



**OB TEHNOLOGIJI BOMO
IZBIRALI PRIHODNOST**

MOBILNOST KJER SE INOVACIJA SREČUJE S TRADICIJO

PREBERITE, KAJ SO GLOBALNI STROKOVNJAKI ZA POPRODAJNI TRG REKLI O MIKRO - IN MEGATRENDIH V AVTOMOBILSKI INDUSTRIJI, PA TUDI, KAJ ČAKA AVTOMEHANIKE IN SERWISE V ČASU HITREGA TEHNOLOŠKEGA PREHODA



VODSTVO IN UPRAVLJANJE

Vedno moramo delovati kot ekipa,
ki ve, kaj želi doseči



BLAGOVNA ZNAMKA TQ

Blagovna znamka,
h kateri se kupci vračajo



OLJA MANNOL

Od nekdaj nad vsemi
pričakovanji



INDUSTRIJSKA CONA DOLENJA VAS

Sobivanje in sodelovanje z roko v roki

NAPREDNO —
S — TEH
NOLOGIJO —



VREDESTEIN
TYRES

MOTOCIKLISTIČNE PNEVMATIKE

Zelo specifičen izdelek. Z napačno izbiro lahko ogrozite sebe in druge udeležence v prometu.



MATEVŽ ŠUŠTARŠIČ

"Upam, da s svojim delom podjetju vračam, kar vlagajo vame!"

KOMUNIKACIJSKE VEŠČINE

Neverbalna komunikacija in govornica telesa - če to želite ali ne - izdajata vaše dejanske občutke.



BARTOGOVE POLNILNICE ZA ELEKTRIČNA VOZILA

Široka izbira polnilnih postaj ter tehnična podpora.

Razlog za pogum

Te uvodnike pišem že leta in nekako vedno iščem načine, kako se ozreti nazaj v čas, v katerem živimo. Nisem izbiral časa, v katerem bom pisal, a nekako se je v tem kratkem obdobju zgodilo marsikaj, česar se bodo spominjali še v poznejših stoletjih. V nas se je prebudilo tiho upanje, da se pandemija bliža koncu. Novice o naraščanju cen energentov in napovedi inflacije so kljub temu pritegnile oblake negotovosti, a pravi oblaki dvoma in strahu so prišli skupaj z novico o nezaželenem začetku napada na Ukrajino. To je odmevalo predvsem med ljudmi, ki so vojne travme težko prenesli in jih še danes močno čutijo.

Tudi skozi pandemsko krizo so nas ponesli veliki »mali« ljudje. Vojno, ki smo jo sami doživeli, pa tudi to vojno, ki se dogaja v Ukrajini, so na svoji koži občutili in prenašali veliki »mali« ljudje. Vsaka kriza, a zlasti vojna, izvabi iz vsakega človeka najslabše in najboljše. Z ene strani so to brezčutnost, agresija, sovraštvo, z druge pa pogum, upanje in solidarnost. Na lastni koži smo občutili, da te dobre strani pri človeku prevladajo in zmagojo, in to ob velikih žrtvah in odrekanju. Tudi v tej številki naše revije pišemo o velikih pobudah, kot je naša konferenca o prihodnosti mobilnosti, razvoju naše industrije, kako bo ta razvoj vplival na naše avtomobilitate, voznike, partnerje itd. Zbrali smo velika imena avtomobilske industrije iz vse Evrope in ta dogodek, kot so mnogi povedali, organizirali na edinstven, izviren način. V reviji so tudi teme o naših partnerjih, naših velikih »malih« zaposlenih in pogovor z velikim »malim« človekom Zlatkom Dalićem.

Poleg vsega tega menim, da je v teh časih najpomembnejše, da poudarimo našo solidarnost z vsemi velikimi »malimi« ljudmi dobre volje v Ukrajini, pa tudi v Rusiji in v vseh državah, kjer tako ali drugače trpijo. »Kritiki niso pomembni. Ni pomemben tisti, ki pokaže, da se je močan človek opotekel, ali sodi, kaj bi človek, ki ustvarja, lahko naredil bolje. Zasluge gredo tistemu, ki je dejansko v areni, čigar obraz je obarvan s prahom, znojem in krvjo; tistemu, ki se pogumno trudi; ki mu vedno znova spodleti; tistemu z velikim navdušenjem, z veliko predanostjo; ki se zavzema za dober razlog. Tistemu, ki – v najboljšem primeru – na koncu doživi zmagovalne velikih dosežkov in – v najslabšem primeru – čeprav doživi poraz ob poskusu uresničevanja velikih ciljev, da njegovo mesto nikoli ne bo pri tistih plahih dušah, ki niso poznale ne zmage ne poraza.« Teh nekaj stavkov Theodorja Roosevelta, v katere je strnil dolgo obdobje človeške zgodovine, ki so jo vedno pisali veliki »mali« ljudje, posvečam tem, istim, ki, v to sem prepričan, imajo »dober razlog«, da so pogumni, da verujejo in da so solidarni.

Ivan Gadže, predsednik uprave Skupine Tokić



T1 Meetup Nepozabnih 48 ur	4
T1 Meetup partnerji Dobavitelji in mobilnost	6
T1 Meetup konferenca Tehnologija in prihodnost	8
T1 Meetup megatrendi Analiza trendov	10
T1 Meetup aftermarket Prihodnost servisov	12
T1 Upravljanje in vodstvo Zlatko Dalić	14
Izobraževanje Katedra na IEDC Bled	16
Intervju Sašo Šimec, glavni izvršni direktor Bartoga	18
Asortiman Blagovna znamka TQ	22
Ponudba pnevmatik Motociklistične pnevmatike	24
Komunikacijske veščine Neverbalna komunikacija	26
Pnevmatike Vredestein	28
Vodenje po metodi Kaizen Čarobna tabla uspeha	30

Bartog in družba Podarili vespo, druženje za dan žena	31
Matevž Šuštaršič	32
Ponudba olja Mannol	34
Avto garaža Fiat 500	36
Moto Šport in glasba	38
Blagoslov motorjev	39
Mirna Peč	39
Transportna garaža Zanesljiv distributer	40
Bartogove polnilnice za el. vozila Polnilnice Hector	42
Bartogova servisna mreža BHS servis Avto Markelj	44
Poslovalnica Mirna Peč Najmanjša, a hkrati največja	46
Orodja in servisna oprema Dvigala in senzorji tlaka	48
Poslovanje Industrijska cona Dolenja vas	50
Zanimivosti	54



IMPRESSUM

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

UREDNIKI
Glavni urednik Marko Tomac,
namestnica glavnega urednika
Sabina Gosenca

IZVRŠNI UREDNIK
Matko Jović

KONTAKT
info@bartog.si

MARKETING
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, Hrvatska

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.



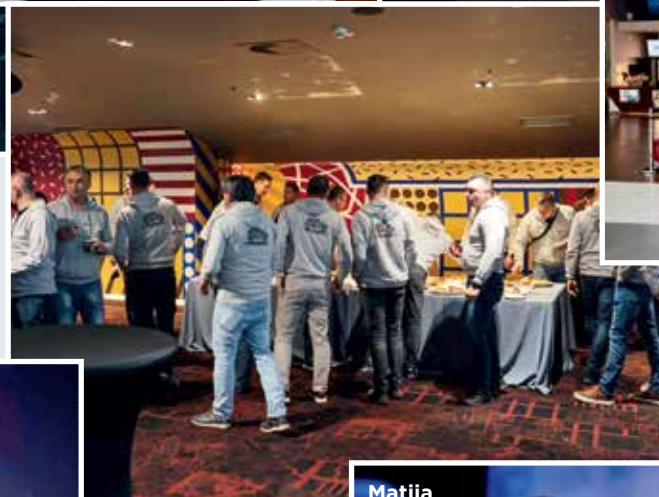
www.bartog.si

Nepozabr

T1 Meetup 2022 v organizaciji Skupine Tokić je na Tokiću in Bartogu, ter odprl poglavja, s katerimi se soočajo Konferenca je potekala z interaktivnim prenosom v petih dvoranh; prevajanjem in prenosom v živo. Na ta način so imeli vsi zaposleni možnost občutiti maksimalno prisotnost in izkušnjo »v živo« v Simon-Kucher & Partners, Bosch, Schaeffler, Clarios, TopMotive, Mahle,



12 globalnih strokovnjakov



Sašo Šimec i Elizabeta Cvetko, Bartog



Matija Kopic, Gideon

34 govorcev

njih 48 ur

edinstven način zbral vodilne svetovne strokovnjake, zaposlene v avtomobilska industrija, mobilnost, trgovci, serviserji in vozniki. treh na Hrvaškem in dveh v Sloveniji, pa tudi s simultanim in gostje, in sicer glede na takrat aktualne epidemiološke ukrepe, pogovorih z Rolandom Bergerjem ter predstavniki podjetij, kot so ATR, Martas, Combis, Giedon, HT, Microsoft, Toyota, Loklad...



Terry Knox,
CD Group

6 panelnih razprav



Ziya
Ozalp,
Martaş
Otomotiv



Ivica Tomljenović,
Tokić grupa



Ivan Šantorić,
član uprave
Skupine Tokić



Guillermo
Albaladejo,
generalni
direktor,
Toyota



Roland
Dilmetz,
Tokić grupa

5 svetovno vodilnih podjetij



Jose Carlos
Pires, Kaizen
Institut
Western
Europe



Goran
Car,
Combis

BOSCH

Stoletje žarilnih in 120 let vžigalnih svečk

Izum vžigalnih in žarilnih (grelnih) svečk je začetek uspešne dobe Boscha in dobe mobilnosti za človeštvo brez primere.



Že na začetkih avtomobilske industrije so prvi izumi Roberta Boscha tlakovali pot razvoju, a vsi poznejši in sodobni, kot sta ABS ali ESP, so ga naredili za največjega svetovnega inovatorja in gonilo varne mobilnosti. Začetek vsega pa je bil visokonapetostni magnetni vžig motorja skupaj s svečko, pa tudi izum žarilne svečke 20 let pozneje. Pri zgodnjih bencinskih motorjih so pogonsko zmes vžigali z žarečo žico oziroma konico, kjer je lahko hitro prišlo do požara, akumulator pa se je izpraznil že po nekaj deset kilometrih. Zato je izum visokonapetostnega magnetnega vžiga oziroma vžigalnega magneta leta 1902 odprl uspešno Boschevo poglavje. Takratne svečke niso zdržale visoke napetosti magnetnega vžigalnika, zato je Gottlob Honold, Boschev vodja razvoja, razvil novo, bolj zdržljivo svečko. Nov vžigalnik

in sistem svečk, povezanih z visokonapetostnimi kabli, je bilo mogoče vgraditi v vsa vozila tistega časa. Zasnovali so nabor izdelkov, ki je v prihodnjih desetletjih mobilnost spodbudil in pospešil.

V zadnjih 120 letih so pri Boschu razvili več kot 20.000 različnih vrst



vžigalnih svečk in izdelali več kot 14 milijard svečk, medtem ko njegovi inženirji v tesnem sodelovanju s proizvajalci motornih vozil nenehno izboljšujejo in razvijajo nove vrste vžigalnih svečk.

V času izuma grelne svečke so dizelske motorje uporabljali le kot stacionarne agregate, Robert Bosch pa je opozoril, da je njihov visok izkoristek predpogoj za uporabo v motornih vozilih. Zaradi težavnega zagona pri nizkih temperaturah so dizelske motorje takrat predgrevali tudi z odprtim ognjem. Robert Bosch je to težavo rešil s uvedbo žarilne svečke. Električna žarilna svečka – enopolna naprava, opremljena z izolatorjem iz sljude in s tuljavo z dvema ovojemama, je postala prva naprava za neposredno predgrevanje zgorevalnih komor.

Danes so Boscheve grelne svečke prisotne povsod, s sodobnimi keramičnimi grelnimi svečkami DuraSpeed pa se dizelski motorji pri nizkih temperaturah zaženejo v manj kot dveh sekundah, skoraj enako kot bencinski. #

CLARIOS

Inovacija z namenom

V podjetju Clarios s 130-letno tradicijo danes proizvajajo akumulatorje, ki jih najdemo v vsakem tretjem vozilu na svetu. To je rezultat delovanja kar 55 proizvodnih, razvojnih in distribucijskih centrov po vsem svetu. Tako so samo leta 2021 prodali 154 milijonov akumulatorjev, za katerimi stoji kar 16.000 zaposlenih. Najširši in najučinkovitejši program akumulatorjev je danes rezultat šestih raziskovalnih in razvojnih lokacij ob sodelovanju s še šestnajstimi drugimi partnerji za raziskave in razvoj. Delež akumulatorjev za prvo vgradnjo je 26-odstoten, 74 odstotkov pa odpade na poprodajni trg. Clarios, katerega razvoj temelji na učinkovitosti in kakovosti pri razvoju mobilnosti prihodnosti, igra izjemno pomembno vlogo pri vsej prihodnji mobilnosti. Tudi ko gre za povsem električna vozila, 12-voltni akumulatorji ostajajo v uporabi. Clarios ima ustrezen izdelek ne glede na program vozil, od motornih koles do tovornjakov, njegove blagovne znamke pa so po vsem svetu znane pod imeni: Varta, Optima, Mac, Delkor, LTH, Heliar in številne druge zasebne blagovne znamke. #



TOTALENERGIES

Energije vseh oblik na trajnosten način



TotalEnergies kot preoblikovano energetska podjetje širokega spektra pridobiva in trži nafto, biogoriva, zemeljski in sintetični plin, energijo iz obnovljivih virov in električno energijo v svetovnem merilu. Velike izkušnje tega dobavitelja energije temeljijo na skoraj 100-letni tradiciji, zato je TotalEnergies še vedno znan po široki paleti najsodobnejših olj in maziv za avtomobile, motorna kolesa, tovornjake, gradbena vozila in mehanizacijo, kmetijsko mehanizacijo, prav tako pa so znani

po izdelkih za profesionalne kupce iz različnih panog industrije. Za delovanje družbe TotalEnergies je značilna priznana kakovost izdelkov, potrjena z dolgoletnimi izkušnjami ob neposredni podpori predstavništva podjetja vsem strankam. Širši javnosti so najbolj znana partnerstva z največjimi avtomobilskimi podjetji, od leta 2019 pa pozornost posvečajo konceptu servisnih storitev, ki so ga uvedli v sodelovanju s partnerskimi servisi v okviru mreže TotalEnergies. #



MAHLE

Globalne izkušnje za inovativnost in kakovost



Izdelke Mahle boste našli vsaj v vsakem drugem avtomobilu po svetu, njihove komponente pa so že desetletja prepoznavne v svetu transporta, pa tudi v dirkalnih in navtičnih programih. Kot mednarodni razvojni partner in vodilni dobavitelj v avtomobilski industriji je Mahle tudi eden od vodilnih pri razvoju mobilnosti prihodnosti.

Skupina Mahle predano razvija tehnologije za učinkovitejši, okolju prijaznejši ter udobnejši in bolj zdrav prevoz, širok nabor kompetenc pa zajema sisteme in komponente za motorje, filtriranje in toplotno upravljanje. Zaradi tega pri Mahleju ponujajo integrirane sisteme za sedanjo in prihodnjo e-mobilnost.

Poleg programa prve vgradnje (OE) je Mahle prisoten povsod, ko gre za nadomestne dele, s katerimi deluje na več kot 30 lokacijah po vsem svetu kot poslovna enota Mahle Aftermarket. V tem segmentu Mahle Aftermarket združuje sedem blagovnih znamk, ki edinstveno združujejo inovativnost in brezkompromisno kakovost: MAHLE, Behr, BRAIN BEE, Clevite, Izumi, KNECHT FILTER in Metal Leve.

S takšnim izborom blagovnih znamk zagotavljajo pokritost vsakega trga, razvejana logistična mreža Mahle pa zagotavlja njihovo dostopnost. #

LOKAD

Izboljšanje skozi natančno predvidevanje

Francosko podjetje Lokad, ki temelji na močni tehnološki in matematični podlagi, posluje z jasnim ciljem iskanja najsodobnejših tehnoloških in znanstvenih rešitev, ko gre za dobavne verige. Je eno prvih podjetij, ki je sprejelo poslovanje v oblaku, danes pa ohranja isti duh »Early Adopter« (hitro sledijo spremembam in se poslužujejo najnovejših rešitev) z »globokim učenjem«.

Na podlagi teh načel je Lokad pripravil več generacij mehanizmov za napovedovanje trendov z nenehnim izboljševanjem natančnosti. S takšnim znanstveno-tehnološkim pristopom je podjetje v povprečju raslo za 50 % letno in postalo kopilot na poti do uspeha lastnih partnerjev. Tako je poleg Air France Industries na seznamu njihovih partnerskih podjetij tudi skupina Toki. #



SCHAEFFLER

Trajnostno v smeri nove mobilnosti in dekarbonizacije

Skupina Schaeffler kot eden vodilnih svetovnih dobaviteljev za avtomobilski in industrijski sektor že več kot 70 let usmerja razvoj mobilnosti. Širši javnosti je znana po svojih sistemih sklopke in vztrajnika, pa tudi po menjalniku in pretvorniku navora. Schaeffler s svojimi blagovnimi znamkami LuK, INA in FAG pokriva široko paleto motornih delov in vzmetenja, in sicer od razvodnih sistemov prek pomožnih enot in krmiljenja ventilov ter hladilnih sistemov do kolesnih ležajev, pogonskih gredi, nosilcev ter elementov vzmetenja in krmiljenja. Schaeffler je s svojimi znamkami prisoten tudi v

segmentih lahkih in težkih gospodarskih vozil ter celo traktorjev. Vendar pa Schaeffler v skladu s svojim sloganom »pionir mobilnosti« neposredno razkriva prihodnost mobilnosti z inovacijami in razvojem s ciljem vrhunske učinkovitosti in trajnostnega razvoja na vseh področjih. Na podlagi dolgoročnega razmišljanja in odgovornega delovanja se skupina razvija z dolgoročnimi načrti, v katere poleg dekarbonizacije vključuje odličnost in podnebno nevtralnost do leta 2040, trenutno pa uspešno posluje z jasno zastavljenimi

cilji.

Zaradi tega poleg znanega posla razvija tudi sisteme, povezane z e-mobilnostjo, razširljivim in prilagodljivim podvozjem ter z avtonomno vožnjo. Schaeffler se že danes lahko pohvali z zanimivimi izdelki v programu pogona in mehatronike, zbranim v sistemu e-Axle, ki združuje elektromotor, menjalnik, elektroniko in toplotno upravljanje. #

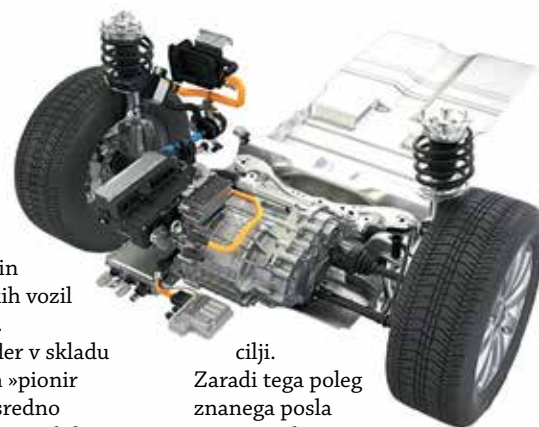
SIMON-KUCHER & PARTNERS

Raziskave za največjo učinkovitost

Priznано in uveljavljeno svetovno svetovalno podjetje že leta zelo učinkovito pomaga svojim strankam pri optimizaciji prodaje, upravljanju cen, pa tudi marketinških strategijah. Zaposluje več kot 1700 ljudi v 27 državah in s ponosom poudarja, da njihovo strokovno znanje s 35-letnimi izkušnjami dvigne dobičkonosnost svojih partnerjev za 100 do 500 odstotkov. Analiza, sklepi in učinkovita izvedba so temelji uspeha podjetja Simon-Kucher & Partners, strokovno znanje na številnih področjih, od zdravja in komunikacij, avtomobilizma, nabave in prodaje do financ in programske opreme ter še veliko več, pa zagotavlja najširšo razvojno perspektivo. #

SIMON • KUCHER & PARTNERS

Strategy & Marketing Consultants



Ob tehnologiji bomo



Hrvaška in Slovenija sta bili dva dneva središči evropske avtomobilske industrije in mesti, kjer se je zbralo okoli trideset strokovnjakov s področij mobilnosti, digitalizacije in uporabniških izkušenj, ki so predstavili svoja mnenja in razpravljali o skupnih pogledih na prihodnost sektorja. Na naslednjih straneh lahko preberete zanimive zaključke.

T1 Meetup, v organizaciji Tokića in Bartoga, je v zadnjih letih iz interne delavnice, kjer uprava transparentno razvija in deli poslovne načrte z zaposlenimi, prerasel v impresivno, verjetno največjo regionalno konferenco o avtomobilski industriji, mobilnosti in trgu avtomobilskih delov. Najnovejša »izdaja« Mobilnost – kjer se inovacija sreča s tradicijo je potekala 23. in 24. februarja v kar treh dvoranh v Zagrebu, z vprašanji pa so se v potek pridružili tudi zaposleni iz Slovenije; s sedeža Bartoga v Mirni Peči in iz dvorane IEDC - Bled School of Management.

Nove navade se vedno spreminjajo

Takoj na začetku so udeleženci ugotovili, da avtomobilski trg sledi svetovnim trendom in da je nakup avtomobilov po spletu vse pogostejši,

predvsem pod vplivom pandemije covid-19. Hasmeet Kaur, partner v svetovalnem podjetju Roland Berger, je pojasnil, da prevladujejo zahodne države, s čimer se je strinjal Antoine Weill, partner v svetovalni hiši Simon-Kucher & Partners. Weill poudarja, da je pandemija spremenila nekatere pričakovane projekcije in da je zasebna mobilnost v primerjavi z javnim prevozom ter s souporabo avtomobilov ponovno pridobila svoj pomen. Več kot tretjina kupcev je za trajnostno rešitev z manjšim vplivom na okolje pripravljena plačati do 25 odstotkov več, kar kaže globalna raziskava enega največjih svetovalnih podjetij v avtomobilski industriji Simon-Kucher & Partners.

