanjšanje **muda, mura in muri** = izguba
Implementacija aktivnosti, ki bodo izboljšale potek **end-to-end (flow)**
Pull na zahtevo kupca/stranke

3. Orientiranost na gembo



Gemba = mesto, na katerem se ustvarja dodana vrednost
Oditi na gembo in reševati probleme na **izvoru**
Standardizacija procesov

4. Krepitev ljudi



Razvijanje učinkovitih operativnih **ekip**
Postavljanje ekipnih ciljev **v skladu s strategijo**
Brez **obsojanja** in **krivljenja**

5. Strokovnost in preglednost



Dolgoročno razmišljanje
Razgovor s pomočjo **podatkov**
PDCA/SDCA
Refleksija, učenje, napredovanje

Kaizen je japonska filozofija nenehnega razvoja, ki ji sledijo številna ugledna podjetja po vsem svetu.

Kaj imam od tega jaz?

Posameznik ima od metodologije KAIZEN™ pravzaprav enake koristi kot podjetje, ker se namesto klasičnega pretiranega angažiranja s stalnim "gašenjem požarov" na delovnem mestu vsak zaposleni, vodja ali direktor osredotoči na odkrivanje, zmanjševanje in odpravljanje neučinkovitosti pri vsakodnevem delu, ki ovira delovni proces. Z zmanjšanjem

neučinkovitosti se odpira prostor za ustvarjanje nove vrednosti, uporabnih rešitev, enostavnejših korakov v postopku ... Seveda pa to zahteva razumevanje osnovnih načel KAIZEN™ in uporabnih orodij ter metod dela. Poleg tega je osnova metodologije KAIZEN krepitev vloge ljudi in skupin, človeka samega, vsakega zaposlenega ne glede na hierarhično raven, saj lahko vsakdo na svojem delovnem

mestu vsak dan kaj izboljša (kaizen), da olajša vsakdanje delo, ga poenostavi ter dela hitreje in ceneje. Na "gembi" se vedno rešujejo vsi problemi in pomembno je le poiskati in odpraviti/preoblikovati "muda".

Muda in gemba

Poleg sistema lean, ki pomeni iskanje popolnosti s sistematičnim pristopom k odkrivanju in odpravljanju izgub in presežkov ter nenehnim izboljševanjem, sta osnovna koncepta v metodologiji KAIZEN muda in gemba. Muda v slovarju KAIZEN dejansko pomeni vsako izgubo, presežek in vsako neučinkovitost. Na drugi strani pa je "gemba" kot ključno mesto, kjer se ustvarja dodana vrednost, kraj, kjer poteka posel. V primeru Tokića to recimo velja za vsako poslovalnico ali skladišče. KAIZEN™ navsezadnje spodbuja standardizacijo procesov na najvišji logični ravni, kar nujno pomeni matriko uspeha, medtem ko se nenehno borimo s paradigmi, ki nam pogosto preprečujejo napredek. Osnovo za ta pristop prikazuje priložena slika. #

Prednosti metodologije KAIZEN™-a

Kako ostati konkurenčen na trgu?

Konkurenca/
zmanjšanje cen

Kaizen/stalni
napredek



Prodajna cena = strošek + dobiček

Matrika uspešnosti nazorno prikazuje pot v smeri zastavljenega cilja.

NOVO!

PREGLEDNA IN ENOSTAVNA B2B TRGOVINA MOŽNOST

NAROČANJA 24 UR NA DAN, 7 DNI V TEDNU

PREDNOSTI NOVE B2B TRGOVINE:



*Napredni
iskalnik
pnevmatik*



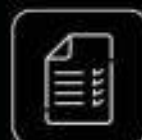
*Filtriranje
artiklov na
podlagi*



*dinamičnih
atributov*



Hitrost



*Digitalizacija
reklamacija*

NOVO!

**ENOSTAVNO
POSLOVANJE IN
NAROČANJE, KI
PRIHRANI ČAS IN
DENAR!**

Za vsa vprašanja:
informatika@bartog.si

**SPLETNE STRANI: WWW.BARTOG.SI
[HTTP://B2B.BARTOG.SI](http://B2B.BARTOG.SI)**

Celovite storitve Bartoga ob najširši ponudbi avtomobilskih delov, gospodarskega programa, pnevmatik, industrijskega programa in logistike prinašajo tudi doslej najobsežnejši nabor orodij in servisne opreme.



Bojan Jerman, vodja programa orodij in servisne opreme

"Nova ponudba orodij je fantastična"

Bartog s svojo celovito ponudbo storitev in produktov za naše serviserje neposredno vpliva na kakovost storitev za končnega kupca in s tem na prometno varnost. Ne zgolj vzdrževanje vozila, pomembno je, da vozilo popravimo po najvišjih standardih in čim hitreje. Na ta način vozniki niso prisiljeni v kompromise, servisi pa dvigujejo raven konkurenčnosti in kakovosti storitev. Nova ponudba orodij in servisne opreme, s katero razpolaga Bartog, je pri tej strategiji ključna, tukaj pa lahko preberete, kaj o tej temi meni Bojan Jerman, vodja programa orodij in servisne opreme.

Bartog info: Kako bi ocenili nivo opremljenosti povprečnega servisa v Sloveniji in v kolikšni meri je o tem treba seznaniti slovenske voznike?

Bojan: Navdušen sem nad dejstvom, da lastniki avtomehaničnih delavnic v Sloveniji s servisno opremo stalno sledijo novostim. Velika večina lastnikov posodablja obstoječo in dodaja najsodobnejšo opremo, saj lahko hitrim spremembam na trgu sodobnih vozil sledijo le s stalnim in sistematičnim opremljanjem delavnice z ustrezno opremo.

Kdo vse lahko pri Bartogu kupuje orodje in servisno opremo? Samo servisi ali tudi ljubiteljski mehaniki?

Varen nakup v različnih cenovnih razredih zagotavljamo tako za strokovne delavnice kot ljubiteljske mehanike. Kot primer velike širine ponudbe bom izpostavil znamke pnevmatskih pištol, ki jih imamo vedno na zalogi: Hazet, Unior, KS Tools, SW Stahl, Brilliant Tools ... To pomeni, da lahko po orodja pridejo k nam tako poklicni in ljubiteljski avtomehanični kakor tudi vsi drugi, ki potrebujejo takšna orodja.

Kaj vse vsebuje Bartogova ponudba orodij in servisne opreme?

Dovolite mi, da naštejem le najbolj zaželenne artikle: dvigala vseh vrst, montirni in centrirni vulkanizerski stroji, distribucija olja, testne steze (valji) za preizkušanje zavor in

amortizerjev, naprave za polnjenje klimatskih naprav, diagnostične naprave in instrumenti, visokotlačni čistilci, kompresorji, polnilne postaje za električna vozila, polnilnike akumulatorjev, orodja za popraviljanje električnih vozil, avtomatske naprave za menjavo olja v samodejnih menjalnikih, oprema za nastavljanje kamer in radarjev, varilni aparati, izpušni sistemi, pnevmatska in akumulatorska orodja ter drugo. Vesel sem, da je naša ekipa v vsakodnevnem stiku tako s serviserji kot s proizvajalci in da zelo hitro uvajamo nove rešitve za lažje, hitrejšje in boljše storitve avtomehaničnikov.

Za katere blagovne znamke gre in komu so namenjeni posamezni proizvodi?

Znamke Nussbaum, Beisbarth, Space, Apac, GYS, Texa, Launch, Bosch, Deca, Milwaukee, Stanley, KS Tools, Hazet, Unior, SW-Stahl, Chicago pneumatic, CTR in druge so namenjene strokovnim delavnicam z visoko intenzivnostjo dela. Naštete blagovne znamke dopolnjujemo s cenovno bolj dostopnimi, katerih orodja in oprema so razen za strokovne delavnice namenjeni delavnicam z nižjo intenzivnostjo dela ter drugim uporabnikom.

Katere so posebnosti Bartogove ponudbe na slovenskem trgu?

Gre za pet pglavitnih značilnosti. Najprej naj izpostavim veliko zalogo servisne opreme, ki nam omogoča izjemno hitro dostavo in montažo.

Imamo tudi lastno servisno in tehnično službo, ki zagotavlja strokovno in varno namestitev. Ponujamo širok izbor orodij in servisne opreme v različnih cenovnih razredih. Zelo zanimiv je tudi naložbeni paket za pomoč servisnim delavnicam in nenazadnje je tukaj še lastna blagovna znamka Hector, v kateri razvijamo vse več skupin artiklov.

Kaj lahko pričakuje kupec pri blagovni znamki HECTOR?

Hector združuje zelo veliko visokokakovostnih in cenovno ugodnih artiklov, ki jih imamo vedno na zalogi. Letno izdamo štiri prodajne kataloge "BARTOG orodja in servisna oprema", kjer se celotna ekipa trudi, da pripravimo za kupce posebno ponudbo po zelo dostopnih cenah. Zelo sem zadovoljen, ker kupci zaupajo blagovni znamki Hector, saj jim omogoča hitro odpiranje novih delovnih mest, enostavno širitev poslovanja in podobno.

In za konec še bolj osebno vprašanje: katero je tvoje najljubše orodje v ponudbi, čeprav ti mogoče ni potrebno – orodje, ki te posebej navdušuje?

Najbolj prijetno me je presenetil zelo napreden stroj za centriranje koles Beissbarth MT ZERO 6 LCD AWLP, ki je avtomatiziran v tolikšni meri, da je centriranje koles postalo poezija. Stroj me je tako navdušil, da smo ga postavili v demo kotiček v novi trgovini v Šiški v Ljubljani, kjer si ga lahko vsi ogledajo. #



Vse skupaj: Popolna rešitev.



Vse od zavornega diska do orodja - Ponuja specialist za zavore ATE, inovativne celovite rešitve za vaše stranke. V obliki najboljše kakovosti. Popolnoma prilagojeni drug drugemu. Vse od enega dobavitelja.

www.ate-brakes.com



Brakethrough Technology



Vseprisoten in neizogiben

Kot vsaka generacija kompaktnega vozila iz Wolfsburga je tudi Golf 7 na račun preverjene tehnologije in voznih lastnosti zelo stabilna valuta na rabljenem trgu.

Ko se odpravite iskat rabljen avtomobil z več deset tisoč evri v žepu, je Golf VII morda najbolj modra naložba. Za ta denar lahko najdete solidnega dizla s približno 120.000 do 150.000 prevoženimi kilometri, kar se morda sliši preveč, vendar ni. Robustna izdelava in visoka kakovost se uspešno upirata vsakemu prevoženemu kilometru. Ponudba v domačih oglasnikih je bogata in

pestra, odstopanja so, vedno pa lahko najdete kaj zanimivega, ker jih je skoraj tisoč. Vse možnosti so, da bo 1.6 TDI, katerih je največ, padel v oči. Je zanesljiv in ekonomičen motor, razmeroma priročen za vzdrževanje. Zato je pomembno preveriti zgodovino vzdrževanja, vendar tudi poskusiti ugotoviti, v kakšnih pogojih je bil avtomobil uporabljan, kajti več časa kot je prevozil na odprti cesti, tem bolje

za EGR, DPF, injektorje in druge sestavne dele, ki predstavljajo nevarnost v proračun za servis. Bencinskemu 1.2 TSI se nikakor ne gre izogniti, poleg tega je boljša izbira, če je Golf večino časa preživel v urbanih območjih in če se vozi na krajših razdaljah. Zato bi moral imeti na števcu bistveno manj kilometrov, kar je spet enostavno preveriti na servisu. Za povprečnega kupca je vtični hibridni Golf VII GTE z

204 KM manj zanimiv, vsekakor pa poseben, saj je v vsakdanjem življenju lahko varčnejši od dizla in kadarkoli poskrbi za navdušenje, kot če bi vozil model GTI. V tujini ga boste že našli, a zaradi kančka eksotičnosti in uporabe visoke tehnologije je njegova cena okoli 20.000 evrov. Po drugi strani pa skrbi glede hibridnega sklopa in akumulatorja odpravi tovarniška garancija osem let ali 160.000 prevoženih kilometrov. #



PONUDBA DELOV

Šifra	Opis	EM	MPC
577544	Filter goriva	1 kos	15,63 €
577796	Filter olja	1 kos	8,70 €
577563	Filter zraka	1 kos	14,90 €
577589	Filter kabine	1 kos	13,99 €
562894	Zavorni disk	2 kosa	113,44 €
567484	Zavorne ploščice	1 set	68,67 €
562624	Zavorni disk	2 kosa	86,84 €
567312	Zavorne ploščice	1 set	37,56 €
139977	Svečka	1 kos	15,13 €
540	Jermen, mikro	1 kos	17,14 €
298215	Hladilnik	1 kos	149,56 €
324991	Hladilnik klime	1 kos	109,00 €
565934	Drog stabilizatorja	1 kos	13,63 €
76520	Kolesni ležaj	1 kos	75,60 €
76520	Komplet pesta	1 kos	689,00 €

* Cene so informativne, lahko se spremenijo in vključujejo DDV.



Artikli hladilnega sistema
za vse vrste pogonov.

BEHR

Ne glede na to, ali grmi ali brni pod pokrovom vašega vozila.

Gretje ter hlajenje postaja vse bolj pomembno - in to z vsemi pogonskimi tehnologijami. Delavnicam ponujamo vse rezervne dele hladilno toplotnega sistema vključno z delavniškim orodjem in diagnostiko za osebna, dostavna vozila ter gradbene in kmetijske stroje. Z več kot 9000 kakovostnih artiklov MAHLE Aftermarket v celoti pokriva področja klimatizacije in hlajenja motorja. Z MAHLE vaša delavnica prinaša 100% uspeh danes in jutri.

mahle-aftermarket.com

MAHLE

Bandit, a ne huligan



Suzukijev "naked" srednji razred je tekočinsko hlajen od leta 2007, a čeprav njegovega predhodnika spremlja glas legendarne zanesljivosti, se je "vodni" izkazal za bolj trpežnega, kakovostnega in cenejšega za vzdrževanje.



Bandit je bil predstavljen leta 2007 z novim tekočinsko hlajenim motorjem z močjo 86 KM in standardom Euro 3. Ohranil je svoj tipičen, prepoznaven videz, pa tudi vsestranske lastnosti, ki že leta razveseljujejo njegove oboževalce, a ene stvari ni bilo mogoče prezreti – 250 kg v pripravljenosti za vožnjo je vendarle preveč za "naked" motocikel srednjega razreda. Zaradi prevelike mase je bila ogrožena tudi zmogljivost, zato se je "vodni" – kljub

povečanju moči in navora – v vmesnih pospeševanjih izkazal za slabšega od predhodnika z oljem in zrakom. O zanesljivosti "zračnega" so govorile legende, toda časovni zamik je izkristaliziral drugo plat zgodbe – "vodni" se je izkazal za bolj trpežnega, zanesljivega, kakovostnega in – morda najpomembnejše – cenejšega za vzdrževanje v teh 14 letih delovanja. Vsakih 24.000 kilometrov je predviden obsežen servis, vbrizgavanje ni nagnjeno k okvaram ali težavam (za razliko od uplinjača, ki "ubija" stanje in hlajenje/ogrevanje), obstojnost materialov v motorju in nagnjenost k obrabi pa sta enaka nič. Če torej dvomite med "vodnim" in "zračnim", je naš nasvet, da prvi zmaga. "Vodni" razbojnik, bodisi v goli različici bodisi v S, prevladujejo pri domačih oglasih. Njihova cena se začne pri 3.000 evrih, lični modeli do

prenove (2009) so na voljo od 4.000 do 4.500 evrov, novejši pa od 5.000 evrov in več. Če se odločite za uvoz iz tujine, je "vodni" spet boljša izbira. #

PONUDBA DELOV

Prodajna
cena z DDV
v EUR

Zračni filter HIFLO	154,42
Akumulator Exide AGM 12V 8Ah	35,26
Zavorni disk (kolot) TRW	370,75
Zunanje ogledalo L	60,63
Tesnilo izpušnega kolektorja	10,82
Zavorni disk (kolot) EBC	301,01
Zavorne ploščice, zadnje EBC	36,03
Tesnilo, pokrov ventilov	63,31
Filter olja HIFLO	81,75
Zavorne ploščice, zadnje TRW	28,66
Filter olja K&N	15,53
Hladilnik, hlajenje motorja	475,23
Tesnilni obroč, steblo ventila	7,47
Vžigalna svečka CR8E	15,41
Zavorne ploščice, prednje EBC	49,15
Zračni filter K&N	111,23
Vzvod za sklopko	36,44
Komplet za verigo	234,46
Zavorni vzvod, krmilo	42,93
Zunanje ogledalo D	60,63
Tesnilni obroč, vilice All Balls	22,59
Ležaj glave krmila KOYO	41,39
Akumulator Exide AGM 12V 8Ah	35,26
Set kolesnih ležajev JMS (moto) 7520428	32,28
Baterija EXIDE	18,90
Stikalo sklopke JMP	6,32
Vžigalna svečka NGK CR8E	5,16

* Cene so informativne, lahko se spremenijo in vključujejo DDV



V GIBANJU ŽE 150 LET.

Od zgodovinskih dirk do inovacij za prihodnost.



Nova serija WinterContact™.

Ustvarjene za vse zimske razmere
in vse modele avtomobilov.



Continental
WinterContact™
TS 870

Continental
WinterContact™
TS 870 P

150
YEARS

Več na continental.si

Prva izbira domačih kupcev

V zadnjih letih je MAN najbolj prodajana znamka tovornjakov v Sloveniji, TGX pa je na vrhu ponudbe. Veliko število rabljenih enot na cestah zahteva tudi dobro oskrbo z rezervnimi deli in potrošnim materialom.