»Že sedaj vidimo, da vrednost vozil in njihova vozna tehnologija pri izbiri avtomobila igrata večjo vlogo kakor cena. Elektrifikacija in digitalizacija bosta pomembno vplivali na trg,

pri čemer bodo imeli posebno vlogo novi načini monetizacije, kot so blockchain in inovativni cenovni modeli,« je pojasnil Antoine Weill iz podjetja Simon-Kucher & Partners.

Realnost prehoda v velike spremembe

Regionalni direktor Boscha Thomas Koch je v razpravi o prihodnosti trga avtomobilskih delov in nadomestnih delov dejal, da je do leta 2030 mogoče pričakovati približno 19 odstotkov elektrificiranih vozil, ki bodo v primerjavi z bencinskimi in dizelskimi imela do 20 odstotkov nižje stroške vzdrževanja. »Toda po razpoložljivih ocenah bi moral delež popolnoma električnih vozil do takrat znašati šest odstotkov,« je poudaril Koch. Zbrani so se dotaknili mlajše generacije kupcev, ki po večini raziskav izbirajo izdelke, tudi avtomobile, glede na konfiguracije, ki jih lahko dobijo na spletu, in postajajo tako imenovani agnostiki blagovnih znamk. Občutek sedenja v avtomobilu in testne vožnje z njim pri tej skupini niso ključni, kar odpira vrata na trg tudi manj znanim proizvajalcem. Warren Espinoza, glavni izvršni direktor evropske skupine trgovcev z avtomobilskimi deli ATR International, je poudaril pomen

izbirali prihodnost



Tokić je zagotovo najbolj inovativno tradicionalno podjetje na svetu, kako pa bo videti prihodnost elektrifikacije in popravil na daljavo, je najbolj odvisno od zakonskih regulatorjev.

Warren Espinoza,
CEO ATR International



Ustvarjanje širše slike in izobraževanje sta ključna za vsakega zaposlenega, prav tako za podjetje in partnerje.

Ivan Gadže, CEO Skupine Tokić



zakonodaje, ko gre za električna vozila, ter možnosti za diagnostiko in popravila na daljavo v prihodnosti. Z napredkom tehnologije bo model za popravilo vozila »naredi sam« vse redkejši, kupci pa bodo po Espinozovih besedah izbirali profesionalne servisne centre in delavnice pod pogojem, da so opremljeni z ustrezno tehniko in imajo usposobljene strokovnjake.

Digitalizacija je vsakdanjost

Na panelnih razpravah so poleg članov uprav in zaposlenih v Tokiću ter Bartogu svoje izkušnje podali predstavniki podjetij, kot so Toyota, Gideon Brothers, Schaeffer, Clarios (Varta), TotalEnergies, Mahle, Microsoft, Hrvatski telekom, Lokad, Combis in Algebra. Vsak je predstavil svoj pogled in razpravljali o megatrendih, trgu rezervnih delov, digitalizaciji, vlogi tehnologije 5G v mobilnosti in o blockchainu v logistiki.

»Dobili smo neposreden vpogled v najnovejša znanja in trende avtomobilske industrije za naslednjih deset let s poudarkom na varnosti vseh udeležencev v prometu. Od zasnove avtomobila in njegovih zmogljivosti, kakovosti rezervnih delov do izobraževanja strokovnjakov in usklajevanja prometne zakonodaje, ki mora začeti slediti inovacijam in napredku razpoložljivih tehnologij – vse to so teme, o katerih smo z našimi gosti razmišljali v teh dveh dneh. Vsi menimo, da smo pripravljeni na spremembe, a kdor je najbolj pošten, najhitrejši in sposoben, bo osvojil trg. Ponosen sem, da so nam vsi izkazali čast, ko so prišli in delili svoje

znanje,« je povedal Ivan Gadže, predsednik uprave Skupine Tokić.

Globinsko učenje

Na panelih je bilo slišati tudi, da je vloga logistike in dobavne verige eden ključnih dejavnikov in da je še posebej pomembno, da je zadnji kilometer dostave vedno najdražji, saj predstavlja 41-odstotni delež skupnih stroškov, je dejal Guillermo Albaladejo iz Toyote in odprl poglavje o dobavni verigi. Drugi dan predstavitve je bil poudarek na izpolnjevanju nalog v razvoju poslovanja, kjer se je pokazalo, kako nepredvidljiva in vznemirljiva je prihodnost logistike ter da ima vsak udeleženec drugačen pristop k ideji hitrejšega in natančnejšega upravljanja zalog. Fabian Hoehner iz Lokade, ki je izpostavil pomen natančne interpretacije problema, je natančno ponazoril pot do popolne avtomatizacije in umetne inteligence skozi potrebo po globinskem učenju ponudbe in povpraševanja v povezavi z roki dobave in distribucijo. »Ob pravilni metriki in analitiki bomo spoznali vse možne izide, tako da bomo vedno lahko izbrali najboljšega,« je pojasnil.

Niso vsi roboti enaki ...

Z enakim ciljem večje učinkovitosti je pristop k avtomatizaciji v podjetju Gideon Brothers karizmatično predstavil domačin Matija Kopic. Opozoril je, da 95 odstotkov skladišč še vedno dela po »stari šoli« z izkušenimi ljudmi in da vodstvo tam vidi največjo in najhitrejšo možnost za napredek. Poudaril je, da bodo ta skladišča delovala še leta, pri čemer bi se morali vprašati, kaj je v njih mogoče pri določenih elementih in procesih avtomatizirati in kako lahko s fleksibilno robotizacijo rešimo pereče probleme. Zato, so se strinjali udeleženci okrogle mize, se spremembe največkrat dogajajo ravno na robu poslovanja, kamor ni usmerjena vsa pozornost in kjer se danes, ko gre za avtomobilsko industrijo in mobilnost, porajajo tehnološko inovativni procesi. Zaključek vseh 30 govorcev je, da se na videz tradicionalna avtomobilska industrija hitro razvija, a da je treba prisluhniti kupcem, katerih prioritete in interesi so danes bistveno drugačni kot pred 10 ali 20 leti. Pri tem moramo biti odprti za nove tehnologije, ki izboljšujejo uporabniško izkušnjo. #



Spopad generacij, trendov, tehnologije in trga

Ko govorimo o megatrendih, in v tem primeru govorimo o elektrifikaciji, so električna vozila eden od stebrov mobilnosti prihodnosti.

Vsaj tako se zdi, če naredimo črno-bel presek raziskav in tržnih napovedi. Vendar pa globlje analize podjetij, kot sta Roland Berger ali Simon-Kucher & Partners, odpirajo celo vrsto možnosti, izidov, težav in še neizpolnjenih priložnosti. Mogoče je najti veliko perspektiv, zato se edinstvena mobilnost prihodnosti na čistem električnem pogonu hitro sesuje kot stolp iz kart, takoj ko »odprete motorni pokrov«.

Električna vozila so eden od stebrov mobilnosti prihodnosti. Vsaj tako se zdi, če naredimo presek raziskav in tržnih napovedi. Vendar pa globlje analize podjetij, kot sta Roland Berger ali Simon-Kucher & Partners, odpirajo celo vrsto možnosti, izidov, težav in še neizpolnjenih priložnosti. Na krilih medijskega cirkusa (media hype), ki pravi, da se bomo »jutri« vsi vozili na elektriko, se je uveljavilo mnenje, da bo do leta 2030 kar 30 % voznega parka električnega. Teh 30 % predstavlja delež, ki vključuje hibridna in priključna hibridna

vozila, opremljena predvsem z motorjem na notranje zgorevanje – bencinskim ali dizelskim. Povprečni delež popolnoma električnih vozil (EV) naj bi predstavljal zgolj 6 %. Še en korak naprej razkriva, da je razlika v deležu med posameznimi trgi precejšnja. Tako na Norveškem prodajo več kot 70 % EV, v Italiji, pa tudi na mnogih drugih velikih trgih, je ta delež manjši od 8 %, ponekod pa še veliko manjši. Roland Berger vidi glavne gonilne sile napredka skozi štiri vsebine: mobilnost, avtonomna vožnja, digitalizacija in elektrifikacija. Te so nosilci razvoja ne glede na to, ali govorimo o programu osebnih vozil, gospodarskem, storitvenem ali o kakšnem drugem sektorju. Rezultati pa se bodo razlikovali, saj bodo prilagojeni potrebam voznikov, lastnikov in trga.

Covid-19 je pospešil številne odločitve, a mobilnost posameznika je iz vsega prišla kot zmagovalec. Pojavili so se kupci, ki ne cenijo več blagovnih znamk, prisegajo na praktičnost in cenovno transparentnost. Če ne razmišljate o prihodnosti, niti ne obstajate. Lahko bi rekli, da je že pozno.

Kaur Hasmeet, Roland Berger



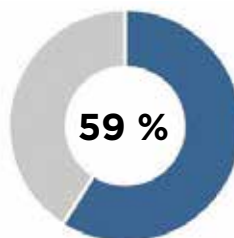
Generacije so »brand agnostiki«, avtomobila jim ni treba preizkusiti – če jim ponudimo kakovostno vozilo, ga bodo kupili po spletu in izbrali konfiguracijo.

Antoine Weill,
Simon-Kucher & Partners

(Ne)pričakovane motnje

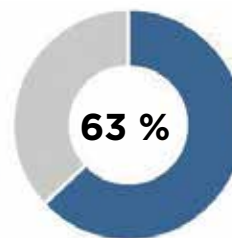
V kolikšni meri se bo razvoj »zgodil« na določenih sektorjih posameznega trga, je odvisno od celotnega nabora novih parametrov. Pomembno je, kako se kupec spreminja in v kolikšni meri podpira spremembe ter kakšen je vpliv zakonske regulative. Tehnološki vidik razvoja tudi ni zanemarljiv, tu sta še infrastruktura in industrija. Takoj je jasno, da se mobilnost sooča z zelo številnimi različnimi prihodnostmi, na katere lahko povsem nepričakovano vplivajo motnje, kot je covid-19. Prav slednji je kar 10 % zainteresiranih potnikov vrnil iz rastoče ideje o »car sharingu« in javnem prevozu nazaj k lastnim avtomobilom in prevozem. Pospešil je razvoj e-trgovine, pa tudi komunikacije v spletnem poslovanju, saj se je drastično povečalo število uporabnikov mobilnih aplikacij. Seveda je vse pogojeno s trgom, njegovo pravno regulativo in naravnimi razmerami v posameznih državah. Mesta so postala gonilna sila novih tehnologij, regulatorji pa imajo vedno pomembnejšo vlogo. Na osnovi trenutnih pokazateljev lahko sklepamo, da se na Kitajskem dogaja močna elektrifikacija, v Evropi pa se razvija avtonomna vožnja. Čeprav lahko vsak trgovec zazna, da se »nekaj dogaja« z odnosom kupcev do blagovnih znamk, pa velika raziskava z več kot 10.000 vozniki, na kateri je Simon Kucher utemeljil svojo predstavitev, celovito osvetli spremembe. Tržni kolač, ki vsak dan raste, je v osnovi razdeljen na tri velike kose. Prvi pripada tradicionalistom, drugi povprečnemu kupcu in tretji posameznikom, ki hitro sprejmejo novosti. Slednji so najbolj zanimivi, ko gre za nove tehnologije in priložnosti, saj so pokazatelj uspeha in prihodnjih razvojnih usmeritev. In ravno skozi to delitev kupcev lahko vidimo, da je blišč blagovnih znamk vse manj pomemben. Medtem ko je pri tradicionalistih (Mercedes je Mercedes) moč oziroma sloves blagovne znamke na prvem mestu, pri povprečnem kupcu znamka ni več tako pomembna, pri t. i. early adopterjih pa ni več v zgornjih treh kriterijih.

TOP 3 KRITERIJI (POLEG CENE VOZILA) Kaj je kupcu najpomembnejše pri nakupu avtomobila?



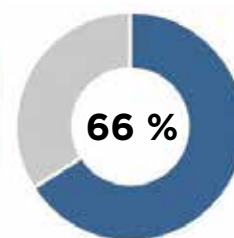
Tradicionalisti

1. Znamka
2. Tehnologija
3. Dizajn



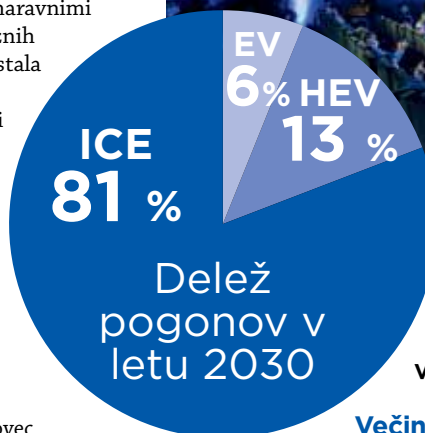
Mainstream

1. Tehnologija
2. Znamka
3. Dizajn



Early adopters

1. Tehnologija
2. Moč motorja
3. Dizajn



Delež
pogonov v
letu 2030

»Povprečno mesečno nadomestilo za delitev podatkov ocenjujejo na okoli 138 evrov, precej več, če gre za osebne podatke, manj, če gre samo za splošne. Vložki bodo veliki.«

Večina pripravljen deliti podatke

Izsledki raziskave so pokazali, da so kupci izredno nezadovoljni s postopkom nakupa, zato so nakup vozila prepoznali že kot obisk pri zobozdravniku. Ko pa jih začnemo segmentirati in jim postavljati dodatna vprašanja, odgovori ponovno kažejo najverjetnejše trende v prihodnosti. Najmočnejši nosilec vsakega razvoja so danes zagotovo podatki, ki so osnova tako za storitve kot avtonomno vožnjo in vsako digitalizacijo. Zato je pomembna ugotovitev, da le 47 % voznikov zavrača oglaševanje v kabini vozila na račun delitve podatkov. Se pravi, da je več kot polovica voznikov pripravljenih deliti podatke, nekateri samo podatke iz vozila, drugi tudi osebne, nekateri pa bi za to želeli finančno nadomestilo. Vse te informacije bodo osnova za razvoj

številnih novih storitev, tudi tistih, ki so povezane s kakovostjo vzdrževanja in servisiranja vozil. Seveda so tisti, ki so pripravljeni na spremembe, early adopterji, tudi najbolj pripravljeni brezplačno deliti podatke. Omenjeni segment kupuje tudi po povsem drugih kriterijih, na primer kar 35 % ljudi je pripravljenih plačati četrtno več za okoljsko trajnosten izdelek. Ne preseneča, da so ti prvi, ki bodo kupili električni avtomobil. Z dodatnimi vprašanji so potrdili, da jim znamka ni pomembna in da jih je kar 27 % pripravljenih kupiti kitajsko vozilo. Po drugi strani pa o nakupu kitajskega EV razmišlja le 1 % tradicionalistov; zanje je najpomembnejše, da je avtomobil na voljo in kakovosten. Vsekakor bo trgu zavladal racionalen kupec, ki ne bo igral po veljavnih pravilih, podatki pa bodo razkrili, kaj natančno želi – in te vam bo z veseljem dal. #

Serviserji imajo pri

Veliki dobavitelji proizvajalcev avtomobilov in proizvajalci originalnih (OE) delov, kot so Bosch in Schaeffler ter Clarios, ustvarjajo najboljšo sliko o tem, kaj nas čaka. Trendi, ki jim sledijo, in deli, ki jih proizvajajo danes, so prihodnost, jutri pa bodo na poprodajnem trgu in v servisih postali vsakdanjik. Prav njihovi predstavniki so naredili odličen uvod za veliko panelno razpravo na temo poprodajnih aktivnosti, pogonskih sklopov, e-mobilnosti in servisnih delavnic prihodnosti.

Pri Bosch kot največjem svetovnem dobavitelju danes tržijo svoje izdelke skozi več kot 2,5 milijona hibridnih in električnih avtomobilov in sami potrjujejo hiter razvoj elektrificiranega trga. Povprečen delež električnih vozil (EV) ne bo rasel tako hitro, kakor širša javnost morda sklepa iz naslovov v medijih, predvsem z vidika rezervnih delov, ki bodo še dolgo po letu 2030 na strani potreb avtomobilskega trga z motorji na notranje zgorevanje (ICE – internal combustion engine).

Ni vprašanje, ali moramo ukrepati in kdaj, ampak nadaljevati tako, kakor počnemo že sedaj.

Ivica Tomljenović, Skupina Tokić

Rast e-trga in spremembe so vseeno očitne, zato je treba pravočasno zaznati spremembe v spektru delov, po katerih bo povpraševanje večje, in tistih, ki bodo počasi izginili s polic. Vsekakor je očitno, da imajo pogonski sklopi EV veliko manj delov, obstoječi pa so nagnjeni k počasnejši obrabi. Po drugi strani ostaja veliko skupin potrošnega materiala, ki se ne bodo spremenili, kot so brisalci, filtri, krmilni sistemi, zavore, karoserijski deli ... Tudi klasični 12-voltni akumulator pri vseh vrstah novih pogonov ostaja v uporabi. Spremeni se le njegova vloga, saj pri novejših služi za napajanje aktivnih oziroma perifernih sistemov, ne za vžig motorja. To potrjujejo pri Clariosu, ki še vedno več kot 70 odstotkov svojega programa plasira na poprodajnem trgu. In končno se nekateri deli pri EV zaradi povečane teže vozil in bistveno večjega navora električnega pogona hitreje obrabijo kot na primer pnevmatike.

Razmere v svetu so negotove in težko je pričakovati, da se bodo cene energentov zmanjšale.

Priscilia Dubocage, TotalEnergies

Ponudba prihodnosti

Ko govorimo o razvoju, se prioritete spreminjajo tudi na poprodajnem trgu, zato je poglavitno novo poglavje učinkovitost s prioriteto dekarbonizacije. To izpostavlja pri Schaefflerju, ob čemer poudarjajo pomen razvoja obstoječega programa delov, a tudi širitve portfelja elektrificiranih pogonov, pripravljenih za uporabo v vozilih. Pri tem se sklicujejo na lastno tehnologijo e-Axle, ki zagotavlja sistem 4-v-1 in združuje električni motor, menjalnik, krmilno enoto in toplotni management.

Elektrifikacija daje vtis, kakor da prihajajo samo električna vozila, a raste število vseh vozil. Vsi skupaj moramo slediti temu tehnološkemu razvoju.

Krunoslav Bagarić, TopMotiv



hodnost in naloge



Zastavili si bomo veliko vprašanj, a ne smemo zganjati panike. Dovolj časa imamo za pripravo, prilagajanje in izobraževanje.

Marco Ilotti, Mahle

Z impresivno tehnologijo so ti dobavitelji tako kot Bosch pripravljeni na vse možne posledice trendov, podobne poglede pa imajo tudi na razvoji storitev v prihodnosti.

Pogoni ICE očitno izgubljajo na pomenu, a zelo zelo počasi, hkrati pa povečanje učinkovitosti na poprodajnem trgu med drugim prinaša tudi popravilo (obnavljanje) delov, kar bo imelo ključno vlogo pri dostopni in trajnostni mobilnosti prihodnosti.

Okrogla miza kot izobraževanje

Vprašanje učinkovitosti poprodajnega trga in s tem storitev je odprlo povsem novo poglavje, v katerem se je bilo povsem upravičeno vprašati – ali imajo neodvisni servisi in mehaniki v dobi e-mobilnosti prihodnost in ali je realna prihodnost mobilnosti samo elektrifikacija? To vprašanje je avditoriju partnerjev, kupcev, dobaviteljev in zaposlenih, vrsti razpravljalcev, ki so zastopali omenjene dobavitelje, pa tudi Total, TopMotiv in Mahle, zastavil Ivan Gadže, direktor Skupine Tokić. Vodikova tehnologija oziroma tehnologija gorivnih celic nikakor ni poglavje, o katerem bi lahko le zamahnili z roko, vendar je njena uporaba veliko bolj kot v osebnem programu verjetna v nekaterih gospodarskih sektorjih mobilnosti. Po drugi strani pa je treba za vodik kot pogonsko gorivo uskladiti številne parametre; potrebuje čist zrak, natančno vlago, dodatno filtracijo, toplotno upravljanje ... Konec koncev to pomeni veliko sestavnih delov in zato je kot takšen za poprodajni trg pogon zanimiv, je bil splošen sklep udeležencev okrogle mize. Vodik je zanimiv tudi na drugi strani mobilnosti kot pomemben vir energije, skozi elektrolizo ter v gospodinjstvih in industriji, čemur sledi tudi poprodajni trg. Mobilnost v vsakem primeru potrebuje svoje gorivo, bolje rečeno energijo, zato so Total kot »globalnega naftaša« preoblikovali v energetskega distributerja, energetske podjetje z več blagovnimi znamkami TotalEnergies,



Mislím, da je ključno, da vsi skupaj podpiramo delavnice, da bodo lahko ustrezno popravljale.

Miran Lah, Clarios



Ivica Tomljenović (Tokić), Nikola Marković (TotalEnergies), Priscilla Dubocage (TotalEnergies), Krunoslav Bagarić (TopMotiv), Miran Lah (Clarios), Thomas Koch (Bosch), Marco Ilotti (Mahle), Robert Felger (Schaeffler), Ivan Gadže (Tokić)



Napačno bi bilo, če ne bi razmišljali o prihodnosti – če imaš sedaj dovolj mehanikov, še ne pomeni, da bo to zadostovalo za razvoj posla jutri.

Thomas Koch, Bosch

ki v nove oblike energije vloga izjemno velika sredstva. Natančneje, gre za področja električne energije, biomase, vodika, sončne in vetrne energije. Tako so se pripravili na vse prihodnje izide, poudarjajo pa tudi, da je malo verjetno, da bi energija sčasoma postala cenejša, deloma zaradi velikih investicij, vsekakor pa zaradi okoljskih standardov. Prej se bo podražila, je bilo enostavno sklepati, zato bo mobilnost kot taka sprva najverjetneje dražja.