Pred nedavno premiero nove generacije se je MAN TGX uspešno spopadel z mladostno konkurenco s številnimi spremembami. Zadnja je bila pred tremi leti, ko je 12,4-litrski šestvaljnik pridobil 10 KM (in 100 Nm) ter je ponujal 430, 470 in 510 KM. Z novimi bati in oblogami valjev je izboljššan nadzor ventilov, regulirano je delovanje vodne črpalke in ventilatorja, delovanje hladilnika olja pa je optimizirano za boljšo regulacijo temperature. Čeprav je bil sistem SCR-EGR ohranjen, se je delovna temperatura zvišala, ker se je recirkulacija izpušnih plinov bistveno zmanjšala, medtem ko je bil za dovajanje

AdBlueja zadolžen novi neposredni vbrizg AirLess. Izboljšala se je tudi generacija motorjev D38 (540, 580 in 640 KM) s servisnimi intervali, podaljšanimi na 140.000 kilometrov. Ker je znano, da so MAN-ovi tovornjaki TGX zelo vzdržljivi, so nekateri lastniki zagotovo preračunljivi z rednimi servisi, zato je pri nakupu potrebna previdnost. Čeprav o glavnih napakah ne poročajo, je treba biti pozoren na stvari, kot so filtri za gorivo, ki so med nakladanjem morda utrpeli škodo, podobno kot zračni rezervoarji zadaj pri spajanju prikolic. Priporočljivo je kupiti nadomestna ogledala, saj so občutljiva na udarce. Pozornost je treba nameniti tudi ohišju

radarja na modelih, ki ga imajo na sprednji strani maske, ker so nagnjeni k poškodbam zaradi neprevidnega pranja pod močnim pritiskom vode. Kar zadeva olje, vozniku ni bilo enostavno mehansko preveriti stanja, zato je bilo, če ni bilo volje za dvigovanje kabine, treba zaupati podatkom z instrumentov, kar na srečo ni bilo veliko. V določenih situacijah, najpogosteje ob nepravilni obremenitvi, se je pojavila težnja po neenakomerni obrabi zavor, kar bi se odrazilo v pospešeni obrabi zavor na priklopnikih. Toda TGX ni brez razloga tako priljubljen, zato ob pravilnem vzdrževanju in negi okvarjenih delov ne bo večjih težav. #



Vsi deli so na voljo ob delavnikih od 8. do 18. ure, ob sobotah pa od 8. do 12. ure. Za več informacij obiščite **www.bartog.si** ali pošljite povpraševanje na **tovorni@bartog.si** ali pokličite na **041 415 690** ali **041 425 475**.

Prenehajte popravljati...



... začnite nadgrajevati!

MEYLE ponuja kvalitetne nadomestne avto dele za neodvisni prodajni trg. Naj gre za krmiljenje in vzmetenje, od gumijastih do kovinskih delov, zavor, hlajenja, filtrov, pogonskih komponent ali elektronike in senzorjev. Skupaj s trgovskimi partnerji, delavnicami in mehaniki v 120 državah, si prizadevamo zagotoviti, da se vozniki lahko zanesejo na nas - na ta način pomagamo delavnicam, da so VOZNIKOV NAJBOLJŠI PRIJATELJI.

Izvedi več na www.meyle.com

DRIVER'S BEST FRIEND



Sledite nam



MEYLE

Mráz pride že pred zimo

Izkušenih zima ne more presenetiti, a poleg izkušenj potrebujemo tudi ustrezno orodje. V naši ponudbi lahko poleg (nikoli širše) ponudbe orodij in servisne opreme poiščete prenosne zaganjalnike motorjev Hector, pa tudi zanimivo ponudbo senzorjev tlaka v pnevmatikah in spremljajočega orodja.

Naprava za programiranje TPMS ATEQ s senzorji

SCHRADER PN7084-A

Številka izdelka: 305506

- Naprava za programiranje ventilov ATEQ
- 5 let brezplačnega posodabljanja baze podatkov o vozilih
- V kompletu 16 aluminijastih senzorjev TPMS z možnostjo programiranja za večino vozil: Audi, BMW, VW, Fiat, MB, Alfa Romeo, Citroën, Chrysler, Ford, Hyundai, Kia, Mazda, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Suzuki, Volvo ...



Senzorji TPMS

SCHRADER # 1210

Številka izdelka: 305502

- Senzor TPMS 433 MHz z gumijastim ventilom z možnostjo programiranja za večino vozil: Audi, BMW, VW, Fiat, MB, Alfa Romeo, Citroën, Chrysler, Ford, Hyundai, Kia, Mazda, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Suzuki, Volvo



SCHRADER # 2200-GO1

Številka izdelka: 305503

- TPMS 433 MHz z aluminijastim senzorjem, tovarniško programiran za: Audi, BMW, VW, Fiat, MB ...
- Z možnostjo ponovnega programiranja (reprogramiranja) za druga vozila, ki niso tovarniško programirana



Prenosni booster HECTOR powered by LEMANIA



HECTOR HE-12V

Številka izdelka: 296104

- Prenosni zaganjalnik motorjev za osebna vozila napetosti 12 V
- Startni tok 2.500 A



HECTOR HE-12-24 PROF NA KOLESIH

Številka izdelka: 296104

- Startni tok 6.400/3.200 A
- Digitalni voltmeter
- Velike medeninaste klešče (krokodila)
- Stikalo napetosti 12/24 V
- Alarm in varovalka ob zamenjavi polov (+/-)



HECTOR HE-12-24

Številka izdelka: 29608

- Startni tok 5.000/2.500 A
- Digitalni voltmeter
- Velike medeninaste klešče (krokodila)
- Stikalo napetosti 12/24 V
- Alarm in varovalka ob zamenjavi polov (+/-)

Tester – preizkuševalec akumulatorjev s tiskalnikom HECTOR powered by LEMANIA

HECTOR HE-TEST12-24

Številka izdelka: 296106

- Tester akumulatorjev in analizator električnih sistemov
- Akumulatorji napetosti 12/24 V za avtomobile in motorna kolesa
- Popoln grafični vmesnik, LCD-zaslon, vgrajen tiskalnik
- Sledilna ploščica (touchpad) s senzorsko tehnologijo
- Pomnilnik tiskalnika
- Testiranje/preizkušanje alternatorjev napetosti 12/24 V
- Prenos podatkov v računalnik
- Torbica



PRIHODNOST JE ZDAJ



DOPRINOS OE INOVACIJ NA NEODVISNI POPRODAJNI TRG

Exide linije so razvite v sodelovanju z glavno znamko OE za osebna in lahka dostavna vozila in so posebej optimizirane z najnaprednejšo tehnologijo pogonskih sklopov, ki prihaja na trg zdaj in v prihodnjih letih.

Exide Technologies ponuja zbirko profesionalnih dodatkov, ki delavnicam omogočajo, da strankam nudijo najvišjo raven storitve.

Za dodatne informacije se obrnite na: www.exidegroup.com/it/en

Proizvedeno v Evropi Exide Technologies - dobavitelj OE prvovgradnje

EXIDE
BATTERIES



Pnevmatike prihodnosti razvijajo že danes




Continental je že stoletje in pol sinonim za kakovost in varnost. V nemškem podjetju, s katerim smo skozi čas stkali trdne partnerske vezi, so sicer ponosni na svojo preteklo zgodbo, a bolj kot nazaj raje gledajo naprej.

Čep rav pnevmatike navzven izgledajo precej podobno kot doslej, so z vsako generacijo boljše, bolj »pametne«. Svoj pogled na to, kakšne so in kakšne bodo – ter še marsikaj drugega –, je z nami delil Mirco Brodthage, novi vodja regije jugovzhodna Evropa v družbi Continental.

Bartog info: Continental praznuje 150. obletnico in v vseh teh letih ste si nabrali veliko izkušenj. Če se ozrete nazaj, kaj bi izpostavili kot največjo izboljšavo pnevmatik, morda v zadnjem desetletju ali dveh?

Mirco Brodthage: Naše podjetje je bilo ustanovljeno 8. oktobra 1871, poldrugo desetletje pred izdelavo prvega avtomobila. Začeli smo z gumenimi izdelki in pnevmatikami, v tistem času sicer za kolesa in vozove, in še danes iščemo načine, s katerimi bi to lahko izboljšali našo mobilnost, varnost in življenje nasploh. V preteklih 150 letih je Continental s svojim pionirskim duhom in inovativnostjo določal standarde v industriji pnevmatik. Naši inženirji so s svojimi prebojnimi inovacijami vedno znova poskrbeli, da so pnevmatike postajale čedalje varnejše, učinkovitejše in bolj trajnostne. Še vedno premikamo meje s tem, ko izumljamo nove gumene zmesi in profile, s katerimi naše pnevmatike stalno izboljšujemo. Rezultat tega so vodilne pnevmatike – zimski pnevmatiki WinterContact TS 870 in TS 870 P ter pred nedavnim predstavljena letna pnevmatika SportContact 7.

V kolikšni meri lahko digitalna tehnologija izboljša pnevmatike in kaj v zvezi s tem ponuja Continental voznikom?

Jasno je, da je pnevmatika prihodnosti pametna in inteligentna – še bolj kot danes, ko že imamo sisteme, kot je na primer ContiPressureCheck, ki stalno spremlja tlak in temperaturo pnevmatik ter pomaga izboljšati varnost in optimirati skupne prevozne stroške. To je trenutno najbolj vidno in najpomembnejše v segmentu tovornih in avtobusnih pnevmatik, a v prihodnosti bo postalo nekaj, kar bomo – sicer v bolj izpopolnjeni obliki – uporabljali prav vsi. Razvijamo že tehnologije, ki bodo omogočale, da se bodo pnevmatike same vzdrževale. Naša rešitev se imenuje Continental C.A.R.E. To je tehnologija, ki s pomočjo več senzorjev, vgrajenih v tekalno plast, posreduje podatke o temperaturi in tlaku v pnevmatikah, s čimer odkriva možne poškodbe in opozarja nanje. Platišča imajo vgrajeno zračno tlačilko, ki lahko med vožnjo prilagaja tlak polnilnega zraka. To je popolna tehnologija za vozila prihodnosti, kot na primer avtonomne robotizirane taksije. Leta 2020 je Continental postavil nove standarde s predstavitvijo pilotnega projekta za zelo natančno spremljanje globine profila z uporabo algoritmov in telemetričnih podatkov vozila.

Continental razvija tudi pametne pnevmatike za avtonomna vozila. Kaj nam prinašajo?

Kot že omenjeno, so avtonomna vozila del prihodnosti. Jasno je, da se bo mobilnost spremenila, kar lahko v nekaterih delih sveta opazimo tudi že danes. Na splošno pričakujemo, da nam bo prinesla varnejše okolje: ne le z manj prometnimi nesrečami, temveč tudi z manj prometnimi zastoji in optimiziranim časom potovanja. Nekateri bodo navdušeno sprejeli možnost, da lahko nemoteno potujejo, tudi če nimajo lastnega avtomobila,

MIRCO BRODTHAGE

Mirco Brodthage je izkušen vodstveni kader v avtomobilski industriji, ki se osredotoča na razvoj in uvajanje strategij in konceptov. Preden je prevzel svojo trenutno funkcijo vodje regije jugovzhodne Evrope, je v Continentalovi poslovni strukturi opravljal več odgovornih funkcij. Med drugim je bil vodja mednarodne maloprodaje, vodja maloprodaje v Nemčiji in vodja avstrijskega trga. Continentalu je zvest že 22 let.

a prepričan sem, da bo mnogim še vedno nudil obilo užitka in svobode avtomobil, ki ga bodo sami upravljali.

Koliko goriva lahko prihrani potrošnik, ki vozi avtomobil s Continentalovimi pnevmatikami, in v čem se med seboj najbolj razlikujejo običajne pnevmatike in pnevmatike za električna vozila?

Ljudje vozijo zelo raznolike avtomobile in imajo zelo različne sloge vožnje, zato na to vprašanje ni lahko odgovoriti. Lahko pa rečem, da si prizadevamo storiti vse, kar lahko. Ne le, da želimo izdelovati pnevmatike, s katerimi bodo naši kupci prihranili stroške pogonskega goriva, ob tem skrbimo še, da se zaradi tega ne poslabšajo ostali vidiki vožnje. Morda veste, da ima lahko doseganje manjšega kotalnega upora, ki je pri električnih vozilih ključno, svoje slabosti, vendar le, če se ne trudite z inovacijami. Continental si je vedno prizadeval izdelati najboljše in okolju najbolj prijazne pnevmatike. Zato imajo naše pnevmatike v segmentu Eco (in še kje) najmanjši kotalni upor, v večini primerov veliko manjši, kot se zahteva za razred A na prenovljeni oznaki EU za pnevmatike. To zagotavlja, da tudi lastniki električnih vozil lahko z zadovoljstvom uporabljajo pnevmatike Continental, saj z njimi lahko prevozijo najdaljšo možno pot z enim polnjenjem. V zadnjih desetletjih so postali avtomobili 10 % težji in imajo 30 % več konjskih moči, obenem pa so njihove emisije CO₂ 40 % manjše. Pnevmatika SportContact 7 je bila izdelana s tem v mislih. Športni avtomobili sedanosti in prihodnosti so tudi električni – ti so težji, imajo veliko konjskih moči in velik navor, kar našim inženirjem seveda predstavlja velik izziv.

Kaj počne Continental z vidika trajnosti?

Trajnost je del našega genskega zapisa. Nobeno podjetje ne more več poslovati, ne da bi razmišljalo, kako njegova dejanja in izdelki vplivajo na svet. Resnično skušamo biti proaktivni in rezultat tega je naša pnevmatika Conti GreenConcept, ki smo jo predstavili na letošnjem sejmu IAA v Münchnu. Cilj je minimirati potrošnjo virov skozi celotno verigo. Več kot 50 % surovin za pnevmatiko Conti GreenConcept prihaja iz obnovljivih virov ali reciklaže. To je pomemben korak v sklopu našega cilja, da bi do leta 2050 v celoti prešli na uporabo trajnostnih surovin. Ostale stvari, ki jih je vredno omeniti, so: 1) naš projekt Taraxagum,



Nico Rosberg, Continentalov novi ambasador

kjer smo že predstavili našo prvo pnevmatiko serijske proizvodnje iz regratovega kavčuka, 2) da bomo v proizvodnji pnevmatik že leta 2022 lahko uporabljali material, pridobljen iz recikliranih plastenk PET, in 3) naše podjetje je postalo ustanovitveni partner v dirkalni seriji terenskih električnih vozil Extreme E. Ta nova oblika dirkalnega športa ponuja priložnost, da prikazemo, kako dobro se naše ultra zmogljive pnevmatike obnesejo v ekstremnih pogojih. Pri tem projektu se nam je pridružil tudi nekdanji prvak Formule 1 Nico Rosberg, naš novi ambasador blagovne znamke in trajnostni podjetnik.



Regratov kavčuk, pravite?

Pri Continentalu smo cvetoči plevel sprejeli kot ključni sestavni del v prihodnosti pnevmatik. Ne uporabljamo kateregakoli regrata, ampak točno določeno vrsto. Določen ruski regrat je edini, ki se lahko uporablja kot alternativni vir v proizvodnji naravnega kavčuka.

Na kateri stopnji razvoja so te pnevmatike in ali se bomo z njimi lahko že kmalu vozili?

Pravzaprav se že lahko! Naša kolesarska pnevmatika Urban Taraxagum, ki je naprodaj od leta 2019, je prva serijsko izdelana pnevmatika iz regratovega kavčuka, ki združuje lokalno proizvodnjo in minimalne prevozne razdalje v

dobavni verigi. Od leta 2011 smo v proizvodnjo, raziskave in razvoj ter delovna mesta vložili več kot 2 milijardi evrov. Po našem mnenju je ta ruski regrat pomembna alternativa in dopolnitev tradicionalnemu naravnemu kavčuku iz brazilskega kavčukovca (hevea brasiliensis), saj bomo z njim lahko izpolnili rastoče povpraševanje na način, ki bo zanesljiv ter v sozvočju z okoljem. Seveda smo že izdelali kar nekaj omejenih serij avtomobilskih in tovornih pnevmatik, zdaj pa proučujemo načine za njihovo širokoserijsko proizvodnjo.

V jugovzhodni Evropi ima Continental eno od izpostav tudi v Sloveniji, in sicer v Mariboru, od koder vodite prodajo za 9 različnih tržišč: Albanijo, Bolgarijo, Bosno in Hercegovino, Črno Goro, Hrvaško, Kosovo, Severno Makedonijo, Slovenijo in Srbijo. So med naštetimi trgi kakšne razlike in zakaj sta na primer Slovenija ali Hrvaška posebni?

Continental Jugovzhodna Evropa (Southeast Europe) ima tri glavne lokacije; poleg Maribora še mesti Budaörs (Madžarska) in Timisoara (Romunija). Sedaj smo velika, konsolidirana regionalna organizacija, ki pokriva 11 držav s približno 60 milijoni prebivalcev. Ko smo prestrukturirali našo prisotnost na teh trgih, je bil eden od naših

najpomembnejših ciljev, da bi našim strankam ponudili še boljše storitve. Želimo biti tudi blizu partnerjem, da bi lahko razumeli njihove – vaše – potrebe. Osredotočamo se na to, da našemu skupnemu poslu prinašamo dodano vrednost in seveda ponujamo najboljše možne produkte za končne uporabnike. Ko govorimo o raznolikosti regije, je jasno, da je to zelo nehomogeno ozemlje. Ne le z vidika jezikov, denarnih valut in političnega statusa (članice in nečlanice EU), marveč tudi z vidika razvoja trga pnevmatik. Na nekaterih od teh trgov še vedno beležimo rast prepoznavnosti, na nekaterih drugih – na primer v Sloveniji in na Hrvaškem – pa je naš glavni fokus uporabiti resnično visoko raven poznavanja blagovne znamke, da bi okrepili zvestobo kupcev. Številnim tukajšnjim prebivalcem imeti pnevmatike Continental že sedaj pomeni precej več kot le imeti nekaj nameščeno na platiščih avtomobila. Ni jih treba prepričevati; sami pridejo v prodajalno z močno željo, da bi kupili te pnevmatike. Mislim, da to zelo zgovorno priča o kakovosti dela, ki ga opravljamo kot podjetje.