Kaj bo z neodvisnimi serviserji?

Vodilni strokovnjaki so se zelo hitro strinjali, da imajo servisi in mehaniki konkretno prihodnost, koliko pa bo »svetlobe«, je odvisno predvsem od njih samih. Vendar ne samo od njih, temveč tudi od regulatorjev in dobaviteljev, ki morajo za uspeh poprodajnega trga serviserju prinesiti pregledne in realne možnosti za mreženje, izobraževanje, servisno opremo in celo financiranje. Zastavljeno je bilo zelo konkretno vprašanje o konceptu storitve – ali bo to družinsko podjetje s tradicijo, v kateri oče in sin razvijata posel?

To ne bi smelo biti vprašljivo, sploh če vemo, da nič ni močnejšega od podjetniškega duha. Spomnimo se, kako je bilo, ko so prišli prvi sistemi ABS. Vsi so mislili, da majhne delavnice novi tehnologiji ne bodo kos, danes pa o tem sploh ni govora. Toda povezovanje delavnic v mreže in izmenjava znanja bosta ključnega

pomena, prav tako proces storitev, saj brez mreženja ni trajnosti in učinkovitosti. Krunoslav Bagarić, predsednik uprave TopMotiva, je zapleteno polemiko poenostavil s sklepom, da bo treba avtomobil vedno popravljati in ne glede na to, kako se spreminjajo pravila igre, se moramo temu vsi prilagajati. Poprodajna industrija bo vesela, če bo mehanik dobil v roke pravi del, ki ga bo znal vgraditi. Digitalizacija je prisotna, a gre s prakso slabo v korak, zato je znano, da sta zdravstvena in servisna dejavnost danes najmanj digitalizirani. Na tem je treba delati, prvi koraki digitalizacije pa bodo v servisih prinesli velike spremembe.

Za servis storitev, za industrijo podatki

Del težav zagotovo izvira iz trenutnih razmer, saj imajo serviserji veliko dela, delovne sile pa primanjkuje. Zaradi tega se zdi situacija obetavna, vendar ne bo, če ne bomo naredili ustreznih korakov na področju izobraževanja in če ne bomo pripravljeni na spremembe. Tu se krog ponovno sklene, saj morajo biti kakovostni nabori podatkov tako za trgovce in mehanike kot tudi za proizvajalce in dobavitelje organizirani, zakoniti in pregledni. S tem dejanjem se je odprlo veliko novo poglavje o podatkovnem poslovanju, njegovih možnostih, varnosti in uporabnosti. Poglavje, na katerega bomo pripravljeni šele, ko bomo sprejeli idejo o spremembah in se začeli izobraževati ter vlagati vase in v delavnico. #

Gorivo se bo podražilo in mislim, da lahko napovem, da bo mobilnost tudi dražja.

Robert Felger, Schaeffler Group



Vodja!

Ob koncu prvega dne srečanja T1 je pred zaposlene, goste in partnerje ekskluzivno stopil selektor hrvaške nogometne reprezentance Zlatko Dalić ter v pogovoru z Ivanom Gadžo spregovoril o vrednotah in skušnjavah skupinskega dela.

V podjetjih Bartog in Tokić veliko govorijo o svobodi v kontekstu izražanja mnenj, vodenja, prevzemanja odgovornosti in pobude, vse to pa so tudi glavne značilnosti športa. Predvsem v nogometu, kjer so Hrvati pokazali, koliko lahko z iniciativo, velikim talentom, a tudi s pravim vodjem, dosežejo svetoven rezultat. Ravno zato je selektor hrvaške nogometne reprezentance Zlatko Dalić ob koncu prvega dne srečanja T1 v pogovoru z Ivanom Gadžo spregovoril o vrednostih in skušnjavah, pred katerimi se znajde ekipa, pa tudi o vodenju, ki je – kakor se zdi – na nogometnem igrišču zelo podobno tistemu v podjetjih.

Tehnološka vprašanja prvega dne konference so se končala s tematikami, povezanimi z ljudmi, vrednotami in etiko. V te vsebine se je kot odličen gost

presenečenja vključil Zlatko Dalić, najboljši hrvaški trener in selektor nogometne reprezentance, ki jo pripravlja na letošnje prvenstvo v Katarju.

A ne glede na to, kako uspešen je bil Zlatko kot trener in selektor, vse njegove nagrade pravzaprav stojijo na temelju, prepletenem s človečnostjo, zato se sprašujemo – ali ga ljudje prepoznajo kot super moškega ali kot super trenerja?

»Mislim, da je najmočnejši življenjski trener dejstvo, da mora človek prehoditi svojo pot. Imam srečo, da prav zdaj živim svoje najboljše športne dni, a še vedno verjamem, da je treba k stvari pristopiti preprosto in samozavestno. Nisem vodja, ki avtoriteto pridobi z avtokratskim načinom dela, ampak poskušam vse doseči na osnovi prijateljstva, povezanosti in zaupanja, in prav to nam je prineslo uspeh. Možnosti ekip, ki delujejo na osnovi zaupanja, so brezmejne. To se je pokazalo tudi na zadnjem svetovnem prvenstvu, po katerem sem se po končani evforiji odločil, da ostanem selektor. Seveda sem kasneje pomislil, da sem naredil napako, ker kratek spomin javnosti lahko človeku ob prvem neuspehu odvzame pogum. Ampak v meni je to prebudilo kljubovanje in mi dalo veliko energijo! Pozabljam na vse, kar je negativno, in uživam ter na stvari gledam pozitivno, saj na ta način lahko dam od sebe največ.«

Kaj se je zgodilo po zadnji tekmi proti Rusiji v Splitu, ko se je hrvaška reprezentanca uvrstila na svetovno prvenstvo 2022 v Katarju? Pri nas bi rekli, 'zlomil si se'. Je šlo za čustveno razbremenitev ali si takrat, za razliko od svetovnega uspeha leta 2018, dobil profesionalno potrditev v Splitu, ker si uspel z reprezentanco, ki jo je sestavil Zlatko Dalić?

»Zagotovo, reprezentanco so leta 2018 sestavili drugi, po Splitu in kvalifikacijah za novo svetovno prvenstvo pa postavljamo novo generacijo in nekaj, kar bo v prihodnosti zagotovo kakovostno. Ampak, ja, po tekmi v Splitu sem se zlomil.

Vedno poskušam biti miren in skoncentriran, vendar sta me zlomila velik pritisk in slaba energija. Tista tekma je bila ključna, a ko sem se zavedel, da je z nami na stadionu na dežju vztrajalo 30.000 ljudi, ki niso odšli domov, nam je tudi to pomagalo, da smo se uspeli uvrstiti naprej. Vse negativno je šlo iz mene in slavil sem. Res mi je bilo malo žal, da so me vsi gledali, kako jočem, a veselja ob zmagi se ne smemo sramovati.«

Kako uspevaš ostati tako skromen in ponižen, ko pa si dosegel tako velik uspeh? Tega ne vidimo pogosto ne v podjetjih ne v športu.

»Nisem bil vedno tak. V reprezentanco sem prišel po tem, ko sem bil 12 let trener. Na začetku sem bil športno bahav in nesramen, predrzen, mlad in nadobuden. Na srečo sem se iz svojih napak veliko naučil. Uspel sem spoznati, da počnem napačne stvari. Kajti, če si trener, ki ga vsi gledajo, in pokažeš svoja slaba čustva ter svoje slabe 'vibracije', to hitro preide na ekipo. Enostavno, biti moraš zgled in verjeti in vsi bodo to sprejeli. Tako je v vsakem poslu, tako mojem kot vašem. Človek mora biti priseben in umirjen ter tako sprejemati odločitve. Zagotovo bo bolje, če jih sprejmete umirjeni, saj morate pozneje stati za njimi. Včasih bodo odločitve napačne, a to je del posla.«

Danes je tema tehnologija. Nogomet se je spremenil, a talent je še vedno pomemben. Kako pomembna je ta najnovejša tehnologija danes, ne le VAR, ampak priprava, trening in taktika?

»Pomembna je in lahko je ključnega pomena. In brez tega ne bi bilo tako uspešnih trenerjev, nogometašev niti rezultatov. Danes je zgodba o tej problematiki postala celovita, čemur prej ni bilo tako. V ekipi je veliko ljudi, ki analizirajo nasprotnike, igralce in prikazujejo rezultate. Vendar je spet ključno, da zna trener oziroma vodja vse prebrati in kasneje tudi uporabiti, ker so vsi ti podatki po drugi strani lahko nepomembni. V podatkih iščem dokaze za tisto, kar vidim in mislim, saj ko slednji to potrdijo, vem, da sem na pravi poti. Po drugi strani pa, tudi če podatki in ekipa govorijo eno, ti pa tega ne vidiš ali občutiš, rezultata ne boš mogel doseči.

Vsekakor je pomembna pravočasnost informacije in dogajajo se banalne situacije, ko človek nizko na terenu ne vidi vsega, kar se dogaja, za razliko od tistega, ki se je povzpел na tribuno, od koder ti posreduje informacije. Tehnologija brez človeka ne pomeni nič.«

Tako kot v podjetjih – nekateri so na terenu in zbirajo informacije, drugi jih obdelujejo. Je pa vodenje vedno ključnega pomena, zato povej, kako si leta 2018 pristopil k prevzemanju reprezentance? Ali si organizacijsko kaj spremenil, uporabili kakšna nova orodja, psihologijo, pristop do igralcev ...? Ali so bile v organizaciji dela v primerjavi s prejšnjimi trenerji pomembnejše razlike?





Vse življenje sem športnik in se borim. S tega vidika je vse videti čudovito – uspešen sem. Od doma sem odšel pri 15 letih iz majhnega mesta v Split. Velikokrat sem bil na robu – obdržati se ali propasti. Edino, na kar sem mislil, je, da se ne vrnem v svoje Livno. Ker če bi se vrnil, bi to pomenilo, da mi ni uspelo, in bi osramotil svoje starše, ki so mi dali, kolikor so lahko.

»Reprezentanco sem prevzel dva dneva pred najpomembnejšo tekmo moje kariere, to z Ukrajino, in ni bilo časa, da bi karkoli spremenil. Pomemben je bil le moj pristop do igralcev in mislim, da je moj prvi nastop na zagrebškem letališču veliko spremenil. Pojavil sem se od nikoder, novinarji pa so spraševali ... Rekel sem samo, da verjamem v ekipo in da nam lahko uspe, in tako samozavestno vstopil, da so tudi drugi začeli verjeti, da lahko nekaj naredimo. Nisem čarovnik in niti ni bilo časa, sem pa dobil vrhunsko ekipo z vrhunskimi igralci, ki jih je bilo treba samo v psihološkem smislu malo prebuditi. Dodelal sem nekatere podrobnosti in pozicije, jim vлил zaupanje, ki ga prej ni bilo, in nato so oni naredili vse. Dotedanja situacija z navijači in stadioni ter z vsem drugim je šla v napačno smer in tista tekma je spremenila percepcijo in zgodbo. Samo malo je bilo potrebno, da se je vse 'zložilo', sam sem se znašel le na pravem mestu ob pravem času.«

Majhne izboljšave za velike zmage – to nam je znano. Toda ali bi lahko potegnil kratko vzporednico med poslovnim svetom in športom? Opravljenih je bilo veliko študij o tem, kaj osrečuje ljudi pri delu. Kar 40 odstotkov vprašanih je povedalo, da najbolj cenijo medčloveške odnose. A zanimivo, kar 86 odstotkov za medosebne odnose štejejo odnos s šefom. In zato: ali dominanten odnos s selektorjem ali medsebojni odnosi med igralci?

»Vedno se vse začne pri šefu. Kakor bo sestavil ekipo, takšna bo. Zaupanje mora biti. Ne morete

vladati z vpitjem. Najprej morajo spoznati, da neka znam in zmorem. Če ne prepoznajo, da je trener ali šef nekdo, ki jim lahko pomaga, mu ne bodo sledili in tako je v vsakem poslu. Mislim, da mnogi delajo narobe, ker avtoriteto gradijo na napačen način. Avtoriteto mora ustvariti znanje in, kar je še pomembnejše, zaupanje. Nobene pomembne odločitve na svetovnem prvenstvu nisem sprejel sam. Okoli sebe sem vedno zbral najpomembnejše sodelavce, jim zaupal idejo in jih vprašal za mnenje. Odločitev je bila na koncu seveda vedno moja, vendar sem se znal popraviti in nisem bil slep. Vedeti je treba, da so vseeno igralci oziroma delavci tisti, ki so v igri, in na koncu se morajo oni odločiti. Veliko bolje je, če verjamejo v odločitve, saj oni vodijo igro! Tu se je, na primer, moje mnenje razhajalo s Ćirinim (Ćiro Blažević), s katerim sva se večkrat pogovarjala. Rekel je, sin moj, moraš jih ... Ampak sedaj so drugi časi.«



Ali so se časi skozi generacije res spremenili, še posebej ko poslušamo Ćira?

»Ja, on je v svojem času lahko deloval po principu 'biča božjega', a mislim, da bi sam s takšnim pristopom naredil napako. Niti deset dni ne bi bil trener. Ker ko dobiš 25 mladih, ki so rešili svoj obstoj in imajo vse, kaj jim lahko prepoveš? Nič drugega ne moreš, z njimi se je treba pogovarjati. Eden želi komunicirati ena na ena, drugi je občutljiv in mu ne smeš vsega povedati pred vsemi ...

Zgodile so se mi stvari, s katerimi sem imel težave, saj vsi veste, da sem moral igralca nagnati s svetovnega prvenstva. Še danes nisem ponosen in vesel zaradi te odločitve niti je ne omenjam rad, je pa primer, da se na neki točki moraš odločiti. In o tem sem se pogovarjal z igralci. Seveda vedno ščitijo drug drugega, a ko ugotovijo, da gre njihova zaščita v napačno smer in zaradi tega vse vleče navzdol, ugotovijo, da to ni to. Profesionalci bodo razumeli in sprejeli odločitve, saj takšne odločitve usmerjajo.«

Hrvaška reprezentanca morda nima infrastrukture kot druge države, ima pa kontinuiteto. Ali to pomeni, da sta ključna talent in človek?

»Dokazovanje in kljubovanje sta nam pomagala do rezultata, naša reprezentanca pa je ostala morda edina, ki danes na Hrvaškem združuje in gradi enotnost. Delo in trenerji so zelo pomembni. Imamo trenerje, ki so morda najbolj zaslužni, a jih malo omenjajo. Luka Modrić, Rakitić ali Mandžukić niso prišli sami. Nekdo jih je prepoznal, usmerjal in usposobil. Žal ti trenerji niso vidni, a vzgajajo mlade tam, kjer je delo z njimi zelo pomembno. In tu se skriva velik uspeh hrvaškega športa: ljudje, ki delajo z mladimi. Jaz dobim zgrajenega igralca, a nekdo ga je za to pripravil.«

Kaj te navdihuje za uspeh?

»Vse življenje sem športnik in se borim. S tega vidika je vse videti čudovito – uspešen sem. Od doma sem odšel pri 15 letih iz majhnega mesta v Split. Velikokrat sem bil na robu – obdržati se ali propasti. Edino, na kar sem mislil, je, da se ne vrnem v svoje Livno. Ker če bi se vrnil, bi to pomenilo, da mi ni uspelo, in bi osramotil svoje starše, ki so mi dali, kolikor so lahko. Velikokrat sem bil v situacijah, ko sem se znašel pred steno, a nikoli nisem obupal. V klubu sem bil povprečen igralec in nisem naredil kakšne posebne nogometne kariere, a sem se ves čas spraševal, kaj bo jutri. Načrtoval sem. Kot igralec sem se vpisal na srednjo trenersko šolo, ker sem si želel zagotoviti vir prihodkov.

Velika prelomnica se je zgodila, ko sem bil na vrhuncu z NK Rijeka, nato sem 'strmoglavil' na tla in se je vse obrnilo. Takrat sem odšel v Savdsko Arabijo in spremenil svoj odnos do dela in ljudi. Nisem znal jezika, nisem poznal običajev, nisem vedel, kam grem. Šel sem zase in za svojo družino ter tri leta preživel v puščavi, kjer so drugi zdržali dva meseca. Verjel sem v svoje delo in ljudi okoli sebe ter si prislužil spoštovanje. Tudi v življenju me vodi vera, ne na radikalen način, a ko pride čas, dam vse od sebe in molim. Danes, ko sem uspešen, samo molim k Bogu, da me ne 'premesti', ker ko te uspeh odnese in ne vidiš ničesar okoli sebe, prenehaš ceniti vse okoli sebe. Potem si izven vsega in to ne more dolgo trajati. Človek mora biti skromen, ponižen in ne sme pozabiti, od kod je prišel, ter mora priznati, kdaj je naredil napako.« #



Postgraduate Studies

Nova katedra na IEDC-Poslovni šoli Bled nosi ime skupine Tokić, del katere je tudi Bartog

Skupina Tokić postaja partner pri razvoju kreativnega in kritičnega razmišljanja, reševanja problemov in procesov odločanja na IEDC-Poslovni šoli Bled.

Katedra za kreativnost in inovativnost skupine Tokić je nov center odličnosti ene izmed vodilnih izobraževalnih ustanov srednjevzhodne Evrope – šole IEDC-Poslovna šola Bled, kjer je svoje izobraževanje zaključilo več kot 95.000 menedžerjev iz stotih držav. Več kot 60 svetovnih strokovnjakov z različnimi poslovnimi programi vsak dan spodbuja mlade voditelje in menedžerje k inovativnejšim pristopom ter kreativnejšim načinom reševanja izzivov, kar neposredno prispeva k razvoju poslovanja. Kakovost in pomen programa poslovne šole je prepoznala tudi Skupina Tokić, ki poudarja kreativnost in inovativnost kot temeljni vrednoti in obenem pomembni determinanti razvoja znanja ter veščin vseh zaposlenih. Bartog je sicer že znan kot odgovoren delodajalec, ki je obdržal vse zaposlene v času pandemije, jih dodatno zaposloval in nagrajeval. »Brez zadovoljnih zaposlenih ni mogoče delati,« je povedal direktor Bartoga Sašo Šimec in dodal, da bo vlaganje v prevzeme in izobraževanje



zaposlenih osrednja investicija tudi v prihodnje. »Izobraževanje je eden od temeljev razvoja vsake družbe, zato smo v Tokiću vedno vlagali v nadgradnjo znanja in veščin naših zaposlenih, mladih generacij v avtomobilskem sektorju, njihovih učiteljev in prek našega izobraževalnega centra Tokić v vse tiste, ki želijo v znanju zmeraj biti korak pred drugimi. Prav tako sta nam v zadnjih letih inovativnost in ustvarjalnost v tehnološkem smislu omogočili velik korak naprej, zato še posebej cenimo in vlagamo v razvoj teh veščin. Partnerstvo s šolo IEDC-Poslovna šola Bled se zato naravno ujema z našo kulturo, s katero želimo spodbuditi ljudi, da izpopolnijo svoje veščine, prevzamejo pobudo in so proaktivni,« je povedal predsednik uprave Skupine Tokić Ivan Gadžec.

T1 MeetUp: Danica Purg na vodilni regionalni konferenci o avtomobilski industriji in mobilnosti uradno razglasila novo katedro

Uradna razglasitev sodelovanja je potekala na srečanju T1 MeetUp, kjer so sodelovala vodilna svetovna imena avtomobilske industrije, tehnologije in inovacij. Danica Purg, ustanoviteljica in predsednica šole IEDC-Poslovna šola Bled, je izrazila izjemno zadovoljstvo, da se je pod katedro podpisalo še eno veliko ime. »Že ob prvem obisku Tokića sem hitro ugotovila, da sem prišla v napredno in inovativno podjetje. Skupaj smo oblikovali edinstveno Katedro za kreativnost in inovativnost, zasnovano v obliki, kot sta jo doslej imeli le Coca Cola in Nova ljubljanska banka (NLB), in kjer bomo raziskovali, kako s kreativnostjo in inovativnostjo narediti podjetje še uspešnejše,« je povedala Danica Purg, ki je na čelu šole že 37 let. #



FALKEN

PRAVI: TOČITE!

Trajanje akcije: od 15. marca do 31. maja 2022

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



FALKEN

ZAGO-
TOVITE SI
BON OMV
ZDAJ!



ZIEX ZE310
ECORUN

AZENIS
FK510

AZENIS
FK520

NOVO

16 PALCEV
ALI VEČ*

NAGRADNA IGRA



Ob nakupu kompleta letnih pnevmatik (4 pnevmatike) serije **AZENIS FK520, AZENIS FK510, AZENIS FK510 SUV, LINAM VAN01, ZIEX ZE310 ECORUN, ZIEX ZE914, WILDPEAK A/T ali SINCERA SN110** vam Falken podari **bon** za točenje goriva in nakupovanje na bencinskih servisih podjetja OMV v vrednosti: 16 palcev = **10€***, 17 palcev in več = **20€***

Z žrebom bomo izbrali prejemnike **25 sedežnih blazin Fatboy® Buggle-Up** serije Falken Edition, vsaka z vrednostjo **329€**. Idealni sedeži za prosti čas na prostem in v notranjosti so izdelani iz kakovostnega materiala, ki odbija umazanijo in vodo – za udobne postanke med drvenjem.

Vse informacije in sodelovanje na povezavi:
WIN-WITH-FALKEN.COM



campaign.falkentyre.com

*Vse informacije o udeležbi in varstvu
podatkov najdete na:
[CAMPAIGN.FALKENTYRE.COM](https://campaign.falkentyre.com)

BARTOG

Bartog d.o.o. Trebnje
Obrotniška 18
6210 Trebnje

T. 07 34 62 400
E. marketing@bartog.si

FALKEN
TYRES

Vedno moramo delovati kot ekipa, ki ve, kaj hoče doseči

Po več kot dvajsetih letih dela v različnih tehničnih dejavnostih, povezanih z avtomobilsko industrijo in z bogatimi življenjskimi izkušnjami, se je vodstvu Bartoga v začetku leta 2021 pridružil Sašo Šimec. Najprej je skrbel za operativne posle na področju logistike in maloprodaje, od julija do decembra 2021 je bil glavni operativni direktor, od 1. januarja letos pa je v vlogi glavnega izvršnega direktorja.