In nazadnje, ker je zima že pred vrati, nam lahko poveste, ali obstaja celoletna pnevmatika, ki bi bila lahko tako dobra kot povprečna zimska pnevmatika?

Segment celoletnih pnevmatik v našem podjetju beleži najhitrejšo rast, saj te pnevmatike nudijo številne prednosti tistim, ki želijo neko vsestransko, univerzalno rešitev. So odlična izbira za mnoge, na primer za tiste, ki vozijo po mestih, ki svoj avtomobil le poredko uporabljajo, ali ki živijo v krajih z zmernim vremenom. K temu pa naj dodam, da je naša pnevmatika AllSeasonContact resnično impresiven izdelek, ki je doslej že zmagal na več testih in dokazal, da je več kot konkurenčen tudi prenekateri pnevmatiki, izdelani posebej za zimski čas. Tako kot stalno posodabljam svojo asortiment pnevmatik, bomo kmalu predstavili tudi našo novo celoletno pnevmatiko. #





Lahko se počutite varnejši!

Po čem se razlikujejo ljudje, ki so postali žrtve prevar pri spletnem nakupovanju, od tistih, ki se s to obliko spletnega kriminala še niso srečali? Samo trenutek neprevidnosti ali premajhno poznavanje?

Problematike varnosti spletnega nakupovanja ni mogoče obravnavati z vidika ene same stroke, psihologije ali informatike in računalništva. Da (še) nismo postali žrtve, je skoraj zagotovo tudi zasluga faktorja sreče. Od udobja in odličnih ponudb, ki prihajajo iz drugih držav, dostave izdelkov drugi ali tretji dan od nakupa nas loči



Računalnik, s katerim kupujete po spletu, mora imeti vse nadgradnje programske opreme, zlasti antivirusne programe.

nekaj osnovnih korakov samokontrole, ki bi jih morali, preden se lotimo spletnega nakupovanja, vsi obvladati. Obseg digitalnih goljufij je izjemen. Bistveno je, da spremljate finančne transakcije, ki ste jih opravili s karticami. Ime prodajalca v evidenci transakcije se lahko razlikuje od imena prodajalca na internetu. Ko gre za mamljive ponudbe, ki se pojavijo na spletu ali smo jih prejeli po e-pošti, je treba biti previden. Ne rečemo brez razloga: »If it sounds too good to be true, it probably is« (Če se sliši predobro, da bi bilo res, to verjetno drži). Vsekakor obstaja neželena pošta ali »lažna pošta«, ki na videz ponuja povezave do preverjenih in zanesljivih spletnih strani prodajalca, a v resnici skriva prevaro. Raziskav o vzrokih spletnih prevar je zelo malo, ker je težko statistično in natančno prikazati, kako je do prevar prišlo. Statistični podatki pravijo, da je bil trend rasti obsega transakcijskih goljufij v letu 2020 nižji za 2,3 odstotka, medtem ko so leta 2019 zabeležili rast v višini 2,6 odstotka. Vseeno je rast transakcijskih goljufij po njihovi vrednosti v letu 2020 višja za 4,4 odstotka. Zneske merimo v milijardah. Po pričakovanju se kupuje blago večje vrednosti, kar s seboj prinaša dodatne izzive.

Trije koraki spletnega nakupovanja

Kako je pri spletnem nakupovanju potreben multidisciplinaren pristop, najbolje opisuje naslednji stavek. Previden spletni kupec začne nakup s tremi besedami: STOP, RAZMIŠLJANJE IN POVEŽAVA. V prenesenem pomenu bi to bilo: USTAVITE SE in sprejmite previdnostne in varnostne ukrepe za delo na osebnem računalniku, RAZMIŠLJAJTE o posledicah svojih dejanj ob prisotnosti in izmenjavi zaupnih informacij na internetu, s spletom se POVEŽITE z domačega omrežja in uživajte v prednostih sodobnih tehnologij, ki omogočajo spletno nakupovanje v miru in tišini vašega doma.

DA **Nakupujte pri preverjenih trgovcih.**

Uporabite blagovne znamke in trgovine, ki jih poznate ali ste jih že uporabljali, in preverite, kako so prodajalci, pri katerih kupujete, ocenjeni na spletnih mestih, kot sta Amazon in eBay.

Preverite možnosti plačila.

Preden pošljete podatke svoje kreditne kartice za daljša naročila oz. naročnine, preverite, kako lahko to storitev prekinete.

Številni trgovci ponujajo hranjenje podatkov o kartici.

Dobro premislite, preden pristanete na hranjenje podatkov o vaši kreditni kartici pri trgovcu, in se pozanimajte o rizičnosti take odločitve.

Uporabljajte kreditne kartice pri spletnih nakupih.

Večina kreditnih kartic ima dobro politiko zaščite kupca. Če niste prejeli tega, kar ste naročili, vam bodo verjetno povrnil denar.

Preverite, ali je prenos podatkov ustrezno zaščiten.

Preverite, ali je prikazana ključavnica, in uporabljajte varne povezave HTTPS in SSL-protokol.

Shranite vse dokumente o nakupu.

Mogoče jih boste potrebovali, da dokažete plačilo in podrobnosti nakupa.

NE **Če ne kupujete proizvoda ali storitve, nikoli ne posredujte podatka o svoji kreditni kartici.**

Ko kupujete prek spleta od druge osebe, ji nikoli ne pošiljajte denarja vnaprej.

Če je mogoče, se dogovorite, da najprej prejmete izdelek oz. ga plačate ob prevzemu.

Ne pošiljajte denarja nekomu, ki ga ne poznate.

Če vas nekdo na spletu prosi za denar, razmislite, ali bi isto vrednost denarja dali nekomu, ki vas ustavi na ulici.

Nikoli nikomur ne pošiljajte številke kreditne kartice ali PIN-številke po elektronski pošti.

Izogibajte se spletnim nakupom v trgovinah, ki ne uporabljajo popolne avtorizacije (npr. Verified by Visa / MasterCard Secure Code).

Nikoli ne pošiljajte podatkov o kartici v nekritirani elektronski pošti.

Nekatere spletne trgovine izven Evrope želijo, da jim pošljete kopijo kartice ali osebnega dokumenta za jамstvo.

Kako preveriti vse potrebno za uresničevanje varnega spletnega nakupa?



Ugotovite podrobnosti, s kom boste poslovali, kdo je na drugi strani in kako zanesljiv je – pomembno je preverjanje referenc. Dobro raziščite! Odločite

se, kaj natančno boste kupili – izdelek primerjajte z enakim pri drugem prodajalcu. Razlike v specifikacijah kažejo na morebitne nepravilnosti. Obiščite izvirne strani proizvajalca (obvezno preverite varnost komunikacije // https: protokol v brskalniku). Ugotovite, koliko bo izdelek stal z dostavo, saj se cene lahko zelo razlikujejo. Najpomembneje je preveriti načine in pogoje varnega plačila (verified by Visa/MasterCard, Secure Code ...). Skrbno preberite pogoje poslovanja in načina dostave ter vračila izdelkov. Hranite dokazila o kupljenem izdelku in izvršeni transakciji.

Upošteвайте nekaj osnovnih pravil in uživajte v nakupovanju iz svojega toplega doma.

Bolje lastni 'hot spot' kot odprta mreža

Spletni nakup izdelkov z višjo vrednostjo zahteva dodaten čas in potrpljenje, česar kupcem pogosto primanjkuje. Konkurenca je postala močna in preveriti je treba osnovne podrobnosti vsakega spletnega nakupa. Poleg tega je do spletnega nakupovanja idealno dostopati z vzdrževanim (zaščitenim) računalnikom iz zanesljivega domačega omrežja.

Tudi mobilna naprava kot točka za skupno rabo omrežja (hot spot) je boljša možnost kot vsako javno »nezaščiten« omrežje. Na javnem omrežju enostavno ne trgujte. Varnostni pregled v ločenem okviru se sliši preprosto, a »tektonski premik«, ki je prodajalce zaradi pandemije prisilil, da so svoje poslovanje v nekaj mesecih preselili na internet, je pustil prostor tudi za kibernetški kriminal. Medtem ko se trgovci na drobno borijo za konkurenčno prednost,

nekateri od njih pa odkrivajo in izboljšujejo modele najboljšega nakupa »best buy«, trpi varnost njihovega spletnega poslovanja in s tem tudi varnost naših zaupnih podatkov. Da pa bodo zaupni podatki ostali znani samo nam in stanje na osebni računalnik, kakor smo načrtovali, je treba upoštevati osnovna pravila spletnega nakupovanja. Priložena infografika prikazuje dvanajst zlatih Europolovih pravil za varno spletno nakupovanje. #

CYBER SECURITY





Kaj bo dan kasneje? Kriza ali priložnost?



Delo od doma ima prednosti, a tudi slabosti. Starši predšolskih otrok morajo biti pravi mojstri organizacije.

Prevzema nas strah, pa tudi upanje. Korona nam je odvzela stare priložnosti, a nam tudi odprla oči, zato neizogibno nastajajo številne nove. Težave so vedno bile in bodo še v prihodnje, le od zdaj naprej bodo drugačne. Kako to ozavestiti in zgraditi osebno ter profesionalno odpornost v obdobju po koroni?

Čprav nestrpnost pričakujemo čas, ki ga bomo imenovali postpandemija, se moramo zavedati, da bodo deli naše družbe ostali trajno spremenjeni, vendar to ne pomeni nujno na slabše. Namesto tega bodo življenje po pandemiji zaznamovale spremembe v načinu

poslovanja, druženja in preživljanja prostega časa. Posamezniki in podjetja, ki namesto krize vidijo priložnosti, bodo odprli vrata novim izzivom in jih spremenili v poslovne ter osebne zmage. Ne glede na smer razvoja smo prepričani v eno – svet po letu 2020 ne bo enak, na nas pa je, da v njem vidimo krizo ali – priložnost.



V novih okoliščinah bo zakonodaja morala predpisati nekatere spremembe.

Pisarna, kakršne (ne) poznamo

Zadnjih nekaj let so delovna mesta spreminjali iz posameznih pisarn v odprte pisarniške prostore in vse mogoče vmesne različice. Z virusom, ki tava po pisarnah po vsem svetu, se bo ta usmeritev verjetno popolnoma spremenila. Z novoodkritimi izkušnjami v domači pisarni za velik del

zaposlenih v pisarnah sploh ni težko opaziti trenda spodbujanja dela od doma na obeh straneh poslovnega odnosa. Po prvih mesecih navajanja na delo od doma se kaže trend povečevanja produktivnosti z naslednjimi spremembami, ki jih je posredno povzročil koronavirus:

- manj kratkih sestankov med delovnim dnevom,

- manjše potrebe po prevozu, kar pušča več časa za delo in na koncu omogoča doseganje boljšega ravnovesja med zasebnim in poslovnim življenjem,
- uporaba in razvoj novih učinkovitejših komunikacijskih orodij, ki bodo premostila fizično razdaljo ob ohranjanju enake ravni informiranosti in sodelovanja.

Več dela od doma = manj nepremičnin, potrebnih za opravljanje dejavnosti

Z vse večjim deležem zaposlenih, ki bodo delali od doma, se zmanjšujejo sredstva, običajno namenjena za najem, gradnjo in vzdrževanje poslovnih nepremičnin. Takšne razmere bodo močno pritiskale na cene nepremičnin v mestnih središčih, ob tem bo prisoten tudi trend uporabe manjših in bolj zaprtih pisarn ter opuščanje tistih, ki so po videzu in funkcionalnosti odprti prostor (open space). Raziskave kažejo, da podjetja, kjer zaposleni

redno delajo na daljavo, prihranijo do 70 odstotkov sredstev, namenjenih za vzdrževanje in plačevanje pisarniških prostorov. Ne glede na navedene prednosti dela od doma je fleksibilnost beseda prihodnosti. Pisarne, družjenja v pisarni in pisarniškega dela z nekaterih vidikov ni mogoče nadomestiti z dnevno ali delovno sobo posameznika, zato bo možnost prilagodljivega dela obvezna postavka vsakega zaželenega delodajalca.

Kombinacija nekaj delovnih dni od doma in nekaj pisarniških, kar ustreza pogojem po pandemiji, bo koristna tako za zaposlene kot delodajalce po vsem svetu.

Spremembe zakonodaje

Kaos, do katerega je prišlo v tednih neposredno po tem, ko so se številne države »zaklenile« (lockdown), je najbolje pokazal, da podjetja niso bila pripravljena na mesece nedelovnih dni. Uporaba namiznih računalnikov namesto prenosnih, pomanjkanje pripravljene programske opreme za



Kombiniranje nekaj delovnih dni od doma in nekaj iz pisarne bi lahko koristilo tako delodajalcem kot zaposlenim.





Pandemija je zmanjšala intenzivnost dnevnega prometa vsaj za tretjino.

delo na daljavo ali povezav VPN so ohromili poslovanje velikega števila podjetij. Še preden se je kriza končala, so številne države že začele z raziskavami, kaj in kako je mogoče bolje pripraviti, pa tudi, katere zakone je treba spremeniti, da se podobne razmere ne bi ponovile. Za zaključek je treba opozoriti na tri obvezne elemente vseh današnjih podjetij:

- uporaba prenosnih računalnikov namesto namiznih za vse zaposlene,
- dostop do dokumentacije v oblaku, potrebne za delo na daljavo,
- priprava natančnih pravnih podlag, ki urejajo delo od doma, in vseh drugih zakonov, ki se nanašajo na delo na daljavo ali možnost zaprtja podjetja za določen (ali nedoločen) čas.

Zakonodaja se ne bo spremenila samo za pisarniške delavce, ampak tudi veliko širše – razširila se je s področja distribucije (zlasti medicinske opreme) do pogodb o zaposlitvi medicinskih delavcev in mnogih drugih.

Manj običajnih, več digitalnih potovanj

Trend, ki je vplival na vse zasebne in poslovne razsežnosti našega življenja, je bila zmanjšana uporaba javnega prevoza kakor tudi osebnih avtomobilov. Podatki organov na Norveškem in Danskem za večja mesta, kot so København, Oslo

in Bergen (vsa so preprejena s točkami za cestninjenje, po katerih se ta statistika lahko spremlja), kažejo na 37–45-odstotni padec avtomobilskega prometa v aprilu in maju 2020. Delo od doma bo zagotovo dolgoročno pomembno vplivalo na zmanjšano potrebo po uporabi javnega prevoza, pa

tudi prometa v širšem smislu. Če podjetja zadržijo več svojih delavcev v domači pisarni ali kakšni lokalizirani rešitvi (na primer coworking prostoru), bo ostalo dovolj sredstev, ki jih bodo vlade lahko porabile za krepitev drugih delov družbe. Potreba po hitrih in zmogljivih komunikacijskih povezavah je eksplodirala ravno takrat, ko smo prišli v obdobje mobilnega omrežja 5G. Pričakujte, da bodo ponudniki telekomunikacijskih storitev zelo hitro zagotovili pokritost s signalom 5G, ponudniki elektronske opreme pa z novo opremo, ki bo te storitve podpirala. Ta trend bo vplival tudi na področje komunikacijskih »startup« podjetij in ponudnikov storitev, da bodo razvili rešitve, ki bodo zadovoljile vse naše potrebe po hitri komunikaciji.

Kdo je bil vodilni pri digitalizaciji? Covid-19

Koronavirus je organizacije in zaposlene dobesedno prisilil, da so poiskali optimalna orodja



Čeprav je trend digitalizacije že tako ali tako izrazit, je covid-19 vse procese še pospešil.



Lokalizacija globalnih dobavnih verig odpira nova vrata za številne poslovne subjekte.

za sodelovanje, da bi ohranili produktivnost, tudi če so fizično ločeni. Trend razvoja programske opreme za timsko delo glede na trenutno stanje ni presenetljiv, zagotovo pa se bo prelil v vse vrste omrežnih programskih rešitev, kot so orodja za skupno rabo datotek (Dropbox, Onedrive, Drive, Box ...) in številna druga. Večja podjetja se bodo osredotočila na razvoj lastnih rešitev SaaS. Programska oprema kot storitev (Software as a Service – SaaS) bo prilagojena njihovim individualnim potrebam. Zaradi tega se bodo povečale potrebe po:

- UX/UI-programerjih, razvijalcih, produktnih menedžerjih, pa tudi po vseh drugih virih, potrebnih za izgradnjo notranjih ali javno dostopnih rešitev SaaS,
- lokalnih rešitvah za strežnike in shranjevanje podatkov: številne možnosti gradnje rešitev SaaS, prilagojene zelo specifičnemu trgu,

kot je računovodska programska oprema za avtomatizacijo in podobno.

Velika vrnitev k lokalnim proizvodom – iz globalizacije v lokalizacijo

Svetovno gospodarstvo z velikimi oskrbovalnimi verigami, katerih podružnice gredo v najbolj skrite dele sveta, je eden poglavitnih razlogov, zakaj se je covid-19 tako hitro razširil v vse države. Del izdelka, ki čaka na dostavo končnemu kupcu, prihaja z enega konca sveta, da ga sestavimo z

drugimi deli z drugega konca sveta, in končno postane končni izdelek šele na tretjem koncu. Posledično se dogaja lokalizacija globalnih dobavnih verig, ki bodo spodbujale vrnitev tovarn, zlasti v Evropo in Severno Ameriko. Vse blago, proizvedeno ceneje v Aziji, se bo preselilo v domicilno proizvodnjo, povečanje zalog v skladiščih pa bo postalo pravilo.