»**P**o izobrazbi sem strojnik, poleg tega sem zaključil MBA študij, v bližnji prihodnosti pa se spogledujem tudi z DBA študijem. Sicer pa sem zaprisežen Belokranjec. Prihajam s skrajnega juga Slovenije, natančneje iz Črnomlja,« o sebi na kratko pove Sašo Šimec, sicer ponosni očka 5-letnice. Kot pravi sam, skupaj odkrivajo radosti odrasčanja in predvsem spoznavajo nove stvari. Marsičesa pa se je sam naučil v dolgoletni uspešni karieri v različnih podjetjih, pogosto tudi izven meja naše države. Med drugim je služboval v Nemčiji, na Slovaškem, Češkem in tudi na Kitajskem. Dnevne migracije iz domačega Črnomlja do pisarne v Mirni Peči oziroma še kam dlje so tako zanj nekaj povsem običajnega, prav zaradi narave svojega dela pa še kako dobro ve, kako pomembni so varnost na poti, udobje v avtomobilu ter vlaganje v znanje in razvoj.

Bartog info: Sašo, kaj bi morda na začetku izpostavili o svoji karierni poti pred prihodom v Bartog?

Ko se pogovarjam s sodelavci v podjetju, marsikoga preseneči podatek, da sem se v nekdano službo vozil skoraj deset let 120 kilometrov v eno smer. Zame so dnevne migracije čisto običajna stvar. Poleg tega sem vaje potovanja tudi iz svoje preteklosti, saj sem delal v različnih državah, kjer sem potoval še bistveno več. 15 let sem preživel v mednarodnem koncernu Danfoss, na kar sem še posebej ponosen. S podjetjem sem rasel in se tudi profesionalno razvijal. Moji začetki segajo v proizvodnjo, kjer sem opravljal dela za tekočim trakom in



Bartog je podjetje v tranziciji - iz družinsko vodenega podjetja v profesionalno vodeno podjetje, ki je del skupine.

kasneje s strojem, vendar me je želja po osebnem razvoju in napredku gnala naprej. Tako sem postopoma, skozi leta napredoval in bil med drugim odgovoren za proizvodnjo s 1300 zaposlenimi ter kasneje tudi za podjetje na Slovaškem. Po 15 letih me je zamikalo, da bi v življenju poskusil tudi kaj drugega. Dve leti sem delal v avtomobilskem sektorju, kar mi je dalo čisto drugo dimenzijo razumevanja poslovnega sveta, delno verjetno tudi zaradi ameriškega lastništva podjetja. Leta 2013 sem se pridružil Iskratelju, kjer sem prvih nekaj let delal kot direktor proizvodnje in tehnologije, kasneje pa postal član uprave in direktor poslovne enote EMS. Leta 2021 pa sem sprejel nov izziv in postal del Bartoga. Želja in motivacije mi

v življenju ni nikoli manjkalo tako na službenem kot tudi na osebnem področju. Kot sem omenil, sem imel v dosedanjih 25 letih možnost sodelovati z veliko izjemnimi ljudmi, ki so nesebično delili svoje izkušnje in mi dajali energijo za nove izzive. Veliko takšnih ljudi imamo tudi v Bartogu – in to je ena izmed stvari, ki jo velja negovati v prihodnje.

Katere so glavne razlike med korporacijami, v katerih ste delali, in Bartogom?

Vsako podjetje je zgodba zase in ima svoje posebnosti, zato je težko primerjati. Ena izmed ključnih razlik je predvsem v načinu vodenja podjetja. Bartog je podjetje v tranziciji – iz družinsko vodenega podjetja v

profesionalno vodeno podjetje, ki je del skupine. Le-to prinaša tudi prilagoditve procesov, ki morajo biti na ravni skupine usklajeni, saj lahko le tako delujejo učinkovito in uspešno. Zavedati se moramo, da za procesi stojijo zaposleni, ki morajo v prvi vrsti te spremembe razumeti in jih tudi sprejeti. Zato je vključenost naših sodelavcev v sooblikovanje prihodnjih procesov ključno. V skupini, iz katere sem prišel v Bartog, je bilo več kot 30 različnih podjetij. Vsako izmed njih je imelo svojo kulturo, sledili pa smo enakim ciljem. Usklajeno delovanje je ključ do uspeha.

Kaj bistvenega je doslej, v dobrem letu in pol, prinesel prevzem Bartoga, tako za Tokić kot za Bartog? Kateri so največji sinergijski učinki prevzema?

S pridružitvijo smo kot skupina še večji in imamo boljše pogajalsko izhodišče pri nabavi, pa tudi veliko več možnosti in priložnosti, kar se tiče sinergij pri stroških, v dobavni verigi, izmenjavi izkušenj in znanj znotraj skupine, modernizaciji procesov ... Predvsem se prednosti poznajo pri širini asortimana, novih programih, kot so na primer orodja in servisna oprema, industrijski segment, polnilnice za električna vozila in še več. Ko pogledamo z vidika ponudbe izdelkov, je bil Bartog v preteklosti poznan kot vodilni ponudnik avtomobilskih pnevmatik v Sloveniji, Tokić pa se je razvijal kot vodilni ponudnik avtomobilskih delov na Hrvaškem. Imeli smo veliko presekov na trgih, kar pomeni velik sinergijski potencial. Tokiću se je tako odprl dodatni trg za avtomobilске dele v Sloveniji, Bartogu pa trg pnevmatik na Hrvaškem. Sinergije skušamo čim bolj utilizirati in podjetje tudi naprej razvijati ter integrirati vse tisto, kar je dobro tako na eni

kot na drugi strani. Imamo dobre prakse na obeh straneh, tako na Tokičevi kot Bartogovi. V končni fazi tudi kar nekaj kolegov s Hrvaške dela v Sloveniji in obratno. Kar je pa pomembno poudariti, je, da znotraj skupine ohranjamo svojo identiteto. Torej ostajamo Bartog, kar je pomembno, ker je to na slovenskem trgu prepoznavna znamka. To je pomembno tako zaradi odnosa do dobaviteljev kot v končni fazi tudi do kupcev, kajti gre za dolgoletne vezi, ki se ne pretrgajo tako zlahka. Glede poslovanja pa – leto 2020 je bilo odlično, tudi na podlagi sinergijskih učinkov so nam prihodki zrasli za eno petino na 67 milijonov evrov letno. Kajti predvsem glede na splošno situacijo na trgu je to odlično, v veliki meri tudi zaradi dobrega sodelovanja obeh strani. Lep primer tega je tudi razvoj kulture znotraj podjetja – večina hrvaških kolegov se uči slovenski jezik. Pa to ni bila zahteva. Potreba po integraciji in sodelovanju je hrvaške kolege pripeljala do spoznanja, da želijo sami narediti korak naprej. Pa ne zgolj zaradi sodelovanja z zaposlenimi znotraj podjetja, ampak tudi zaradi sodelovanja z lokalno skupnostjo, torej Mirno Pečjo, kjer gojimo izredno dobre odnose. V delovanje lokalne skupnosti pa se vključujemo tudi tam, kjer smo prisotni z našimi poslovalnicami. Ponosni smo, da se sedež Bartoga nahaja v industrijski coni v Mirni Peči, ki je vzor industrijskim conam v Sloveniji.

V kateri fazi razvoja in integracije v Skupino Tokić je danes Bartog in kaj bi v zvezi s tem sporočili zaposlenim?

Menim, da smo znotraj skupine naredili v zadnjem letu in pol zelo veliko, tako da lahko rečemo, da je danes Bartog integralni del Skupine Tokić. Tukaj je bilo veliko dela opravljenega na obeh straneh, seveda pa je pred nami še vedno veliko izzivov. Sodelavcem v obeh podjetjih želim predvsem veliko medsebojnega povezovanja in deljenja dobrih praks, ki jih imamo zelo veliko. Sodelovanje znotraj skupine je ključ do uspeha, ki nam bo v naslednjih korakih prinesel tudi konkurenčno prednost na trgu in predvsem moč za vse izzive, ki nas čakajo v prihodnosti. Tukaj imam v mislih predvsem širitev skupine znotraj obstoječih trgov in na nove trge, razvoj novih poslovnih modelov, prilagajanje ponudbe in storitev.



Bi pa ob tem še izpostavil, da si želim, da vsak zaposleni, ko pride na delo, da od sebe svoj optimum. Tukaj ne govorim samo o količini, ampak predvsem o kakovosti našega dela. Vsak mora opraviti delo, ki mu je zaupano, vestno in odgovorno. Ne iskati bližnjic pri opravljanju del, ker se to na koncu pozna predvsem na kakovosti. Samo vrhunska kakovost bo naše kupce prepričala, da smo vredni njihovega zaupanja. Rad bi poudaril, da si želim dobrega sodelovanja ne glede na situacijo, v kateri se bomo znašli. Gotovo nas čakajo lepi in manj lepi trenutki, vendar moramo vedno delovati kot ekipa, ki ve, kaj želi doseči.

S kakšnimi ljudmi sicer radi delate? Kakšen je po vašem dober tim?

Sem pristaš timskega dela in projektnega vodenja, ki zahteva veliko mero strokovnosti in samodiscipline. Sem zagovornik načela, da ne smemo spati na lovoričah, ampak moramo nenehno iskati nove možnosti. Veseli me delo z ljudmi, ki so prodorni in samoiniciativni. Tukaj bi izkoristil priložnost in pozval vse zaposlene, da se aktivno vključijo v proces stalnih izboljšav in posredujejo svoje predloge, s katerimi lahko naredimo naše podjetje še bolj konkurenčno in uspešno. Vodje in pomožne službe pa naj prislusnejo sodelavcem, jih spodbujajo, se z njimi pogovarjajo in tako bodo slišali veliko, ne samo o problemih, pač pa tudi o veliko dobrih idejah in predlogih za izboljšave.

Poslovanje v času epidemije covida-19 je vplivalo tako na poslovne načrte in aktivnosti kot tudi na preživljanje prostega časa. Marsičesa smo bili v obdobju epidemije prikrajšani. Kako ste se vi soočili s tem stresom oziroma kako ste poskrbeli za sprostitve?

Res je, zadnje leto oziroma dve sta prinesli veliko sprememb v naša življenja tako na poslovnem kot tudi na osebnem nivoju. Kar nam je bilo nekoč samoumevno, je naenkrat postalo omejeno. Bližina je postala distanca. Naenkrat smo iz osebnega stika prešli v digitalni svet. Osebnostno smatram, da vse vseeno ni bilo slabo. Izoliranost nam je na drugi strani prinesla več časa z našimi najbližjimi in tako dodatno kakovost življenja. Osebnostno sem v tem času preživel več časa s svojo družino, prebral kakšno dobro knjigo in veliko postoril okrog hiše, s čimer sem dolgo odlašal.



Sašo pravi, da je zagovornik načela, da ne smemo spati na lovoričah, ampak moramo nenehno iskati nove možnosti. Veseli ga delo z ljudmi, ki so prodorni in samoiniciativni



"V Bartogu se vsak dan srečujemo z novimi izzivi, ki jih družno rešujemo," poudarja Sašo Šimec.



V zadnjih dveh letih, ki sta minili v znamenju pandemije covida-19, je spletna prodaja dosegla neslutene razsežnosti. A v segmentu, v katerem je Bartog, klasične trgovine ostajajo ključne. Je tako?

Online je pomemben, a ta trenutek so naše fizične trgovine ključnega pomena. In veliko smo lani vlagali vanje. Odprli smo megacenter v Šiški, ki je največja tovrstna trgovina v državi, je merilo za druge trgovine. Gre za velik razstaveni prostor, kjer si obiskovalec ponudbo ogleda sam ali pa skupaj s prodajnim svetovalcem. Poleg tega smo prenovili in nadgradili še deset drugih trgovin po državi. Z namenom, da kapitalsko okrepimo podjetje, smo kupili tudi prvi lastniški prostor v Novi Gorici. Veliko vlagamo v ta segment, ki je pomemben. Mehanik potrebuje mir pri svojem delu, zanj je storitev naročanja in dostave ključnega pomena. In to je segment, ki nam prinaša dodano vrednost. In na tem bomo tudi gradili. Vizija za naprej je, če govorimo o širini in globini sortimenta, da postanemo 'one stop shop' za vse, kar mehanik potrebuje. To je naša usmeritev. Če govorimo o kupcih fizičnih osebah, bodo ti pnevmatike že kupili prek spleta, a če imajo avtomobil na servisu v delavnici, tega, kar potrebujejo, ne bodo kupovali sami, ker niti ne vedo, kaj za svoj avtomobil potrebujejo. Spletna prodaja bo rasla, a enako velja za fizično trgovino, kjer imamo vsi v Sloveniji še kar nekaj prostora za organsko rast, ne da bi škodovali drugemu.

Kakšen bo po vašem mnenju razvoj poslovanja glede na spremembe v avtomobilski industriji in e-mobilnosti?

Ko govorimo o tehnologiji in trendih, so spremembe v avtomobilski industriji stalnica. Včasih se jih kupci niti ne zavedajo, tako da smo povpraševanja in razvoja po dizelski tehnologiji, nato so izpušni sistemi postali drastično dražji in zapleteni, odprlo se je poglavje o dragih dvojnih sklopkah ... Želim povedati, da Bartog in Tokić kot vodilni podjetji v regiji ne samo da spremljata največja podjetja, temveč narekujeja trende. Seveda pa so električni avtomobili in avtonomna vožnja zdaj vroče teme. Tudi takšna vozila potrebujejo dele, vendar bi rad poudaril, da ne prodajamo samo delov, temveč tudi servise, pri čemer bi izpostavil že uveljavljene seminarje in programe usposabljanja za serviserje električnih in hibridnih vozil. Poleg tega smo že pripravljeni na ponudbo

vseh AC/DC polnilnikov za električna vozila, z odprtimi očmi pa smo usmerjeni tudi v prihodnost. A grobo rečeno, če vemo, da je v slovenskem voznem parku 1,7 milijona vozil, je enostavno izračunati, da se bo delež električnih vozil povečal na 30 odstotkov šele po tem, ko bo vsakih 10 let prodanih 50.000 EV vozil. Da bo delež videti višji, bo v to pogosto vključeno število prodanih priključnih hibridov, vendar pa imajo vsi ti hibridi popolno tehnologijo ICE tako kot klasični avtomobili. Vsekakor pa lahko rečemo, da smo s 300.000 artikli ter z digitalizacijo poslovanja in storitev pripravljeni na spremembe.

Bi se po vašem mnenju zaposleni v Bartogu morali bati digitalne transformacije?

Želel bi si, da digitalno transformacijo vzamemo predvsem kot priložnost. Kot vidimo, se svet okoli nas spreminja – enako velja tudi za delovne procese, s katerimi se soočamo pri dnevnih nalogah. Včasih se je vse delalo »na roke«, danes pa za ta del poskrbijo avtomatizirani procesi. Veliko se nas še vedno spomni časov pred računalniki, torej časov papirnih evidenc, odobritev, analiz ... Tukaj nam digitalizacija odpira novo dimenzijo, saj so ti procesi pohitreni, poenostavljeni in učinkoviti. Fokus zaposlenih pa je na nalogah, ki prinašajo višjo dodano vrednost podjetju. Digitalna transformacija prinaša veliko poslovnih priložnosti. Te se kažejo v obliki novih prodajnih kanalov, ki omogočajo naslavljanje večjega obsega strank in procesiranje večjega števila naročil. Odpira se predvsem večji trg in nov segment strank. Širina ponudbe in visokokakovostne storitve pa podjetja prikazujejo strankam v popolnoma novi luči. Poleg transformacije procesov in novih priložnosti digitalna transformacija spreminja tudi poslovni model, miselnost celotnega podjetja in se odpira proti strankam z novimi komunikacijskimi kanali. Ključni trenutek digitalne transformacije je možnost hitrega odzivanja na želje in zahteve kupcev.

Kakšno okolje vas motivira?

Motivira me predvsem dinamično okolje, kjer se vedno kaj dogaja. To je zagotovo segment, za katerega sem sedaj odgovoren. Vsak dan se srečujemo z novimi izzivi, ki jih družno rešujemo. Osebnost ne bi želel svojega delovnega dneva preživljati nikakor drugače.

Tudi pri nas je že prepoznaven koncept »cone udobja



Želim si, da vsak zaposleni, ko pride na delo, da od sebe svoj optimum. Tukaj ne govorim samo o količini, ampak predvsem o kvaliteti dela.

zaposlenih«. Kakšno je vaše mnenje o tem?

Če pogledamo zadnje leto, smo vsi stopili iz cone udobja in svoja življenja na poslovnem ter zasebnem delu prilagodili dani situaciji. Vsak ima lahko o tem svoje mnenje – nekatere stvari so šle na bolje, gotovo pa smo se tudi čemu odrekli. Tudi če izvzamemo korona situacijo, nam življenje postavlja takšne ali drugačne izzive, ki nam vedno znova redefiniirajo cono udobja. In menim, da je tako prav. Vsako podjetje, ki ostaja v coni udobja, počasi izgublja stik s tržiščem in posledično tudi konkurenčnost. Zato je prav, da gledamo, kako razširiti naše okvire delovanja in na ta način izpopolniti tudi samega sebe. Eno izmed orodij za to je tudi naša metodologija kaizen, ki nam pomaga, da delamo korake naprej. Želim si, da postane proces nenehnih izboljšav del našega vsakdanjika, naši zaposleni pa gonilna sila izboljševanja procesov. Tukaj imamo še veliko prostora za napredovanje.

Zaposleni v Tokiću so prvi na lestvici prioritet, to je ena od temeljnih vrednosti podjetja. Je

tako tudi v Bartogu?

Podjetji sta si zelo podobni, saj izhajata iz družinskih vrednot. Konec koncev je bil to tudi eden izmed razlogov za združitve. Pomembno pa je razumeti, da bomo kljub temu, da smo del skupine, obdržali v Bartogu svojo kulturo in identiteto. Si pa na nivoju skupine delimo enake vrednote, saj izhajamo iz prepričanja, da brez zadovoljnih zaposlenih ni zadovoljnih strank. Vsi skupaj se moramo zavedati, da imamo na poti do tja še veliko za postoriti in da bo potrebna angažiranost vseh zaposlenih. Prve odločne korake smo že naredili, tako da želim tukaj vse sodelavce spodbuditi, da na tej poti vztrajamo, in rezultat ne bo izostal.

S katero od uglednih oseb bi z veseljem poklepetali ob dobri hrani?

Oseba, ki jo zelo cenim, je gospod Niels B. Christiansen. Gospod je bil v preteklosti CEO Danfoss skupine, danes pa je CEO LEGO skupine. Je zelo karizmatična osebnost, velik vizionar. Takšnih v današnjem svetu primanjkuje. Imel sem ga priložnost

spoznati, vsekakor se ponovnega srečanja ne bi branil.

Kakšen je vaš življenjski moto? Imate morda kakšnega vzornika?

Moj moto je: »Nič ni nemogoče.« Samo vprašati se je treba, kaj nam to na koncu prinese. Karkoli počnemo, se moramo tega lotiti s pozitivnega vidika. Velikokrat lahko tudi iz nemogočih situacij potegnemo veliko dobrega. Nekega posebnega vzornika pa nimam. Med svojim delom v različnih državah sem srečal veliko različnih ljudi, ki so name naredili močan vtis. Lahko bi tudi rekel, da so njihove življenjske zgodbe imele name močan vpliv, ki je odločilno vplival na potek moje kariere poti. Zato jim bom vedno hvaležen.

Kaj pa lahko Bartog stori za mlade in za lokalno skupnost?

Bartog že sodeluje z nekaterimi šolami, želimo pa sodelovanje še dodatno razširiti. Zavedamo se pomembnosti naše aktivne vloge pri soustvarjanju prihodnjih generacij. Tukaj mislim na predavanja naših strokovnjakov, možnosti praks dijakov in študentov, izobraževanja profesorjev ter kasneje možnosti delovnih praks in zaposlitev v našem podjetju. V skupini imamo zelo napreden tehnično-izobraževalni center, ki ga uporabljamo tako za izobraževanje naših ekspertov kot tudi dijakov in študentov. Kot podjetje smo aktivni v različnih združenjih, sodelujemo pa tudi z lokalno skupnostjo. Vse z namenom ustvarjati skupni boljši jutri za vse nas. #

Blagovna znamka, h k

Znamka avtomobilskih delov TQ,



V času, ko je trg novih in rabljenih avtomobilov v regiji leta 2008 dosegel še nikoli viden vrh, zasebna znamka TQ še ni našla poti do kupcev. Starejši vozni park je potreboval pregledno in cenovno ugodno alternativo znanim znamkam avtomobilskih delov. Skupina Tokić, katere del je Bartog, pa je že dosegla izjemno dobro sodelovanje z dobavitelji z vsega sveta. Trdne temelje za nov razvojni korak sta postavila Tokićevo članstvo in vstop med delničarje največje svetovne korporacije distributerjev ATR International AG.

TQ ni nizkocenovna znamka, ampak najboljša vrednost za vložen denar in še več od tega.