Usmerjenost k samooskrbi pri proizvodnji hrane bo postajala vse pomembnejša, in sicer s poudarkom na tehnologiji v skladu z vizijo držav, ki svojo prehrano zagotavljajo iz lastne pridelave. Tudi najmanjše kmetije, ki zaradi premajhne učinkovitosti na svetovnem trgu ne proizvajajo več, bodo spet postale trajnostne.

Priložnosti, ki jih ne smemo spregledati:

- velika vrnitev malih in lokalnih kmetij;
- posebno pozornost bodo posvetili tehnologiji na področju kmetijstva. Novi val bo usmerjen k potrošniški kmetiji v lasti malih kmetov;
- obrt se bo vrnila „v modo“;
- skladiščenje in vse povezane procese bodo podrobno analizirali in optimizirali. Izdelani polizdelki in sestavni deli bodo med čakanjem na predelavo v novolokaliziranih tovarnah potrebovali prostor za shranjevanje.

Spletne trgovine in dostava od vrat do vrat bodo spremenile naše ustaljene navade in zmanjšale število klasičnih trgovin.



Šest priložnosti v obdobju po koronski krizi

Ne glede na smer razvoja smo prepričani v eno – svet po letu 2020 ne bo enak, na nas pa je, da to vzamemo kot krizo ali – priložnost.



1. Avtonomna vozila niso nov trend, vendar bodo njihov razvoj v prihodnjih letih zagotovo pospešili. Podjetja, kot so Tesla, SpaceX, Embraer in Uber, vključno z Googlom in Applom, si močno prizadevajo, da bi prve različice prišle na trg.
2. Nove in naprednejše rešitve SaaS, ki povezujejo podjetje in oddaljenega zaposlenega, kot so Slack, Microsoft in Google, bodo s številnimi manjšimi rešitvami oblikovale prihodnost poslovnega sodelovanja in podjetja preoblikovala v bolj virtualne kot fizične strukture.
3. Lokalno sodelovanje: želja po druženju in interakciji je naravna človekova potreba. Z bolj oddaljenimi zaposlenimi se bo povečala potreba po prilagodljivih, lokalnih rešitvah v obliki „coworking“ pisarn.
4. Rojstvo navideznega podjetja: delo v mednarodnem podjetju bo postalo norma. Ljudje, ki imajo skupne interese, se bodo združevali v navideznih podjetjih, ki bodo usmerjena v reševanje zgolj enega jasno definirane problema. Če ste v vlogi delodajalca, se pripravite tudi na virtualno iskanje novih kandidatov – ti so lahko kjerkoli na svetu in bodo kljub temu za vas lahko dolgoročno delali.
5. Osebna zaščitna oprema: povpraševanje po osebni zaščitni opremi (od mask do rokavic, vizirjev in druge zaščitne opreme) še nikoli ni bilo večje.
6. Elektronsko poslovanje v vseh segmentih: koronavirus je znatno povečal število spletnih nakupov, kar zagotovo odpira možnosti za različne specializirane spletne trgovine. Ciljna skupina – ves svet! #



Naša soseščina – uradno najljubeznivejša občina v Sloveniji

Le nekaj minut od upravne stavbe in velikega skladišča Bartoga leži Mirna Peč, idilično naselje, ki s svojo bogato ponudbo presega vsa pričakovanja in je zaradi več razlogov popoln izletniški cilj – zato se po koncu delovnika poskusite odpraviti tja.



Včasih kljub zdravim očem v svoji soseščini ne vidimo tistega, o čemer lahko številni samo sanjajo. Lani je Mirno Peč zaradi izjemnega Muzeja Lojzeta Slaka in Toneta Pavčka obiskalo 20.000 ljudi. A kje je še vse drugo, kar občina ponuja ... Harmonika, ki je Lojzeta Slaka proslavila po vsem svetu, vas morda sprva ne bo pritegnila, a muzejska zgodba nikogar ne bo pustila ravnodušnega. Sploh ne kot uvertura v čarovnijo Mirne Peč.



Lojze Slak ni brez razloga postal eden najbolj prodajanih slovenskih glasbenih izvajalcev z milijonskimi nakladami gramofonskih plošč. Je glasbenik, ki je s harmoniko navdušil celoten festival Rok Otočec, "stresel" Ameriko in Kanado ter poslušalcem ob tem spravljal solze v oči. Najzanimivejše od vsega je dejstvo, da je začel igrati brez formalne glasbene izobrazbe. Samo harmoniko je vzel s police ter s čistim navdihom in instinktom našel pravo melodijo.

Zlitje korporacij in lokalne lepote

Vsekakor ne spreglejte tega sodobnega interaktivnega muzeja v središču Mirne Peči, kjer lahko sami preizkusite inštrumente, se posnamete in svoj posnetek pošljete domov po e-pošti. O Lojzetu Slaku je skoraj prepovedano govoriti, ne da bi omenili prijatelja in pesnika Toneta Pavčka, ki je za svoje delo prejel številne nagrade in je postal prvi častni občan Mirne Peči. Usoda je hotela, da sta nas oba zapustila istega leta 2011 ter za sabo pustila veliko dediščino in nagrado za vse, ki se vsaj za trenutek znajdejo v Mirni Peči. Zgodba o Mirni Peči kot dolenskem biseru se začne pred muzejem, vendar se tam ne konča, zato se po kratkem sprehodu povsem upravičeno vprašamo: kakšna je tukajšnja vrednost nepremičnin – še zlasti potem, ko ujamete lahkoten ritem kraja z domačim vzdušjem, ki nas spočije in sprosti. Ali po okusnem kosilu v gostilnah Cesar



Na glavni ulici skozi Mirno Peč lahko najdete vse, od muzeja in knjižnice na prostem do restavracije in ambulante.



PODJETJA, KI V CONI ŽE DELUJEJO:

- ✦ Bartog, d. o. o.
- ✦ Cecom, d. o. o.
- ✦ As Domžale, d. o. o.
- ✦ Group Renault Nissan – Izobraževalni center Adriatic
- ✦ ZOMI, d. o. o.
- ✦ Strešniki Golob, d. o. o.
- ✦ Transport Kumelj, d. o. o.

Podjetja, ki v Mirno Peč še pridejo:

- ✦ Brinox, d. o. o.
- ✦ Akrapovič, d. d.
- ✦ Transport Kumelj, d. o. o.
- ✦ Ambi Metalplast, d. o. o.

Že v izgradnji:

- ✦ Vinet, d. o. o.

ali Špoljar, kjer zadovoljijo tudi najbolj zahtevne brbončice. Pitje kave na njihovi terasi bo upočasnilo bioritem obiskovalcev, tudi če so prispeli iz živahnih poslovnih con Mirne Peči, kjer so za priznana podjetja, ki tam želijo graditi in poslovati, pripravili čakalni seznam. V tej coni je tudi podjetje Bartog, del skupine Tokić, ki je s skoraj 300 zaposlenimi in približno 50.000 kvadratnimi metri površine največji gost slikovite občine.

Čas je vreden več in traja dlje

Zaradi infrastrukture in geografske lege je po koncu delovnega dne čas na Dolenskem zaradi njene odprtosti in dostopnosti vreden več. Pot od Bartoga do Mirne Peči namreč prevozimo hitreje kakor v Ljubljani ali Zagrebu najdemo parkirišče. Poleg tega podjetje Bartog stoji ravno na pol poti (10 km) med večjima Trebnjem in Novim mestom, tako da je od omenjenih središč oddaljeno le pol Lojzetove pesmi.

Da je čas v Mirni Peči resnično

Moderna osnovna šola in športna dvorana služita lokalni skupnosti.



Ko si v Mirni Peči

VOŽNJA S KOČIJO

Kočija Viktorija je namenjena za poročna slavlja in različne slavnostne protokole, zapravljiček Wagonetta pa za turistične vožnje, izlete, birme, rojstne dneve ...



Poleg moderne poslovne cone kot ogledala napredka so tu tudi tradicionalne hiše, ki prikazujejo, kako se je tu živelo nekoč.



VILLA ARTEMIDA

Zavod Villa Artemida je zasebna ustanova za terapije, svetovanje, vzgojo in izobraževanje, ki so jo ustanovili z namenom povezovanja otrok, odraslih, narave in živali. Osredotočeni so na delo z otroki s predpostavko, da se igra in druženje nikoli ne končata.



KONEC TEDNA V VINOGRADNIŠKI HIŠICI SLAK – PAVČEK

Preživite konec tedna v slikoviti naravi ob domačih okusih in bogati kulturni dediščini.

V muzeju Lojzeta Slaka in Toneta Pavčka je zagotovljena zabava s pomočjo interaktivnih vsebin. Lahko tudi zapojete in se posnamete.



V DEŽELI LOJZETA SLAKA IN DIATONIČNE HARMONIKE

Razen obiska muzeja in središča naselja vas povabijo tudi na martinovanje v deželi sonca, grozdja, vina in dobrih ljudi.



Zgodovinski viri prvič omenjajo Mirno Peč leta 1135, kot prafaro pa leta 1228. V srednjem veku so cerkev utrdili v tabor, imela je tudi svojo orožarno, ki ji Turki niso prizanesli. Leta 1910 je vojvodinja Mecklenburška izkopala turške podkve na travniku pred cerkvijo, kjer naj bi bil turški tabor. Na tem območju so sedaj zgradili veliko poslovno cono.



POT SLAKOVE IN PAVČKOVE MLADOSTI

Po 12-kilometrski pešpoti se boste z umirjenim korakom sprehajali okoli tri ure. Pot se začne pred kulturnim centrom v Mirni Peči, nadaljuje se mimo spomenika NOB, rojstnega kraja Ludvika Stariča, ob stari šoli proti Češnjicam.



ŽUPNIJSKA CERKEV SV. KANCIJANA

Prva omemba župnije in kraja sega v čas okoli leta 1135, cerkev sv. Kancijana pa v listinah nastopi leta 1433. Arhitekt je novo cerkev zasnoval kot enostavno enoladijsko dvorano s poligonalno zaprtim prezbitერიem. Novogotski slog cerkve se najlepše odraža na severnem vhodnem pročelju, ki ga krasi stopnjevani portal z reliefno okrašeno luneto, ki predstavlja Kristusa na prestolu, obdanega s simboli evangelistov.



BLAGOSLOV MOTORISTOV

V Mirni Peči že več kot dvajset let na vsak velikonočni ponedeljek poteka blagoslov motorjev in motoristov. Tam se zbere tudi do 15.000 motoristov, v letih 2020 in 2021 pa je zaradi epidemije potekal prek spleta.

Na velikonočni ponedeljek postane Mirna Peč slovensko središče motoristov.



Če postanete lačni, lahko računate na okrepčilo za vas in vaš električni avto – Mirna Peč ima namreč tudi hitro polnilnico.

vreden več in traja dlje, spoznavajo tudi mladi poslovneži, zaradi katerih število prebivalcev občine nenehno narašča. Pred približno petimi leti se je občina povečala s približno 2.000 na več kot 3.000 prebivalcev. Nova šola sprejme približno 400 otrok, lokalni vrtec pa je polno zaseden. Videti otroke, ki z oznakami v skladu z načeli prometne varnosti v koloni prečkajo cesto, človeka resnično navduši za življenje v manjših naseljih.

Še posebej, ko v naslednjih 500 metrih poti vidite knjižnico na prostem, hitro polnilnico za električna vozila, športna igrišča, telovadnico na prostem, cvetličarno ... Morda je najpomembnejše, da so staro šolo popolnoma obnovili in spremenili v zdravstveni dom z ordinacijo splošne prakse in zobozdravstveno ambulanto. Nenazadnje so v Mirni Peči oktobra 2020 ob zaključku akcije "Turistična patrolja" dnevnega časopisa Novice Svet 24 dobili priznanje "Turistom najprijaznejša občina v Sloveniji" – kar že samo zase dovolj pove. Mirna Peč je pravi kraj tako za visoko kakovost življenja kot za dober posel. #

Vinske ceste

- 📍 **TURISTIČNA ZIDANICA SMERKE, GOLOBINJEK (NAJEM), ZIDANIŠKI TURIZEM SMERKE (FB STRAN)**
- 📍 **ZIDANICA BERUS**
- 📍 **ZIDANICA NAJA**

Zgodovina in ime Mirne Peči

Nenavadno ime Mirna Peč najverjetneje izhaja iz nemške različice imena "Hönigstein" – medna peč, iz katere se je razvilo današnje poimenovanje. Nemško ime naj bi se nanašalo na medeno barvo skalovja v Zijalu, izviru reke Temenice, severno od naselja.

Naravne znamenitosti

- 📍 **JAMA ASTINA**
- 📍 **BRAYERJEVA JAMA**
- 📍 **REKA TEMENICA**

Poleg naravnih lepot ste v Mirni Peči lahko tudi aktivni – peš ali na kolesu.



IZJAVA: ŽUPAN ANDREJ KASTELIC

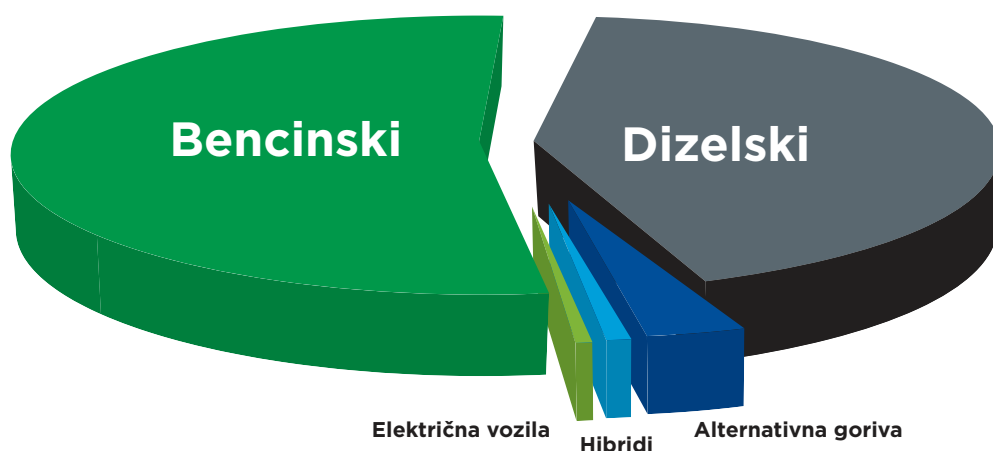
V naši lokalni skupnosti, v kateri do nedavnega ni bilo nobenega večjega poslovnega subjekta, smo se razveselili odločitve vsakega podjetja, ki je za svoje poslovno okolje izbralo našo občino. Bili ste eden tistih investitorjev, ki ste lokacijo pri nas prepoznali kot priložnost za nadaljnji razvoj. Še posebej smo veseli vašega hitrega odziva in prijaznega sprejema delegacije ministrstva za gospodarstvo z ministrom Zdravkom Počivalškom na čelu. V čast mi je, da imamo v našem okolju poslovneže, ki imajo posluš tudi za manjše lokalne skupnosti.

660 avtomobilov na 1.000 Slovencev

Povprečje Evropske unije je **628** osebnih avtomobilov na **1.000** prebivalcev, Luksemburg ima največ avtomobilov (**781** na **100** prebivalcev), medtem ko je najmanj avtomobilov v Latviji (**386**).

Število avtomobilov na 1.000 prebivalcev je okvirna statistika, ki med drugim kaže na razvoj države, vendar ne v polnem pomenu besede. Golo dejstvo je, da tudi večje število vozil oddaja večji delež CO₂ in drugih škodljivih izpušnih plinov, vendar ekonomsko gledano večje število vozil kaže tudi na to, da so denarnice teh prebivalcev bolj polne. Za Slovenijo je spodbudno, da se nahaja nad evropskim povprečjem, številka pa se še povečuje.

Skratka, naš vozni park je velik in še počasi, a zanesljivo raste. Delež bencinskih (52,9 %) in dizelskih motorjev (42,3 %) se je v manjši meri spremenil, narašča pa število avtomobilov na alternativna goriva, vključno z utekočinjenim naftnim plinom – leta 2019 je njihov delež znašal 3,4 odstotka, 0,8 odstotka je bilo vozil s hibridnim pogonom, 0,4 odstotka pa električno gnanih osebnih avtomobilov. To so povprečni podatki Evropske unije za leto 2019. #





ADVANCED — BY — TECH NOLOGY —



VREDESTEIN
TYRES





BARTOG



PRISOTNI SMO V 38 POSLOVALNICAH PO CELI SLOVENIJI

Vizija Bartoga je že od samega začetka biti med najbolj prisotnimi na trgu v državi in izven, zato je pred desetimi leti začel odpirati poslovalnice po celi Sloveniji. Tako danes posluje z osemintridesetimi poslovalnicami, razporejeno po vseh slovenskih regijah in s tem zagotavlja enakomerno pokrivanje celotne Slovenije. Z mrežo podružnic, ki imajo bogat asortiman s preko 300.000 artikli, lahko konkurira še tako zahtevnemu kupcu širom Slovenije. S svojo logistično službo zagotavlja nemoteno in ažurno dostavo blaga. Blago iz logističnega centra Mirna peč dnevno dostavlja z več kot

70 dostavnimi vozili. V odličnem sodelovanju z matičnim podjetjem Tokić d.o.o. podjetje zagotavlja dostavo tudi na področje Hrvaške in še v nekatere druge države. Tako sta upravni stavbi Bartog d.o.o. in Tokić d.o.o. integrirani v logistiko distribucijskih centrov na Hrvaškem in v Sloveniji, medsebojno sta oddaljeni dobrih 100 km, neposredna lokacija obeh ob avtocestni povezavi pa obema družbama daje prednost pri doseganju dobrih rezultatov poslovanja.