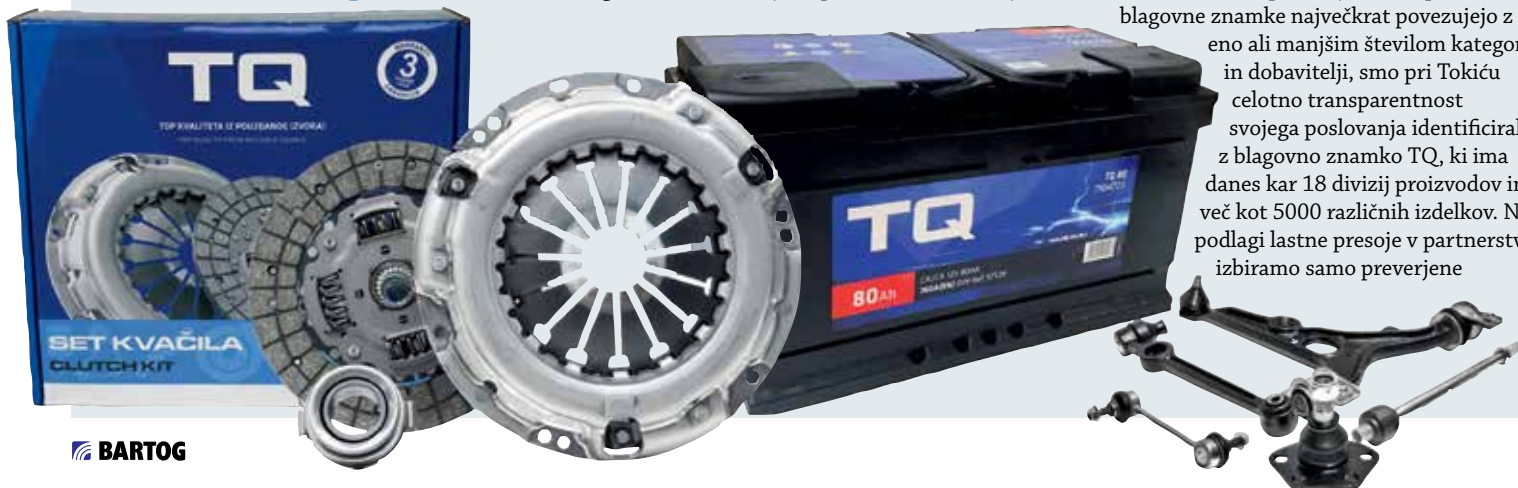
Predpogoji, ustvarjeni za novo blagovno znamko v regiji, so kmalu dobili epilog v prvih linijah najbolj priljubljenih skupin izdelkov, kot so zavorne obloge in ploščice TQ, akumulatorji in metlice brisalcev. Nova znamka TQ se je zelo hitro uveljavila na trgu, hkrati pa je odkrila in opredelila nova »pravila igre« pri zasebnih znamkah avtomobilskih delov. Naslednja leta so prinesla hiter razvoj nabora izdelkov TQ – kot kratica za Tokić Quality. Izdelki te znamke so hitro prišli v vse servisne delavnice. Pospešen razvoj podjetja s širitvijo poslovne mreže, izgradnjo velikega distribucijskega centra in ustanovitvijo izobraževalnega središča je ustvaril novo platformo za razvoj ponudbe TQ. Z odprtjem klicnega centra, s katerim smo vzpostavili neposreden komunikacijski kanal z vsemi strankami, smo začeli dobivati neposredne povratne informacije s terena.

Sodelovanje z dobavitelji iz EU

Tržne potrebe so privedle do hitre širitve blagovne znamke TQ, a tudi do novega definiranja kakovosti in cene. TQ se kot ena redkih zasebnih svetovnih blagovnih znamk usmerja k dobaviteljem srednjega in premium razreda. Medtem ko se večina blagovnih znamk osredotoča na nizkoporačunske alternative, TQ postaja blagovna znamka, ki jo kupec izbere kot temeljno



in ne kot alternativo. Pri blagovni znamki TQ smo uspeli rešiti težko nalogo in si zaupanje kupcev zagotovili z združevanjem različnih kategorij izdelkov od različnih dobaviteljev. Za razliko od večine proizvajalcev, ki podoba blagovne znamke največkrat povezujejo z eno ali manjšim številom kategorij in dobavitelji, smo pri Tokiću celotno transparentnost svojega poslovanja identificirali z blagovno znamko TQ, ki ima danes kar 18 divizij proizvodov in več kot 5000 različnih izdelkov. Na podlagi lastne presoje v partnerstvo izbiramo samo preverjene



Kateri se kupci vračajo

ki smo jo ustanovili pred 15 leti, prevzema velik del trga in se umešča blizu premium znamk.



Bogata izbira delov v
18 divizijah proizvodov
pokriva **98 odstotkov**
potreb domačega
voznega parka.

Nemška potrditev visoke ravni kakovosti

TQ je med zasebnimi blagovnimi znamkami postal premium izbira in temu je sledila najboljša potrditev uspešnega repozicioniranja blagovne znamke. Razvoj širine ponudbe TQ se je skozi stalno izboljševanje kakovosti in obsega prodaje odražal v višjem standardu storitev, kar postavlja nova merila za izbiro blagovne znamke. Poleg tega v programu TQ sodelujemo izključno s proizvajalci, saj je le tako mogoče zagotavljati ustrezno raven kakovosti, primerljivo z drugimi uveljavljenimi blagovnimi znamkami. V letu 2018 je blagovna znamka TQ doživela »zlato« potrditev z začetkom sodelovanja in uporabo skupne blagovne znamke s podjetjem Zimmermann – in to sodelovanje še vedno traja. Priznani nemški proizvajalec se je strinjal z uporabo svojega logotipa na novi embalaži zavornih ploščic in diskov TQ, s čimer smo v svetu blagovnih znamk storili še en korak brez primere. Novo raven kakovosti so tako javno potrdili najboljši, zato so se hkrati dvignila merila tudi za druge izdelke v ponudbi. Iz tega razloga sedaj, kjer je to le mogoče, za zagotavljanje preglednosti in kakovosti ponudbe TQ navajamo ime proizvajalca. Podjetje Bartog danes ponosno stoji za svojo novo blagovno znamko. Da bi ohranili visok standard kakovosti, smo začeli dobavitelje in njihove izdelke ocenjevati in pri tem ugotovili, da vsak

dobavitelj iz EU, za katere lahko zagotavljamo kakovost ne glede na skupino izdelkov v celotnem asortimanu. S tem dosežemo cilj, da vsi izdelki na lestvici kakovosti zasedejo višji položaj.

Uspešno pozicioniranje
blagovne znamke **TQ**
izkazuje tudi vse večji
interes na tujih trgih,
kar potrjuje stalna
rast izvoza.

Ponudba TQ

- ❖ Akumulatorji
- ❖ Avtoelektrika in elektronika
- ❖ Dodatna oprema
- ❖ Filtri in sistemi filtriranja
- ❖ Izpušni sistemi
- ❖ Karoserija
- ❖ Kemijski proizvodi
- ❖ Zavorni sistemi
- ❖ Menjalniki in prenosi
- ❖ Motor
- ❖ Pogonski jermeni in razvod
- ❖ Sklopke
- ❖ Upravljanje in podvozje
- ❖ Hladilni sistemi in gretje.



izdelek preprosto ni primeren za prodajo skozi zasebno blagovno znamko. Izbiramo le tiste, s katerimi lahko pri Bartogu in Tokiću na račun imidža in sodelovanja z dobavitelji kupcem po ugodnejši ceni zagotovimo višjo kakovost izdelkov kakor drugi ponudniki.

Vrhunska kakovost iz zanesljivega vira

Danes ponudba TQ med zasebnimi trgovci z avtomobilskimi deli sodi med najboljše prodajane blagovne znamke v regiji. Rast je velika tako na domačem trgu kot pri izvozu. Skoraj v celoti pokrivamo potrebe regionalnega voznega parka osebnih vozil kakor tudi programa lahkih gospodarskih vozil. Hitrost

dostave in garancije so povsem primerljive z uglednimi proizvajalci. Vsi izdelki iz ponudbe imajo vse potrebne certifikate in izpolnjujejo vse varnostne standarde. Bartog in Tokić s svojim tržnim dosegom in vztrajanjem pri kakovosti tako neposredno vplivata na »Varnost na poti«, kar je slogan vodilnega podjetja v regiji pri distribuciji avtomobilskih delov. #





Kupujte pnevmatike glede na svoj stil vožnje

Motociklistične pnevmatike so zelo specifičen izdelek in z napačno izbiro lahko ogrozite sebe in druge udeležence v prometu. Tukaj je nekaj pomembnih nasvetov, ki vas lahko rešijo pred težavami.

Postopek izbire prave pnevmatike za motorna kolesa je zelo zapleten. Za razliko od avtomobilov in drugih vozil na štirih ali več kolesih je velikost stične površine med pnevmatikami in asfaltom pri skuterjih in motociklih primerljiva z dvema večjima kovancema. Na primer, pri avtomobilu znaša stična površina pod vsakim kolesom približno 25 cm² in kot oprijema je skoraj vedno enak. Ne

smemo pozabiti, da se motocikli in skuterji v cestnih različicah nagibajo do 50°, pri dirkalnih motociklih MotoGP pa vse do 64°. A tudi pnevmatike za te motocikle so zasnovane tako, da pri takšnih nagibih zagotavljajo kar največji oprijem.

Kadar gre za motocikel starejše generacije, ki ni opremljen z ABS-om in nadzorom zdrsa, je pomembno, da imate čim novejšo pnevmatiko, ki

najbolj ustrezajo vašemu slogu vožnje. Povedano drugače, če ste lastnik športnega motocikla, vaše vozniške izkušnje pa so skromne in nimate močnih športnih ambicij, se raje odločite za pnevmatiko iz touring ali športno-turističnega segmenta.

Za razliko od pnevmatik iz visokošportnega segmenta, ki so v bistvu dirkalne pnevmatike s cestno homologacijo, imajo touring pnevmatike nižjo delovno temperaturo. Bolje se obnesejo v deževnih razmerah, zaradi česar so varnejše, saj v vsakdanjem življenju ne bodo vedno dosegle delovne temperature. Povsem napačno je misliti, da boste s športnimi pnevmatikami hitrejši, to preprosto ni res. Hitrost prinaša vozniška spretnost in nikoli ne smemo pozabiti, da cesta ni dirkaška steza. #

10 blagovnih znamk za dvokolesa in priložnosti pri Bartogu

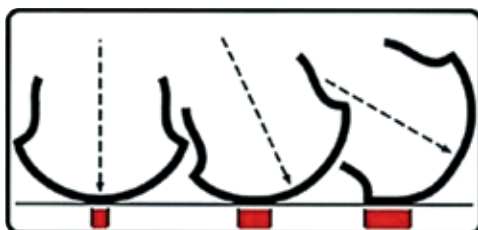
BRIDGESTONE

Continental

DUNLOP

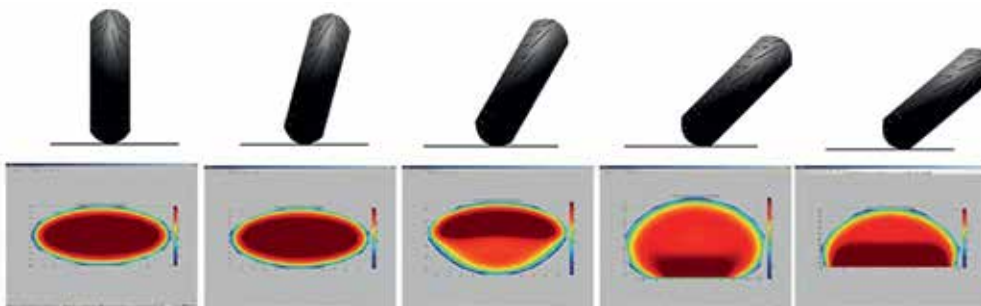
HEIDENAU

METZELER



Stična površina med pnevmatiko in asfaltom se razlikuje glede na nagib, vendar so ekstremi rezervirani za zelo izkušene voznike na dirkaški stezi.

0° 15° 30° 45° 50°



1 Pnevmatik ne kupujete za motocikel, ampak zase

Ne glede na to, kakšen motocikel vozite, izberite pnevmatike glede na svoj stil vožnje. Nič ni narobe, če svoj motocikel s 150 KM opremito s potovalnimi (touring) pnevmatikami. Če vozite z umirjenim tempom, je to povsem pravilna odločitev, saj se takšne pnevmatike hitreje segrejejo in imajo nižjo delovno temperaturo, hkrati pa so varnejše v dežju in hladnejšem vremenu.

2 Športne pnevmatike se veliko hitreje obrabijo

Sodobne motoristične pnevmatike so visokotehnoški izdelek in njihova izdelava je zelo kompleksna ter draga, ceno pa plača končni kupec. V povprečju zdržijo športne pnevmatike na zmogljivih motociklih približno 5.000 km, nato pa se njihove zmogljivosti hitro zmanjšajo. Ker komplet premium pnevmatik stane vsaj 250 evrov, se izkaže, da je to drag šport. Zato je pnevmatika iz segmenta sporttouring pametnejši nakup, saj komplet lahko zdrži vsaj 15.000 km.

3 Ne eksperimentirajte z dimenzijami

Vsak skuter oziroma motocikel ima samo eno dimenzijo pnevmatik, ki je tovarniško homologirana in so tam odobrili njeno uporabo. Za razliko od avtomobilov, kjer ob namestitvi širših pnevmatik povečajo stično površino, lahko namestitev širših (ali ožjih) pnevmatik na motocikel resno ogrozi varnost. Poleg tega bodite prepričani, da boste imeli na tehničnem pregledu velike težave.

4 S športnimi pnevmatikami ne boste hitrejši

Vse pnevmatike so črne, niso pa vse enake. Da bi športna ali hiperšportna pnevmatika dala vse od sebe, jo je treba za doseg visoke temperature voziti z visokim tempom, kar je na cesti težko dosegljivo. Po drugi strani pa lahko ob hladnih jutrih in v dežju takšna pnevmatika nenadoma zdrsne in povzroči padec. Touring pnevmatike so boljše izbira za bolj umirjene voznike, ki se z motociklom vozijo skoraj vse leto.

5 Pnevmatike vedno menjajte v parih

Zadnja pnevmatika se obrablja hitreje kot sprednja, vendar odstopanja niso zelo velika. Pnevmatike vedno menjajte v parih in ne kombinirajte pnevmatik iz drugih segmentov, temveč se odločite za en komplet istega proizvajalca. Le tako boste zagotovili enakomerno delovanje in enak oprijem na sprednjih in zadnjih kolesih, kar je za varnost ključnega pomena.





Govorite tudi, kadar molčite

Ne glede na to, ali nagovarjate življenjskega ali poslovnega partnerja, ali govorite javno ali s kolegi na kosilu, neverbalna komunikacija in govorica telesa – pa to hočete ali ne – izdajata vaše dejanske občutke. Zato vsekakor zavestno nadzorujte svojo »komunikacijsko folkloro«.

Popolnoma drugače je, ali vam je informacijo posredoval kolega, ki ste ga že sprejeli za svojega, ali 'tujec', ki vam na prvi pogled ni bil všeč. Ali pa je morda isti neznanec s svojimi komunikacijskimi veščinami uspešno zadostil vašim čutom. Gotovo ste pogosto sami v vlogi tujca, tako da je prav, da se zavedate pomena neverbalne komunikacije. Vsaka teza mora imeti znanstveno podlago, kar je tudi osnova uspešnega nagovarjanja sogovornika. Seveda je treba vedeti, o čem govorimo, a velikokrat se izkaže, da je neverbalna komunikacija, ki spremlja govor, še pomembnejša od vsebine. Za uvod: raziskave so pokazale, da

boste veliko hitreje in uspešneje komunicirali, če boste v prvih 10–30 sekundah sogovorniku všeč. Če se izkaže, da sogovornika tema zanima, ga bo doseglo 45 odstotkov slišane, v primeru, da ga ne zanima, pa zgolj 15 odstotkov. Še bolj zanimivo je poglavje o neverbalni komunikaciji, saj je znano, da je človek že od obdobja, ko se začne zavedati okolice, nagnjen k temu, da bolj verjame tistemu, kar vidi, kot tistemu, kar sliši.

Ton je pomembnejši kot vsebina

Številne raziskave in na njihovi podlagi oblikovani modeli so pokazali, da neverbalna komunikacija in nastop bolj vplivata na sogovornikovo mnenje kot vsebina, ki ste mu jo povedali. Dejansko naj bi pomen besed (semantika) na sogovornika vplival le v deležu sedmih odstotkov, 38 odstotkov vpliva v povprečju dosežemo z načinom izgovarjanja besed (tonom), kar 55 odstotkov

pa z neverbalno komunikacijo. Za slednjo šteje celoten nabor gibov in dejanj, gest, razdalj, očesnega stika in izrazov obraza, ki zavedno in nezavedno spremljajo govor. Ti osnovni podatki so le del raziskav Alberta Mehrabiana iz sedemdesetih let prejšnjega stoletja, vendar še danes veljajo za referenco. In ne pozabite, da smo govorci tudi takrat, ko molčimo; seveda pa prvenstveno v medijskih in drugih javnih nastopih, med poslovnim pogovorom s kupcem

Dovolj je, da se zavedate pomena sporočil, ki jih oddajate, tudi ko se ne zavedate, da komunicirate, to je z načinom, kako sedite in držite roke, z izrazom obraza in držo telesa.

ali med klepetom z njim ter tudi takrat, ko zgolj sedimo ob strani. Preprosto, poglavje neverbalne komunikacije je tako obsežno in pomembno, največkrat pa celo ključno, da nanj nikoli ne smemo pozabiti.

Tudi molk je sporočilo

Ta osnovna izhodišča so le podlaga za pomen premišljenega nastopa pred poslušalcem, stranko, kupcem ...

Nadaljnje analize razkrivajo poglobljene in natančne pristope, pogosto pa tudi na prvi pogled nepomembne podrobnosti, s katerimi lahko bolje in učinkoviteje oddajamo in prenašamo informacije. Seveda z osnovnim izhodiščem, da sporočilo (pomen) ni tisto, kar ste poslali, temveč tisto, kar je sogovornik slišal in razumel. Vzrok za razlike med poslanim in prejetim sporočilom imenujemo komunikacijski šum. Ta se pojavlja tako v viru (oddajniku), v komunikacijskem kanalu kot v zmožljivostih, zainteresiranosti in pozornosti poslušalca (sprejemniku). Ker je za izdelavo izdelka ali pripravo storitve potrebno veliko energije in časa, lahko tako vi kot vaša organizacija utrpíte veliko škodo, če sporočilo posredujete na napačen način. Do podobne ali enake škode lahko pride tudi, če sporočilo zgolj nepopolno posredujete. Za začetek je dovolj že, da se zavedate pomembnosti sporočil, ki jih pošiljate, in to tudi, ko se vam zdi, da še ne komunicirate – to so najprej načini, kako sedite, kako držite roke, vaš izraz obraza in drža, in šele nato, kaj govorite. Že če pridete na sestanek dovolj zgodaj oziroma pravočasno, da razmislite o glavnih vsebinah, ki jih želite podati, se postavite v rahel razkorak in se nasmehnete – boste postali dvakrat boljši. In če ste potem pozorni na neverbalne znake, ki vam jih pošilja sogovornik, se komunikacija začne. Če pa vaš sogovornik pogleda na uro, je to jasen znak, da je čas, da zaključite.

Neresnica in netočnost

Najbolj privlačno poglavje komuniciranja s širšim občinstvom je zagotovo tisto, ki se ukvarja z razkrivanjem neresnic. Ne pozabite, da se lahko neresnice z nenatančno komunikacijo pojavijo tudi v okviru dobrih namenov. Če se oseba, s katero komunicirate,

Za neverbalno komunikacijo šteje celoten nabor gibov in dejanj, kretenj, očesnega stika, razdalje in izrazov obraza, ki zavedno in nezavedno spremljajo govor.



nenehno dotika svojega nosu, čela ali ušesnih resic, po spoznanjih raziskav to kaže na negotovost in prikrivanje resničnega stanja. Z lastnimi izkušnjami, pa tudi v primeru pomanjkanja informacij, boste neresnice odkrili z drugimi metodami, pogosto povezanimi z očmi in pogledom. Na sogovornikov pogled ne

smemo gledati kot na odgovor laže/ne laže (binarni odgovor), temveč kot kazalnik načina, kako oseba sebi 'prevaja' vprašanje, ki ste ji ga zastavili. Na primer, če pogleda v levo (v vašo desno), si poskuša priklicati zapomnjene zvoke, če pogleda navzgor v levo, se poskuša spomniti nekaterih situacij. Sogovornik navadno

pogleda navzgor v desno (na vašo levo), ko si določeno sliko oziroma kombinacijo predstavlja prvič.

Govorica telesa

Če želite izboljšati svojo govorico telesa, boste veliko informacij našli na internetu, za poglobljanje tovrstnega znanja pa zlahka najdete veliko literature, na primer knjiga z naslovom Komunikacijske veščine, verbalne in neverbalne prepričevalne tehnike avtorice Antolović-Sviličič, kjer smo našli številne primere pomena govorice telesa. Roke v žepih tako nakazujejo zavračanje komunikacije – seveda, če nismo na mrazu. Po drugi strani roke na hrbtu nakazujejo avtoriteto in prevlado, če pa stojite s prekrizanimi rokami, pošiljate sporočilo, da vas tema ne zanima. Če sedite za mizo, imejte roke sproščeno na njej, ne stiskajte dlani in na tleh naj bosta celi stopali, saj to izžareva varnost in samozavest. Oseba, ki drži dlan na mizi, kaže, da je glavna. Tisti, ki prekriža nogi, pa ima s težavo s komunikacijo. Roke pod mizo kažejo na negotovost, komolca na mizi s prekrizanimi prsti na frustracijo, medtem ko prsti v širokem dotiku njihovih konic kažejo na samozavest. #



Roke na hrbtu nakazujejo avtoriteto in prevlado, če pa stojite s prekrizanimi rokami, pošiljate sporočilo, da vas tema ne zanima.



Pnevmatika, katere ime je težko izgovoriti, a jo z lahkoto vozite

Nov program ponudbe pnevmatik v Bartogu je prinesel tudi znamko, kot je Vredestein, ki voznika navdušuje v vseh pogledih, tako vizualno kot vozno in cenovno.

Morda je malo težje prebrati ime tega priznanega nizozemskega proizvajalca, a je s pnevmatikami Vredestein mogoče zlahka voziti dinamično in varno. Ta trditev je slišati privlačno, a ker gre za priznanega proizvajalca, ustanovljenega leta 1909, je povsem upravičena. Vredestein je blagovna znamka, ki je idejo kompromisa dvignila na najvišjo raven. Ponuja vrhunske izdelke po optimizirani ceni ter združuje adrenalinsko vožnjo in varnost. Konec koncev je Vredestein že od svojega začetka pnevmatika, ki je bila skozi tehnologijo zasnovana za razvoj. Je blagovna znamka, ki je vedno želela postaviti nove meje. Najvišja pričakovanja voznika so utemeljena, saj so pri Vredesteinu



Pri Vredesteinu proizvajajo avtomobilске pnevmatike že od davnega leta 1912.

že pred začetkom sedemdesetih let dvajsetega stoletja (1965) izdelal prvo zimsko pnevmatiko M&S 187. Prav tako so v zgodnjih devetdesetih letih s prvim modelom Quatrac postali pionirji v proizvodnji celoletnih visokozmogljivih pnevmatik.

Podiranje meja in postavljanje rekordov

Stoletni razvoj podjetja natančno razkriva inovativnost in se odlično navezuje na idejo ustanovitelja Emileja Louisa Constanta Schiffa. Tehnološki preboj in podiranje meja sta vtakana v Vredesteinov DNK. Zato ni nič nenavadnega, da so prav pri Vredesteinu leta 2005 predstavili prve zimske pnevmatike s hitrostnim



indeksom W (240 km/h), nato pa za prve celoletne pnevmatike, ki prenesejo hitrost do 300 km/h. Proaktivnost se vidi v vsakem poglavju razvoja in v njihovi bogati zgodovini najdemo na stotine odličnih primerov. Pri Vredesteinu so kolesarske pnevmatike izdelovali že leta

1910, podpisali pa so se tudi na prvo napihljivo zasilno rezervno pnevmatiko, ki prihrani del prtljažnega prostora. Leta 1912 so začeli z avtomobilskimi pnevmatikami. Vredestein natančno prouči in prepozna potrebe vsakega trga ter na osnovi tega oblikuje lasten program pnevmatik. Zahvaljujoč temu tržnemu

pristopu so kot logično inovacijo in nov primer tehnološkega preboja kot prvi izdelali celoletno run-flat pnevmatiko. Kreativnost v proizvodnji je prinesla prilagojene celoletne programe pnevmatik za celotne trge. V Severni Ameriki, na primer, posebno pozornost namenijo pnevmatikam za zahtevna pick-up vozila, pa tudi celoletnim modelom, ki jih tam uporablja približno 90 odstotkov voznikov.

Zmagovalec testiranj

Pri Vredesteinu so se pred kratkim odločili za sodobnejšo celotno grafično podobo znamke in tako dosegli novo raven prefinjenosti. Odtlej so inovacije in zmogljivosti skozi zgodovino, zahvaljujoč novim oblikovnim elementom in domačim sporočilom, ki jih podpirata Vredestein in lastnik koncerna Apollo, še tesneje povezane.

Prav na to temo je znana nizozemska oblikovalska agencija BART and Ronin oblikovala digitalno razstavo. Na ta način je Vredestein javnosti predstavil svojo novo celotno grafično podobo Refined by design.

Prva vgradnja za nove top modele

Odlični rezultati na primerjalnih testih pnevmatik najbolj potrjujejo kakovost. To potrjuje tudi vedno večje število proizvajalcev, ki pnevmatike Vredestein izberejo za prvo vgradnjo (OEM) na svoja vozila – priznane avtomobilске znamke, kot so Volkswagen, Ford, Seat ...

Ponudba pnevmatik za vse modele in voznike

Najbolj zanimiva je vsekakor ponudba pnevmatik, ki se odraža v 18 modelih. Ti pokrivajo vse potrebe klasičnih vozil, športnih terencev in drugih 4x4 vozil ter tudi malih gospodarskih vozil. Linija zimskih pnevmatik Wintrac snowflake je najboljši primer dviganja varnostnih standardov. Profil vzorca so zasnovali tako, da voznika ščiti pred težavami z akvaplaningom, vzporedno pa so dosegli celo za pet odstotkov večjo površino oprijema na mokrih in zasneženih podlagah.



Quatrac je model celoletne pnevmatike, ki na primerjalnih testih dosega odlične rezultate.

Zimsko zadovoljstvo

V naslednjem koraku so ponudili zimsko pnevmatiko Wintrac Pro, s katero je vožnja v zimskih razmerah sproščujoča in celo zabavna. Vrednost te pnevmatike so potrdile priznane redakcije, ki preizkušajo pnevmatike, kot so Auto Motor und Sport, Auto Bild in tudi avstrijski ÖAMTC. Zimske pnevmatike Wintrac so na voljo z indeksom hitrosti do 300 km/h, kar veliko pove. Spremlja jih 15 odstotkov boljša vodljivost na snegu in izjemno učinkovito obnašanje med zaviranjem. Zaviranje na mokri podlagi so izboljšali kar za deset odstotkov.

Srečno skozi vse letne čase

Vredesteinova družina pnevmatik Quatrac združuje celoletne modele. Pri treh linijah izdelkov so se osredotočili na izpopolnjevanje, da lahko v kritičnih obdobjih ponudijo najboljše. Že začetni Quatrac ponuja deset odstotkov boljše obnašanje pri akvaplaningu in prav toliko boljšo vodljivost na mokri podlagi. Trajnost pnevmatike je podaljšana za kar 20 odstotkov. Z naprednejšim modelom Quatrac 5 kompromisi izginejo, tako da voznik preprosto

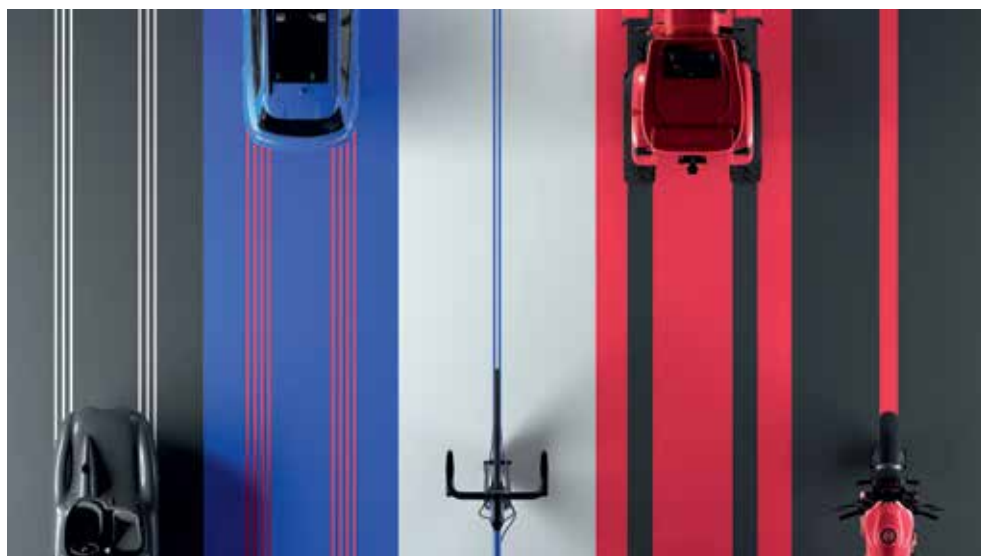
dobi dve pnevmatiki v eni. Razkošje vožnje z eno pnevmatiko v vseh vremenskih razmerah je neprecenljivo, kar potrjujejo tudi nagrade Auto Bild za zmagovalec testov v letih 2015, 2016, 2019 in 2021 (205/50 R 16), leta 2020 pa so se pnevmatike Vredestein uvrstile na drugo mesto. Vrhunec predstavlja pnevmatika, ki so jo pri Auto Bildu leta 2019 razglasili za vzorčno in izjemno. Testirali so jo v konkurenci s kar 31 celoletnimi pnevmatikami. Gre za model Quatrac Pro, ki so ga oblikovali v slovitim italijanskem centru Giugiaro Design, kar je poudarjeno na bokih pnevmatike. Širina ponudbe letnih pnevmatik Vredestein je prav tako zanimiva kot ponudba zimskih, model v središču pozornosti je zagotovo Ultrac Satin. Popoln občutek nadzora nad optimizirano konstrukcijo in profilom spremlja nizek kotalni upor, ki varčuje z gorivom. Na koncu se vsi pogovori zaključijo z modelom Ultrac Vorti R, namenjenim superšportnim avtomobilom, ki ni le odličen, ampak tudi lep. #



Pri Vredesteinu poleg avtomobilskih pnevmatik izdelujejo tudi pnevmatike za motorna kolesa, imajo svoj gospodarski program, v Bartog ponudbi pa najdete tudi pnevmatike za kmetijsko in gradbeno mehanizacijo.

NA KRATKO: VREDESTEIN SKOZI 113-LETNO ZGODOVINO

- 1909** Rojstvo blagovne znamke
- 1965** Prva zimska pnevmatika M&S 187
- 1979** Napihljiva zasilna rezervna pnevmatika
- 1991** Prva celoletna pnevmatika Quatrac
- 1999** Sportrac – oblikovanje Giugiaro
- 2005** Prva zimska pnevmatika z indeksom hitrosti W
- 2007** Quatrac 3, prva celoletna pnevmatika run-flat
- 2009** Vstop v korporacijo Apollo Tyres
- 2013** Wintrac Xtreme S – prva zimska pnevmatika z indeksom hitrosti Y
- 2014** Quatrac 5 – prva celoletna pnevmatika z indeksom hitrosti Y
- 2016** Novi razvojni center, namenjen prvi gradnji v Frankfurtu
- 2017** Nova tovarna na Madžarskem



Čarobna tabla uspeha

Metodologijo organiziranja in vodenja procesov KAIZEN smo predstavili v prejšnji številki, tokrat bomo odkrivali prvi konkreten korak, imenovan »daily kaizen 1« ali »team board«. Z njim boste ves čas vedeli, kje so vaše izgube (muda), ekipni (skupinski) sestanki pa vam nikoli ne bodo kradli časa in osredotočenosti.

Ne glede na to, ali gre za kompleksen posel in veliko vključenih zaposlenih ali preproste protokole, posameznik v skupini le stežka vsak trenutek ve, kakšna natanko je situacija v projektu. Pri tem je včasih težko strukturirati misli in odmisliiti zunanje dejavnike, kaj šele vedeti, od kod smo začeli, kje se je delo ustavilo in zakaj, kakšna so odprta vprašanja ... Konec koncev se pogosto zgodi, da pozabimo celo, kateri so bili naši osnovni cilji. Metodologijo kaizen pa poslovni fokus usmerja na pravo mesto.

Vedno v fokusu

Vsako novo orodje pogosto sprejemamo kot novo delovno obremenitev. Prednost metode kaizen in ekipne table je, da predstavljata platformo za koordinacijo skupine in z njuno pomočjo je skupina vedno osredotočena v bistvene vsebine. Gre za orodje, ki ne utruja, ampak razbremenjuje. Poleg tega, kdor enkrat zastavi jasno strukturirano platformo in sprejme idejo ekipne table kot procesa kaizen daily 1, je skoraj nikoli ne bo opustil. Bolj verjetno je, da bomo po njej kot stabilni procesni rešitvi posegli pred kakršnim koli izzivom. Predstavljajte si, da vsakič, ko se vprašate: »Kaj potrebujem danes?« ali »Kaj potrebujem jutri?«, dobite jasen odgovor zgolj s pogledom na tablo.

Ob tem mimogrede natančno vidite, kje so z delom vsi vaši projektni partnerji. Ne, tabla ne predstavlja naključnega bistva zapiskov vseh deležnikov procesa, temveč strukturirano predstavitev informacij znotraj skupine. Spremlja poslovanje, aktivnosti in rezultate. Hkrati pa vsak član ekipe ves čas ve, v kateri fazi je sam, pa tudi v primerjavi s svojimi sodelavci s skupnim ciljem.

Jasno mi povej

Tablo običajno sestavljajo trije 'stebri' (stolpci), tako da je vizualno razdeljena, vse skupaj pa tvori ekipno identiteto. Prvi stebler predstavlja ljudi/ekipo in standardizira dnevni red sestanka. Drugi stebler (rezultati) spremlja aktivnosti in ključne kazalnike uspešnosti (KPI), tretji stebler pa imenujemo nenehno izboljševanje.

V slednjem zastavljamo vprašanja, vizualne standarde, protiukrepe ... Kot standardni del metodologije kaizen je ključna videzna informacija/komunikacija, zato podatkov na tabli ni treba meriti in proučevati, ampak nanjo samo pogledamo (jo skeniramo) in vemo, kje smo.

V rdečem ali zelenem?

Ko pogledate na tablo, boste takoj videli, kdo se je udeležil katerega sestanka, kakšne so njegove dolžnosti in v kateri fazi je s svojimi nalogami. Poleg tega boste skozi ključne kazalnike videli, v kateri fazi na poti k svojemu cilju je celoten projekt. Vsebine so prikazane tako, da vam bo takoj jasno, ali ste 'v rdečem ali zelenem'. Na koncu boste na tretjem delu table našli vsa odprta vprašanja, pa tudi tista, ki so se na novo porodila. Lahko boste odkrili težave, ki so nastale že med načrtovanjem, in določili tiste bistvene, ki jih je treba kar najhitreje rešiti. Zadeva je tako preprosta, da se trud, vložen v osvajanje metodologije dela z ekipno tablo, začne takoj in večkratno vračati. Metoda ekipne table rešuje težave razpršenosti dialoga, pomanjkanje osredotočenosti na bistvene zadeve in nam neposredno razkrije, ali je situacija res takšna, kakor mislimo, da je. #



Na ekipni tabli je napisano VSE, KAR JE TREBA OBRAVNAVATI NA SESTANKU, in vsi ključni kazalniki uspeha (KPI), POTREBNI ZA ŠIRŠO SLIKO DELA, in trenutno stanje skupine ali oddelka.



Zaključek akcije "KUPI FALKEN, OSVOJI VESPO!"

Dejan Hodnik iz Logatca in Erik Prestor iz Šenčurja se bosta to pomlad vozila naokrog ne le z avtomobilom ali kolesom, ampak tudi z vespo. Sta namreč srečna izžrebanca nagradne igre "Kupi Falken, osvoji Vespo!", ki smo jo v Bartogu izvedli konec lanskega leta, nagradi pa smo jima predali pred kratkim.

Dejan Hodnik je atraktivno Vespa Primavera 50 Sean Wotherspoon prevzel v naši poslovalnici v Logatcu in, kot je povedal, nagrade ni pričakoval, jo je pa seveda vesel. Morda se bo z njo kdaj za sprostitev kam zapeljala tudi njegova izbranka, ki se sicer večino časa posveča njunima hčerkicama. Erik Prestor iz podjetja Avto Erik pa je Vespa sprint 50 4T prevzel v naši poslovalnici v Kranju, in to prav ob 7. obletnici samostojne podjetniške poti. Tako kot prvemu nagrajencu je tudi njemu ključke od vespe predal direktor maloprodaje v Bartogu Igor Slatinek.

Obema nagrajencema še enkrat iskreno čestitamo in jima želimo veliko užitkov ter seveda varno vožnjo!



Dan žena izkoristile za druženje in rekreacijo



Mednarodni praznik žensk – 8. marec – je nekaj posebnega. Za dame, zaposlene v Bartogu, pa je to tudi dela prost dan. Zato smo ga tudi letos res izkoristile in združile prijetno s koristnim. Zavedamo se, da lahko vsaka od nas s svojo energijo, znanjem, izkušnjami in mnogimi vrli-nami pripomore k uspehu podjetja. S skupnimi močmi zmoremo več, najmočnejše pa smo, ko se spodbujamo.

Spodbudne besede nam je namenil tudi direktor Sašo Šimec, ki je vsaki od zaposlenih ob dnevu žena podelil vrtnice in izpostavil naš doprinos k uspehu podjetja. Po kavi in zajtrku v Gostilni Javornik v Rakovniku pri Šentrupertu smo se odpravile na pohod na 602 m visoka Nebesa nad Šentrupertom, od koder seže čudovit razgled na Mirnsko dolino, vidijo pa se tudi Gorjanci s Trdinovim vrhom, Gače, Vrhtrebnje in celo Snežnik. Prijetno utrujene, a zadovoljne, smo se zgodaj popoldne vrnile v dolino, hvaležne za priložnost, da sicer delovni dan preživimo v naravi.

Matevž Šuštaršič: »Upam, da s svojim delom podjetju vračam, kar vlagajo vame!«

Matevž Šuštaršič iz Gorenjega vrha pri Dobrniču je kljub svojim rosnim dvajsetim letom v slovenski atletiki pustil že velik pečat. Fant z veliko motivacije po doseganju najboljših rezultatov, ne samo v atletiki, ampak na vseh področjih v življenju, stremi k jasno zastavljenim ciljem. Skromnost in vztrajnost ga spremljata že od malih nog, za kar je, kot pravi sam, najbolj hvaležen staršem. Pred kratkim je odlično nastopil na članskem dvoranskem državnem prvenstvu, na izboru Športnik leta 2021 Mestne občine Novo mesto pa je osvojil drugo mesto.



Njegova atletska pot se je začela v devetem razredu osnovne šole. »Vedno sem se sicer rad ukvarjal s športom, a od konca osnovne šole je moja ljubezen do atletike samo rastla in sčasoma sem začel svoje življenje prilagajati temu,« pojasnjuje Matevž, sicer član Atletskega kluba Krka iz Novega mesta.

Kot specialist za tek na kratke proge se lahko pohvali z izjemnimi dosežki v minulem letu, ko je večkrat stal na najvišji zmagovalni stopnički. Na prvenstvu Slovenije za mlajše člane je osvojil prvo mesto v teku na 100 in 200 m, bil je član zmagovalne članske štafete 4 x 100 m, je članski podprvak v teku na 200 m, hkrati pa tudi državni prvak med starejšimi mladinci v teku na 100 in 200 m (na prostem). Pa to še ni vse. Med starejšimi mladinci je tudi državni dvoranski prvak v teku na 200 m, osvojil pa je tudi prvo mesto v teku na 100 in 200 m na atletskem pokalu Slovenije za mladince. S temi dosežki ga je strokovna komisija v novomeški občini uvrstila na drugo mesto v izboru za naj športnika minulega leta.

Ne število medalj, temveč posebni (osebni) dosežki štejejo največ

Vsako leto se Matevž udeležuje evropskih prvenstev in, kot pravi, je ponosen na vse nastope na velikih tekmovanjih. Na vprašanje, katere dosežke v svoji karieri bi najbolj izpostavil oziroma kateri rezultati mu največ pomenijo, pa odvrne: »Marsikdo bi na to vprašanje odgovoril z naštevanjem najboljših dosežkov ali medalj. Pri meni pa je ta zgodba malo drugačna. Kolajna je definitivno neka nagrada za trdo delo, vendar moj največji uspeh je uvrstitev na olimpijske igre mladih U18. Tam sem postavil svoj osebni rekord in se uvrstil v polfinale na 100 m in zasedel končno 15. mesto v Evropi. Bilo je moje prvo leto v atletiki pod vodstvom trenerja Andreja Jerička. Nikoli si nisem mislil, da bom prišel na oder za zmagovalce v Sloveniji, kaj šele na velike tekme, kot so te. Ampak trener je trdil drugače; vedno je govoril, da imam tisto, kar potrebuje športnik, da bo dober. Tako sem na eni tekmi odtekel osebni rekord in bum. Čez 3 tedne sem dobil informacijo, da sem uvrščen v olimpijsko reprezentanco Slovenije. Ne



Foto: Sabina Gosence

Brigita, Matevž in Ludvik Šuštaršič



Foto: Boštjan Pucelj

Andrej Jeriček, Matevž Šuštaršič, Eva Murn – Športnik leta 2021



Foto: Boštjan Pucelj

Športnik leta 2021 MO NM – Naj Športniki



Foto: Peter Kastelic

Andrej Jeriček in Matevž Šuštaršič

Matevž, ki od leta 2018 sodeluje tudi s podjetjem Bartog. »Bartog, d. o. o., je bil moj prvi osebni sponzor. Večno bom hvaležen vodstvu podjetja za zaupanje, saj sem zaradi njih lahko prišel na tako visok nivo. Zdaj sodelujemo že četrto leto. Upam, da z delom v podjetju, seveda kadar mi čas dopušča, pripomorem k boljšemu poslovanju in na ta način vračam, kar Bartog vlaga v mojo športno zgodbo!«

Visoki letošnji cilji, a gleda tudi naprej v življenje

Kot pravi sam, v letošnjem letu stremi k boljši fizični pripravljenosti. »Dolga leta sem imel težave s poškodbami, katerim upam, da kmalu uidem, tako kot sotekmovalcem. Najbolj si želim izboljšati svoje osebne rekorde, z veliko truda in malo sreče pa upam, da se mi uspe uvrstiti na evropsko člansko prvenstvo v Nemčiji.« Eden od ciljev se je že izpolnil – na članskem državnem dvoranskem prvenstvu je namreč pokazal, da

spomnim se, kako sem reagiral, spomin pa se ščemenja v trebuhu in nepopisne sreče.«

Šport izoblikuje močno osebnost

Že kot dijak je dosegal zavidljive rezultate, ki so nakazali, da se razvija v vrhunskega atleta. Ni pa napredoval le v športnem smislu. »Skozi leta sem si definitivno ustvaril nek čvrst, močan karakter. Individualni šport zahteva veliko od osebe, potrebno je veliko prilagajanja, odpovedovanja in trdega dela. Mislim, da sem sedaj veliko bolj samozavesten in nikoli ne obupam po prvem padcu. Vsi pravijo, da sem postal perfekcionista v svoji stroki, vendar jim vedo rečem, da perfekcionista ni nekdo, ki želi svoje delo opraviti najboljše možno, ampak je to človek, ki si želi v življenju uspeti.«

Hvaležen staršem, pa tudi Bartogu

Podpora staršev in prijateljev, kariera in osebna sreča – to je tisto, kar mu v življenju pomeni največ. »Nihče ne bo naredil namesto tebe in vedno bo nekdo hotel podreti to, kar delaš. Mislim, da je to slogan, ki me priganja k temu, da sem to, kar sem, in me nobena ovira ne bo spravila s tira,« je odločen

Prvak Slovenije v teku na 100 in 200 m za mlajše člane, član zmagovalne štafete 4 x 100 m, prvak med starejšimi mladinci na 100 ter 200 m in državni dvoranski prvak na 200 m, zmagovalec na 100 ter 200 m na atletskem pokalu Slovenije za mladince.



DP dvorana 2022 – 200 m

je izjemno dobro pripravljen – v teku na 200 m je tekel svoj osebni rekord – 21,37 sekunde – in osvojil drugo mesto. Ob doseganju vse boljših rezultatov pa se še kako dobro zaveda, da športna kariera ne traja večno. Kot študent elektronike na Višji strokovni šoli Novo mesto veliko časa posveča pridobivanju novih znanj na tem področju, poleg tega pa se ukvarja tudi s športno masažo. »Ker rad pomagam športnikom, kot sem sam,« dodaja. Na vprašanje, katere so njegove športne in osebne ambicije, pravi, da bi rad oboje združil. »Najprej želim zaključiti šolanje in nadaljevati izobraževanje morda še v kaki drugi stroki. Čim dlje bi rad vztrajal in delal v športu, tudi ko bom zaključil svojo športno kariero. Pomagal bi mladim športnikom kot trener ali pa kot maser.« #



Od nekdanj nad vsemi p

Ob odličnih referencah pri svetovnih proizvajalcih, vsekakor pa tistih zelo zahtevnih iz motociklistične industrije, je olje Mannol doseglo vrhunske rezultate tudi na našem trgu in pri tem na testih premagalo nekatere premium znamke.



Povprečnih pet litrov motornega olja predstavlja največji del cene vsakega rednega servisa, zato je povsem na mestu vprašanje, koliko se splača varčevati ravno pri olju. Odgovor je jasen – sploh ne, saj je olje ključno za dobro delovanje motorja in njegovo dolgoživost. Logično pa se je tudi vprašati, ali so smiselne alternative. Prav nemška znamka Mannol tu razkriva odličen primer. Pravzaprav so temelj zaupanja in kasneje zadovoljstva strank pri Mannolu postavili leta 2018, ko ga je uredništvo specializirane nemške revije Auto motor und sport uvrstilo v primerjalni preizkusu s kar 14 drugimi motornimi olji. Primerjali so jih z referenčnim izdelkom, ki ga kot najpomembnejši proizvajalec na tem področju priporoča Volkswagen. Rezultat je bil presenetljiv, saj velika razlika v

ceni, v nekaterih primerih celo trikratna, z minimalnimi razlikami v kakovosti nikakor ni upravičena. Zmagovalec obsežnega testa, ki ga je opravilo specializirano podjetje Oelcheck v Brannenburgu na Bavarskem, je bila ravno blagovna znamka Mannol. To je tisti Mannol, ki dosega izjemne prodajne rezultate na policah Bartoga v Sloveniji in Tokića na Hrvaškem ter zavzema pomemben tržni delež. Doslej je vsak trg hitro prepoznal odlično kakovost in ugodno razmerje med finančnim vložkom in dobljenim, ki je značilno za tega dobavitelja. Mannol je najbolj priljubljeno olje na Hrvaškem, zdaj pa je na vrsti še Slovenija.

Nemška kakovost

Bogata ponudba oljnih proizvodov nemškega podjetja Sudheimer Car Technik z blagovno znamko Mannol zdaj lahko v celoti zadovoljuje potrebe vseh slovenskih



ričakovanji

Bogata ponudba oljnih proizvodov nemškega podjetja Sudheimer Car Technik z blagovno znamko Mannol zdaj lahko v celoti zadovoljuje potrebe vseh slovenskih voznikov.

voznikov. Gre za podjetje, specializirano za proizvodnjo visokokakovostnih motornih olj, maziv in avtomobilskih delov. V svojem proizvodnem programu imajo olja in maziva ter aditive za olje in gorivo. Juri Sudheimer je leta 1993 omenjeno podjetje ustanovil v Neumünstru. Danes so izdelki Mannol svetovno priznani in priljubljeni, podoba vrhunskega proizvajalca motornih olj pa dopolnjujejo kratek dobavni rok in reference prve vgradnje OEM ter specifikacije, potrjene EU kakovosti, z velikimi proizvodnimi zmogljivostmi.

Bogate reference

Poleg klasičnih motornih olj, ki so primerna za veliko večino avtomobilov na naših cestah, boste na policah Bartogovih poslovalnic našli tudi olja za menjalnike in posebna olja za diferenciale. Ob tem je na voljo bogat izbor olj za tovornjake in na desetine različnih specifikacij za program motociklov.

Poleg referenc iz avtomobilske industrije, od Audijs, BMW-ja in Mercedes do Nissana, Porscheja in VW, se je Mannol izkazal kot referenčna znamka, ki zadovoljuje potrebe proizvajalcev, kot so Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Husaberg in tudi Ducati. Poleg klasičnih litrskih so na voljo še 5-, 60- in 208-litrska pakiranja. Široko ponudbo Mannolovih artiklov nenehno dopolnjujejo in s tem partnerjem dajejo možnost za nastope tudi na vseh zahtevnih trgih. To pomeni, da lahko s temi izdelki postanejo tudi vodilni na trgu. Vsi Mannolovi izdelki izpolnjujejo najstrožje ISO standarde.

»Poleg olja pri Mannolu ponujajo še aditive, masti, tesnilne mase, razpršila za čiščenje armaturnih plošč, čistila, lepila za plastiko, čistila za motorje, kontaktna razpršila, odmrzovalce stekla, odstranjevalce, paste za poliranje, sredstva za krpanje in čiščenje hladilnikov, šampone.« #



Ima pomanjkljivosti, a tudi prednosti

Retro oblikovanje posebej cenimo predvsem pri mestnih trendsetterjih, vendar je zaradi visoke cene nov za mnoge nedosegljiv. Rabljen Fiat 500 ni bagatelno ugoden in ima določene pomanjkljivosti. Nanizali smo vam nekaj nasvetov, na katere morate biti še posebej pozorni.



Kljub vsej količini retro šarma in všečnosti je Fiat 500 avtomobil s številnimi pomanjkljivostmi. Ni najbolj okreten, sedeži zagotavljajo polovično udobje, vzmetenje je razmeroma trdo, volan pa daje premalo povratnih informacij. Čeprav je nabor motorjev pester in širok, se je izbira pretežno skrčila na izhodiščen, anemičen 1,2-litrski bencinski motor z 69 KM. Nad njim je 1,4-litrski štirivaljnik – ki so ga s turbo kompresorjem nadgradili le v različicah Abarth (od 135 do 190 KM) – in poka od temperameta. Leta 2010 je Fiat predstavil tudi dvovaljni turbo Twinair s 85 in 105 KM ter 1,3-litrski dizel (Multijet). Oba motorja slovita kot varčna, vendar sta zaradi občutno višje cene v primerjavi z izhodiščnim bencinskim modelom dokaj nekonkurenčna. Seznam pomanjkljivosti bomo dopolnili s skromnim prtljažnikom, pa tudi z ozkim zadnjim naslonjalom. Karoserija je sprva videti trdna in čvrsta, po petih, šestih letih pa na notranji strani robov blatnikov že najdemo sledi korozije. K rjavenju je nagnjen tudi izpušni sistem, zavorne cevi in cevi

pa hitro propadajo. Nasploh ima 1,2-litrski bencinski motor težave s pregrevanjem, največ težav pa se začne s poroznimi cevmi, nekoliko manj kot pri sami motorni glavi, ki zaradi pregrevanja (bel dim iz izpuha) počí. Seznam elementov, ki jih morate pred nakupom natančno pregledati, bomo zaključili z blažilniki in kolesnimi ležaji. Prav tako pri novem avtomobilu pogosto doplačajo stekleno streho (pomično) – preverite, če popolnoma tesni. #



hladilnega sistema

PONUDBA REZERVNIH DELOV

Artikel	Enota	Cena (EUR)
Oljni filter	1 kos	8,17
Zračni filter	1 kos	6,70
Zračni filter kabine	1 kos	9,86
Zavorna diska (spredaj)	2 kosa	47,64
Zavorne ploščice	Komplet	29,72
Zavorna bobna (zadaj)	2 kosa	24,81
Zavorne čeljusti	Komplet	50,72
Roka/vilica (prednja prema)	1 kos	92,22
Svečka	1 kos	3,58
Mikro (rebrasti) jermen	1 kos	6,56
Hladilnik	1 kos	206,42
Kondenzator klimatske naprave	1 kos	55,02
Drog stabilizatorja	1 kos	20,89
Pesto kolesa brez ležaja	1 kos	25,53
Kolesni ležaj	1 kos	32,32

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

Odgovorno obnavljanje

Od samega začetka je bil glavni cilj podjetja TMI doseči najboljšo kakovost svojih izdelkov. Naš nabor izdelkov obsega 8 različnih skupin izdelkov, ki so obnovljeni in kakovostno preizkušeni v naših lastnih proizvodnih obratih.

Zakaj izbrati TMI?

- > Široka ponudba izdelkov
- > Več kot 13.500 edinstvenih števil delov
- > Proizvodi so obnovljeni tako, da ustrezajo standardom OE
- > Proizvodi so posamično preizkušeni na testni mizi
- > Dvoletna garancija z neomejenim številom prevoženih kilometrov
- > Plug & Play
- > Uporaba poslovnega modela, ki znatno zmanjšuje emisije CO₂
- > Proizvodnja s certifikatom ISO 9001:2015 in 14001:2015
- > 1 milijon jeder na zalogi - pripravljenih za ponovno proizvodnjo - obnovo





Šport in glasba

Ko je prišel na trg, je bil hit leta in se uveljavil kot pravi športnik z zelo zmogljivim motorjem, ki obožuje visoke vrtljaje. Najti ohranjen primerek je danes redkost, edina tehnična pomanjkljivost pa je povezana z menjalnikom.

Že od začetka sta ga odlikovali zelo pomembni lastnosti – bil je prvi športni motocikel z radialno nameščenimi zavornimi čeljustmi in bil je zelo dosegljiv. S ceno, ki je komaj dosegla 10.000 evrov, in z zajetno močjo 125 KM je ZX-6R hitro postal hit leta 2003 v Sloveniji. Želeli so si ga vsi, od uličnih postavljačev do dirkačev. Ja, za razliko od svojih predhodnikov je bilo ta model mogoče voziti v razredu supersport, saj je bila poleg 'civilne' različice 636 ccm na voljo tudi dirkaška s 599 ccm, znana kot ZX-6RR.

Vsi so hvalili njegovo borbeno

odzivnost v zgornjih vrtljajih in polno delovanje pri srednjih. Sprva je bil digitalni prikazovalnik vrtljajev marsikomu zelo zanimiv, kasneje pa predmet kritik, saj je ob sončnem vremenu skoraj nemogoče prebrati število vrtljajev. Pretrd zadnji amortizer je bil vedno tarča ugovorov, zavore in zmogljivost pa so na vse pretege hvalili. Omeniti velja tudi, da je bil takrat (enako tudi zdaj) manj primeren za višje voznike, medtem ko so se tisti nižje rasti z njegovo ergonomijo zelo hitro spoprijateljili.

V dolgoletni uporabi se je pokazalo le nekaj pomanjkljivosti. Ena izmed njih je menjalnik, ki zna zelo pogosto skočiti iz tretje in četrte prestave, zato ga ob morebitnem nakupu dobro preverite. Prav tako bodite pozorni na okvir, saj so ga zaradi padcev velikokrat krpali – varili kitali in lakirali. Ena od šibkih točk so zavorne čeljusti, katerih bati pogosto radi korodirajo. Zaključna obdelava je najslabša na kolesih, zunanosti motorja in zlatem delu prednjih vilic, kar se pogosto kaže z luščenjem barve. #



PONUDBA DELOV

Artikel	Cena (v EUR)
Oljni filter Hiflo	4,36
Oljni filter K&N	5,70
Zračni filter Hiflo	26,07
Zračni filter K&N	46,25
Prednje zavorne ploščice EBC sinter meta TRW sintered sv	22,28 22,84
Zadnje zavorne ploščice EBC TRW	12,97 14,42
Prednji zavorni disk EBC	101,66
Tesnilo pokrova ventilov	28,25
Tesnilo izpuha (kom)	5,93
Tesnila ventilov (tefloni) Athena	2,80
Termostat	32,34
Senzor temperature	36,69
Hladilnik	117,11
Set za popravilo vodne črpalke	12,72
Ročica sklopke JMT, kovana	16,48
Set ležajev krmila All Balls	32,20
Set krožnih oljnih tesnil (semeringov) za vilice All Balls	9,67
Pletenica sklopke	7,46
Set ležajev zadnjega kolesa s krožnimi oljnimi tesnili All Balls	20,69
Krmilnik alternatorja Jmp	73,29
Stator Tourmax	84,52
Zaganjalnik	42,43
Vžigalna tuljava	43,41
Stikalo sklopke	6,81
Stikalo zavorne luči	3,60
Vžigalna svečka NGK CR9EIX	8,79

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

Za uspešen in srečen začetek nove sezone

Po tem, ko so zadnji dve leti blagoslov motorjev v Mirni Peči zaradi epidemioloških ukrepov izpeljali virtualno prek Facebooka, se člani Moto kluba AMD Trebnje letos zelo veselijo, da bodo lahko ta priljubljeni dogodek izvedli v živo.

Letošnji tradicionalni, že 24. vseslovenski blagoslov motorjev, motoristk in motoristov bo potekal v ponedeljek, 18. aprila 2022, na že znanem prizorišču pred cerkvijo v Mirni Peči. Organizatorji ostajajo zvesti tradiciji, da blagoslov izvedejo na velikonočni ponedeljek, se pa še posebej veselijo dejstva, da bodo na tisoče ljubiteljev motorjev lahko znova pozdravili v živo.

»Na zadnjem blagoslovu motorjev, ki smo ga organizirali v živo, to je bilo leta 2019, je bilo približno 10.000 obiskovalcev. Potem smo ga dve leti zapored zaradi epidemije koronavirusa izvedli prek Facebooka in imeli tudi tu zelo veliko število ogledov. Zdaj, ko znova lahko organiziramo prireditve v živo, smo prepričani, da bo tudi letos zanimanje ogromno,« pravi Leopold Pungerčar iz Moto kluba AMD Trebnje in dodaja: »Ostajamo zvesti tudi Slakovi glasbi in Pavčkovi poeziji.« Za tiste, ki ne veste – na prireditvi se v zadnjih letih vedno znova spomnijo tudi pokojnih mirnopedskih rojakov; harmonikarja Lojzeta Slaka in pesnika Toneta Pavčka, ter začrtajo novo motoristično sezono. Namen mirnopedškega srečanja, kamor pride na tisoče motoristov in motoristk iz vse Slovenije in tujine, je tudi v tem, da želijo tako javnost kot motoriste na začetku motoristične sezone opozoriti tudi na prometno varnost. Pridite v Mirno Peč tudi vi, da bo uvod v motoristično sezono srečen in uspešen! #



Največji slovenski motociklistični dogodek je tradicionalno organiziran v Mirni Peči, letos tudi ob ponosni podpori Bartoga.



Zanesljiv distributer

Mercedesov težek tovornjak je bil posebej zasnovan za medmestno distribucijo, njegovo zanesljivo delovanje pa temelji na primerni skrbi in rednem vzdrževanju.

Konec leta 2012 so predstavili novega Antosa, ki je skupaj z večjim Actrosom v celoti nadomestil prejšnji model Axor. Antos je rešil tudi največjo težavo svojega predhodnika, katerega kabina je bila premajhna in je bila na voljo v šestih različicah, širokih 2,3 in dolgih 1,7 metra. Ker je bil namenjen medkrajevni distribuciji, je prišel na trg kot vlačilec, torej v različici šasijske s kabino, medtem ko so bili motorji (238–510 KM) izključno v izvedbi Euro 6. Pri sodobnih dizelskih motorjih so prvič uporabili spremenljivo krmljenje ventilov, tovornjake pa serijsko opremili z avtomatiziranimi menjalniki Powershift. Večina stvari je podobnih kot pri večjih Actrosih, zato je treba pri pomanjkljivostih zunanjih delov biti pozoren na poškodbe spodnjega dela odbijača zaradi nizke karoserije, ohlapno pritrjenih vzvratnih ogledal in žarometov

oziroma žarnic, ki pogosto pregorijo. Obvezno je tudi preverjanje sistema AdBlue zaradi težav s senzorji, včasih pa se pokaže tudi potreba po menjavi črpalke. Zaradi puščanja olja na zadnji premii so leta 2017 lastnike vpoklicali, da so to napako odpravili v servisih. Pomembno je ugotoviti, ali je bil ta servis opravljen, prav tako

kakor v primeru puščanja goriva iz visokotlačnih vodov nekaj let pozneje. Znake obrabe lahko kažejo gumbi za tempomat in stranska stekla, motor brisalcev se tudi rad prehitro pokvari. A ob ustreznem vzdrževanju ni razloga, da se Antos ne bi izkazal za zanesljivega sopotnika še za veliko kilometrov. #

Vsi rezervni deli so na voljo med delovniki od 8. do 16. ure, ob sobotah pa od 8. do 12. ure. Več informacij dobite na www.bartog.si, vprašanja lahko pošljete po e-pošti tovorni@bartog.si ali pa nas pokličete na tel. št. 041 415 690 (Jože Kutnar) ali 041 425 475 (Miran Mikec).





BARTOG



PRISOTNI SMO V 40 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 s štiridesetimi 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.

K Bartogu tudi po električno

Celovitost Bartogove ponudbe in prilagojenost tržnim potrebam ter trendom potrjuje široka izbira domačih polnilnih postaj za električna vozila ter tehnična podpora pri izbiri ponujenih modelov in možnost naročila montaže.

Ne glede na to, kako privlačno se zdi lastništvo električnega vozila, sta razpoložljivost polnilnih postaj in njihova učinkovitost za množično uporabo še daleč od optimuma. Omejujeta jih tako energetska kot prostorska infrastruktura mest oziroma okolje, v katerem živimo. Ravno zaradi tega, čeprav so profilirani kot vodilni v regiji na področju vzdrževanja vozil in motorjev z notranjim zgorevanjem, pri Bartogu v okviru Skupine Tokić ponujajo podporo tudi lastnikom hibridnih in električnih vozil. Ta podpora se odraža v seminarjih TEC-izobraževalnega centra v Zagrebu, certificiranem po standardih EU, v zadnjem času pa tudi v ponudbi domačih polnilnic oziroma polnilnih postaj za baterijska električna vozila (BEV). Do široke izbire polnilnic lahko pridete tako, da

kontaktirate katero koli izmed 38 poslovalnic Bartoga v Sloveniji ali približno 100 Tokićevih poslovalnic na Hrvaškem, od koder vam bodo domačo polnilnico tudi dostavili.

Logično sodelovanje in storitev „na ključ“

Ponudbo polnilnikov so oblikovali v sodelovanju s Končarjem, uglednim hrvaškim podjetjem in svetovno priznanim proizvajalcem energetske elektronike s 100-letno tradicijo. To sodelovanje je logičen rezultat skupnih interesov. Medtem ko pri Končarju ponujajo celovito proizvodnjo, energetske in projektno strokovno znanje, sta distribucija in razvejana prodajna mreža Bartoga nadgradnja na poti k izboljšanju slovenskega trga mobilnosti.

Na novo razviti polnilniki bodo prepoznavni po blagovnih znamkah Končar in Hector. Slednja

je močna in hitro rastoča domača Bartogova znamka orodja in servisne opreme. Ponujene visokokakovostne polnilnice so z njihovimi specifikacijami in možnostmi prilagojene širokemu krogu uporabnikov ter jih lahko dodatno prilagodimo željam posameznih kupcev. To je vrednota odličnega sodelovanja, katerega plod je celovita podpora strankam: izbira ustrezne polnilnice, projektiranje, montaža in servis – na ključ.

Celovita tehnična podpora in vgradnja

Nakup polnilnika, kot tudi odločitev za električno vozilo, je preprost del postopka, za pravilno priključitev polnilnice na električno omrežje pa je potreben strokovnjak. Da bi domača postaja polnila električno vozilo z močjo 7 kilovatov ali več, je treba najprej to energijo zagotoviti v stavbi, kjer bo polnilnica nameščena. V prvem koraku je treba preveriti trenutno priključno električno moč objekta, in če ta ni ustrezna, je treba z distributerjem električne energije nato določiti ustrezno moč. V tem delu procesa pri Bartogu in



Prikaz na zaslonu polnilnice kot tudi moč in druge specifikacije bodo lahko prilagodili željam kupcev

energijo

Tokiću svojim kupcem ponujajo usmerjanje in tehnično podporo. Vsekakor pa se mora kupec s strokovnjaki posvetovati že pred nakupom, da polnilnica ne bi bila po nepotrebnem predimenzionirana in posledično predraga oziroma neustrezna za vaše vozilo.

Arsenal za vsako priložnost

Hectorjevi polnilniki v Bartogovi ponudbi zadovoljujejo potrebe trga, saj ob petih modelih njihov razpon polnilne moči sega od 7 do 180 kilovatov. Začetek ponudbe predstavljajo izmenične (AC) polnilnice z močjo 7 in 22 kilovatov, enosmerne (DC) polnilnice pa ponujajo polnilne moči 30, 60 in celo 180 kilovatov. Tako bo najmočnejši model v ponudbi še nekaj časa presegal polnilne potrebe najnovejših električnih vozil. Obenem pa za polnjenje priključnih hibridnih vozil navadno ni treba kupovati domače polnilnice, zmogljivejše od 7 kilovatov – iz preprostega razloga – baterij teh vozil navadno ni mogoče polniti z večjo močjo. Torej, če se pojavi potreba, vam lahko pri Bartogu in Končarju vedno ponudijo polnilno postajo natančno po vaših potrebah in željah. Hitre enosmerne električne

polnilnice niso primerne za gospodinjstva, ampak za velike centre, kjer imajo objekti visoke električne priključne moči. Vse zmogljivejše polnilnice v ponudbi zadovoljujejo visoke standarde mreže polnilnih postaj v regiji, najmočnejše pa pri nas še vedno predstavljajo pravo redkost.

Tako električna energija kot servis na enem mestu

Poleg tehnične podpore skozi asistenco Bartoga in Tokića po potrebi ponujajo tudi izdelavo projektne dokumentacije z vsemi certifikati in dovoljenji. To velja tudi v primeru instalacije večjega števila polnilnic v večje sisteme. Odvisno od potreb in želja kupcev lahko električne polnilne postaje Hector delujejo kot enostavne polnilnice, mogoče pa jih je opremiti z RFID kartico za aktiviranje. Opcijsko je na voljo tudi storitev povezovanja polnilnic v enoten sistem s skupnim spremljanjem porabe in razporeditvijo moči električne energije po postajah. To pomeni več povezanih polnilnic na eni lokaciji s centraliziranim nadzorom. Vsakemu kupcu zagotavljajo celovito servisno podporo in rezervne dele, tako da je storitev na kakovostni ravni, kakršno pričakujete od Tokića, Bartoga in Končarja. Konec koncev, 'elektrika' v Bartoginih poslovalnicah ni nič drugega kot potrditiv podobe 'Early Adopter', ki je pripravljena zadovoljiti vse tržne trende in zahteve. #

Ponudba polnilnic za električna vozila

HECTOR AC44

- Dva AC priključka typ2
- Moč polnjenja 22 kW



HECTOR AC07

- AC priključek typ2
- Moč polnjenja 7 kW



HECTOR DC30

- Stenska DC hitra polnilnica s priključkoma CCS2 in CHAdeMO
- Moč polnjenja 30 kW
- Izhodna napetost za CCS 150-950 V, za CHAdeMO 150 do 500 V
- Možnost povezovanja



HECTOR DC60

- DC hitra polnilnica s priključkoma CCS2 in CHAdeMO
- Možnosti istočasnega polnjenja
- Moč polnjenja 60 kW
- Možnost povezovanja



HECTOR D180

- DC hitra polnilnica s priključkoma CCS2 in CHAdeMO
- Možnosti istočasnega polnjenja
- Moč polnjenja 180 kW
- Možnost povezovanja



Posebni, ker jih vodi ženska, a strokovni in profesionalni

Avto Markelj je majhno družinsko podjetje s sedežem na Brezjah na Gorenjskem, ki se ponaša z več kot 40-letno tradicijo in mnogimi zadovoljnimi strankami. Kljub močni konkurenci na trgu so uspešni, pa tudi posebni. Mreži BHS so se pridružili med prvimi, se v kriznih časih obdržali na trgu in odločno stopajo novim izzivom naproti.

Upravičeno so ponosni, da se z dejavnostjo avtomobilskega servisiranja ukvarja že tretja generacija. »Začetki segajo v leto 1980, ko je tast Ciril začel s popravilom sprva kmetijske mehanizacije, nato pa tudi vozil,« obuja spomine lastnica avtoservisa Sabina Mandelj in dodaja: »Poleg avtomobilskega servisiranja nudimo našim strankam vulkaniziranje, kleparsko-ličarske usluge in avtovleko, pa še kaj bi se našlo. Ponosni smo, da se je podjetje iz majhne delavnice lahko razširilo in posodobilo. Zgradili smo nove servisne prostore in avtosalon. Največji napredek pa je viden v dejavnosti avtovleke in nadomestnih vozil.« Danes se lahko pohvalijo s pomlajenim in ekološko bolj prijaznim voznim parkom, v katerem se trenutno nahajajo tri vlečna vozila Man, Iveco in Renault.



Brezje
78a
4243 Brezje
PON.-PET.
09:00-
17:00



»Za daljše vožnje pa uporabljamo Nissan Navaro in prikolico. Strankam nudimo tudi 6 nadomestnih vozil. V tem letu načrtujemo nakup še ene avtovleke in nekaj nadomestnih vozil,« dodaja Sabina.

Tudi ženske so v tem poslu lahko uspešne

Poleg nje sta v podjetju zaposlena še mož Tone in sin Aljaž, občasno pa jim na pomoč priskoči hči Tjaša, sicer redno zaposlena v Bartogovi poslovalnici v Lescah. »Za volan dostikrat sedem sama, ker imata fanta delo v delavnici. To delo me veseli in v njem res uživam. Stranke so včasih malo presenečene, ko pride ženska z avtovleko, ampak vedno manj, ker imam že kar nekaj kolegic v tem poslu, med drugimi se je za to delo navdušila tudi hči.« Kot pravi, pa seveda zanimivih dogodivščin prav zaradi dejstva, da v pretežno moškem poklicu deluje ženska, ne manjka: »Ko sem prišla z avtovleko na naslov, kamor so me poslali iz asistence, sta me tam pričakala dva moška. Z enim sem se pogovarjala po telefonu, preden sem šla na vožnjo, in ko izstopim iz kamiona, pravi eden drugemu: 'Ja, poglej jo, pa je res baba. Jaz pa sem mislil, da ma dedc čist babji glas!' (smeh).« Kot še dodaja Sabina, se sicer s kolegi avtovlekarki odlično razumejo. »Med seboj se večkrat slišimo in drug drugemu malo 'pojamramo', ko pa se srečamo na cesti, si pomahamo.«

Med prvimi v mreži BHS

Avto Markelj je eden od trenutno dvajsetih servisov, ki je vključen v mrežo servisov B.H.S. Bil pa je eden med prvimi v tej mreži in odločitve ne obžalujejo. Kot se spominja Sabina, je bila leta 1998, ko je začela samostojno pot v tej branži, v podrejenem položaju v primerjavi z d.o.o.-ji, saj so bili dobavitelji dokaj nezainteresirani za poslovanje s samostojnimi podjetniki. »Takrat sem se prvič srečala s podjetjem Bartog, ki je bilo zainteresirano zame, četudi sem bila novinka. Pomagali so mi tudi s konsignacijsko zalogo, kar je bila pri ostalih dobaviteljih redkost. Tako se je začelo tudi naše sodelovanje v mreži BHS. Začutila sem, da podjetje Bartog ni le podjetje, ampak ena velika družina, ki ti v stiski priskoči na pomoč, zato je lepo, da to ceniš in ostaneš zvest ne glede na mogoče malo boljše pogoje pri konkurenci. In ravno to je smisel neke mreže oziroma neke družine, ko spoznaš svoje kolege in ti ni nerodno



Avto Markelj je trenutno eden od dvajsetih servisov, ki so vključeni v mrežo servisov B.H.S., bil pa je tudi med prvimi v mreži.

kadarkoli vprašati za nasvet oziroma prositi za pomoč.«

Predani delu in hvaležni Bartogu

Ob tem izpostavlja, da je Bartog v marsičem pomagal tudi njim, da kot podjetje in kot osebe še vedno rastejo. »Ponosni smo, da smo znali obdržati naše zveste stranke. Glede na to, da imamo stranke različnih generacij in da lahko servisiramo vozilo dedku, očetu in vnuku, nam daje potrditev, da delamo dobro in pošteno. Kdor dela, seveda tudi kdaj greši, a trudimo se, da do napak ne pride, če pa se še zgodijo, je treba odgovornost prevzeti nase. Zato se mi zdi, da je zelo pomembno, s katerimi dobavitelji sodeluješ, že z vidika reševanja reklamacij. Pri nas je to še vedno v večini Bartog, razlogov za to pa je več. Imajo najboljše, prijazne in strokovne prodajalce. Naročeno mi dostavijo dvakrat na dan, včasih tudi večkrat. Poslovalnice imajo za vsakim vogalom, zato lastne zaloge ne potrebujemo. Izbira delov in zaloge je zadovoljiva oziroma gre na bolje. Samo še logistiko 'poštimajo', pa bo odlično. Pomoč pri financiranju opreme ni odveč. Nagrada za dobro sodelovanje ob koncu leta pa dobro dene,« priznava Sabina in za konec še dodaja, da si zelo želijo več možnosti za druženje, predvsem pa kakovostnih, strokovnih, praktičnih in nekomercialnih izobraževanj. #





Najmanjša, a hkrati največja

Bartogova poslovalnica v Mirni Peči se nahaja v industrijski coni Dolenja vas, tik ob avtocesti Ljubljana-Zagreb, kjer se nahajajo tudi logistično-distribucijski center Bartoga in prostori uprave podjetja. Je ena najmanjših, a po svoje tudi največjih poslovalnic. Za njo namreč stoji skladišče, ki obsega več kot 12.000 m². Iz tega razloga je to poslovalnica, kjer lahko vedno in takoj dobite vse izdelke, ki so na zalogi – tudi avto dele in avtomobilsko kozmetiko.

V poslovalnici Mirna Peč vam je na voljo poseben prodajni svetovalec za gospodarski program.

Jože Kutnar je prodajalec z več kot 15-letnimi izkušnjami v gospodarskem programu, ki pomaga in svetuje pri izbiri nadomestnih delov, tekočin in ostalih delov za vaš vozni park. S svojimi izkušnjami in poznavanjem voznega parka vam svetuje pri izbiri med širokim naborom kakovostnih segmentov. Gospodarski program se je sicer

razvil z integracijo poslovanja Bartoga v skupino Toki. Celoten gospodarski program tako obsega več kot 11.000 izdelkov, med katerimi lahko najdete priznane in preverjene dobavitelje, s katerimi poskrbimo za vaš tovornjak, avtobus ali prikolico. Blagovne znamke, kot so TEXTAR, VALEO, BERAL, HENGST, MANN FILTER, SOGEFI, SACHS, LUK, TRW, LEMFORDER, FAG, INA, EBERSPACHER, WEBASTO, ZF, BOSCH, MAHLE in še nekatere, so odgovor na originalne nadomestne dele. Poleg teh pa vas v naši

poslovalnici čakajo tudi originalom enakovredni nadomestni deli mnogih priznanih in uveljavljenih proizvajalcev. Potrudili se bomo, da vam v najkrajšem času dostavimo kar koli iz našega programa, kot so tovarne pnevmatike, motorno olje, filtri, zavore, sklopke, deli podvozja, deli karoserije, svetila, motorni deli, deli za prikolico, akumulatorji in še mnogo ostalih stvari.

Blago iz logističnega centra Mirna Peč dnevno dostavljamo po vsej Sloveniji z več kot 70 dostavnimi vozili, v sodelovanju





z matičnim podjetjem Tokić pa zagotavljamo dostavo tudi na Hrvaško in še v nekatere druge države. S svojo logistiko po vsej Sloveniji želimo čim bolj olajšati delo vsem serviserjem in s tem neposredno dvigniti raven storitve, varnosti in zadovoljstva vseh nas, udeležencev v prometu. Opravljamo storitev po najvišjih standardih z globalno ponudbo, a domačo izvedbo. »Ker je prevozniku zelo pomembna točnost in zanesljivost, je tudi naše vodilo 5P. Vedno se bomo trudili, da dostavimo pravi izdelek, v pravilni količini, na pravo mesto, ob pravem času, za pravo ceno. Naša končna skrb in želja je zadovoljen kupec,« poudarja vodja gospodarskega programa Primož Lončar. Poslovalnica v Mirni Peči ponuja 3 dostave dnevno za kupce na področju jugovzhodne Slovenije – dve dnevni in eno izredno dostavo. »Naš cilj je dostava v roku dveh ur po naročilu blaga iz zaloge,« dodaja Lončar. Četudi se zdi, da je lokacija poslovalnice v Mirni Peči nekoliko oddaljena, pa temu v resnici ni tako. Je praktično na doseg vsem, ki se vozijo po avtocesti, saj se nahaja med Trebnjem in Novim mestom, le minuto vožnje od odcepa Mirna Peč. Na voljo je torej tako potnikom, ki se vozijo denimo na relaciji med Krškimi

SKUPINE IZDELKOV, KI SO NA VOLJO V POSLOVALNICI:

- ❖ Tovorne pnevmatike
- ❖ Filtri
- ❖ Zavore
- ❖ Sklopke
- ❖ Karoserija
- ❖ Akumulatorji
- ❖ Maziva
- ❖ Pnevmatski sistem
- ❖ Osvetlitev
- ❖ Avtomobilska kozmetika
- ❖ Hladilni sistem
- ❖ Sistem ogrevanja kabine
- ❖ Podvozje

in Ljubljano pa potrebujejo kaj od avtomobilske kozmetike, na primer tekočino za stekla ali kaj od dodatne opreme, kakor tudi večjim prevoznikom, ki so stalno na poti na daljših (tudi mednarodnih) razdaljah. Ker nam je pomembno, da se ljudje pri nas dobro počutijo, ni odveč niti podatek, da so prevzemna mesta urejena tako, da so lahko dostopna tudi invalidskim vozičkom. Pred prevzemnim mestom je urejeno brezplačno parkiranje. Izdelki, ki so na zalogi v poslovalnici, so na voljo za prevzem še isti delovni dan. #



Poslovalnica Mirna Peč

Brezence 9
8216 Mirna Peč
Tel: + 386 41 415 690
E-pošta:
joze.kutnar@bartog.si
tovorni@bartog.si
Delovni čas:
PON.-PET.: 8:00-16:00
SOB: 8:00-12:00



Kakšna je delavnica brez dvigala?

Dansko podjetje AC Hydraulics je vodilno na trgu hidravličnih dvigal vseh vrst. S tradicijo od leta 1958 se ponaša z bogatim strokovnim znanjem in svoje izdelke izvaža v več kot 50 držav po vsem svetu.

KANALSKO ZRAČNO-HIDRAVLIČNO DVIGALO - SPUŠČENO

GDT

Številka artikla: 236441

- Ergonomska oblika
- Nizka konstrukcijska višina
- Nosilnost: 15 t
- Oblikovan nastavljivi okvir za vse jame
- Prečna drsna roka
- Varnostni ventil pred preobremenitvijo



HIDRAVLIČNO DELAVNIŠKO DVIGALO ZA MOTORJE

WJN5 / WJN10

Številka artikla: 259456

- Zložljiva konstrukcija za hitro shranjevanje
- Enostavno manevriranje (4 kolesa)
- Delovna višina: 2020-2340 mm
- Nosilnost: 5,5 t / 1,1 t
- Varnostni ventil pred preobremenitvijo
- Dvižni kavelj se zavrti za 360 stopinj



HIDRAVLIČEN VOZIČEK ZA KOLESA

WT1500N/NT/NT-B

Številka artikla: 386299

- Enostavno rokovanje tudi z največjimi kolesi
- Dva robustna ročaja omogočata enostavno manevriranje
- S preprostim stikalom lahko enostavno razširite ali umaknete čeljusti
- Ročaj olajša vrtenje koles na vozičku
- Za kar največjo varnost lahko kolo pripnete s trakom
- Velikosti koles: najmanj Ø 1.000 mm – največ Ø 2.400 mm
- Širina kolesa: največ 1.200 mm
- Nosilnost: 1,5 t

ROČNO AVTODVIGALO ZA HITRO DVIGANJE (KROKODIL)

DK20 / DK20Q

Številka artikla: 261080

- Najmanjša višina: 80 mm
- Največja višina: 494 mm
- Nosilnost: 2,0 t
- Široka in krepka jeklena konstrukcija
- Natančno in enostavno rokovanje
- Vgrajen varnostni ventil pred preobremenitvijo



HIDRAVLIČNO DVIGALO ZA MENJALNIKE

VL3 / VL6 / VL10

Številka artikla: 359114

- Upravljanje s pedalom (prosti roki)
- Natančna nastavev položaja menjalnika
- Zelo odporna, pocinkana konstrukcija
- Varnostni ventil pred preobremenitvijo
- Čvrsta vrtljiva kolesca za optimalno stabilnost
- Primeren za vgradnjo rezervoarjev za gorivo, izpušnih sistemov itd.
- Nosilnost: 0,3 t / 0,6 t / 1,0 t



HIDRAVLIČNA STISKALNICA

P100H

Številka artikla: 386296

- Za delavnice, kjer vzdržujejo in popravljajo gospodarska vozila
- Zmogljivost: 100 t, hod: 300 mm
- Nožno upravljanje (prosti obe roki)
- Vgrajen manometer (v višini oči)
- Širok, varjen okvir
- Varnostni ventil pred preobremenitvijo



ZRAČNO HIDRAVLIČNO DVIGALO

65-1H

Številka artikla: 386302

- Zračno hidravlično dvigalo za težja opravila
- Najmanjša višina: 425 mm
- Največja višina: 725 mm (s podaljški do 1025 mm)
- Zasnovan za težko, intenzivno komercialno uporabo
- Trden kroman okvir
- Vgrajen varnostni ventil pred preobremenitvijo
- Optimalna varnost pri dviganju in spuščanju
- Ergonomske ročaje z gumbi
- Dva nastavka (100/200 mm)



Senzor kot supervizor

Optimalen tlak v pnevmatikah ni le predpogoj za varno, ampak tudi za varčno vožnjo. Zahvaljujoč senzorjem vas bo sistem opozoril, če bo potrebna intervencija.

Tako kot v primeru krvnega tlaka v človeškem telesu ekstremi tudi pri pnevmatikah niso priporočljivi. Posameznik lahko zaradi nizkega tlaka dobi vrtoglavico, pnevmatike pa se pregrejejo in nepravilno obrabijo. Tudi druga skrajnost ni dobra, so pa tiste »šolske vrednosti« po učbeniku (beri servisni knjižici) idealne. Sodobni avtomobili imajo v pnevmatikah senzorje tlaka, tako da – za razliko od vozil starejših generacij – voznik vedno ve, kako je s tem parametrom. S tem se počasi izgublja navada rednega preverjanja tlaka v pnevmatikah približno enkrat mesečno, čeprav vozniki to dejansko počnejo precej redkeje.

NAPRAVA ZA PROGRAMIRANJE VENTILOV

Texa D13340

Številka artikla: 253738

- Naprava za programiranje in diagnostiko TPS senzorjev na kolesih
- Preverjanje in kopiranje po vozilu
- Možnost nadgradnje (naprava se ne zaklene)
- Barvni zaslon
- Odčitavanje QR kode s škatle ventila



Pnevmatski ventili, ki jih najdemo na skoraj vseh vozilih, so izum podjetja Schrader, ki se ponša s 165-letno tradicijo. Gre za vodilnega svetovnega proizvajalca senzorskih tehnologij, ki je močno osredotočen na inovacije. Zadnje čase so pri Schraderju postopoma uvedli sisteme za nadzor tlaka v pnevmatikah (TPMS) z revolucionarnim, patentiranim senzorjem za proizvajalce po vsem svetu. Več kot polovica vseh svetovnih platform vozil uporablja tehnologijo Schrader direct TPMS. Z natančnim spremljanjem tlaka v pnevmatikah TPMS pomaga voznikom preprečiti resne nesreče, zmanjšati negativne okoljske vplive in prihraniti denar, saj nepravilno nastavljen tlak v pnevmatikah ne poveča le porabe goriva, ampak tudi ogroža varnost vožnje. #



KOMPLET ORODJA ZA MONTAŽO IN DEMONTAŽO TPMS VENTILOV

KS-Tools 100.1180

Številka artikla: 313155

- 13-delni set za profesionalno uporabo
- Vsebuje nastavljen momentni ključ (5-25 Nm)
- Dostava v praktičnem plastičnem kovčku



NAPRAVA ZA PROGRAMIRANJE TPMS S SENZORJI

Schrader PN7071-A

Številka artikla: 305506

- Naprava za programiranje ventilov Ateq S41
- Pet let brezplačnega posodabljanja baze podatkov
- Slovenski jezik
- 16 senzorjev TPMS z možnostjo programiranja za skoraj vse znamke



Schrader #1210-G01

Številka artikla: 305502

- TPMS senzor kolesa, 433 MHz
- Možnost programiranja za vozila skoraj vseh znamk



Schrader #2200-G01

Številka artikla: 305503

- TPMS aluminijast senzor koles, 433 MHz
- Tovarniško programiran za Audi, BMW, VW, Fiat in Mercedes-Benz
- Možnost programiranja za vozila drugih znamk

*Vse dodatne informacije in cene poiščite na spletnem naslovu www.bartog.si

Sobivanje in sodelovanje z roko v roki

Industrijska cona Dolenja vas počasi izoblikuje svojo podobo že od leta 2012, ko sta v cono prišli prvi dve gospodarski družbi. Z izgradnjo nujno potrebne komunalne infrastrukture, ki so jo zgradili ob sodelovanju in zagnanosti takratnih lastnikov zemljišč v industrijski coni, se je odprla možnost razvoja 21 hektarov velike cone ob avtocesti Zagreb-Ljubljana. Kot poudarjajo na Občini Mirna Peč, se je že takrat – 10 let nazaj – pokazala nuja medsebojnega sodelovanja lokalne skupnosti oziroma občine ter investorjev, podjetij, ki so začeli narekovati razvoj industrijske cone in prihod velikih podjetij v to, prej izrazito kmetijsko občino. Danes v tej industrijski coni poleg Bartoga uspešno deluje še sedem podjetij, na občini pa že snujejo načrte za širitev cone in nove pridobitve.



SONJA KLEMENC KRIŽAN,
direktorica občinske uprave
Občine Mirna Peč

"Zavestno lahko rečemo, da so po desetih letih skoraj vsa zemljišča v industrijski coni že zasedena ali pozidana oziroma v pripravi projektiranja, načrtovanja novih investicij. Trenutno delujočih 8 podjetij in trije načrtovani veliki projekti za izgradnjo narekujejo nadaljnji razvoj in potrebe v industrijski ter v nadaljevanju v gospodarski coni Dolenja vas, ki že z veliko žlico narekuje tempo priprave dodatnih 30 hektarov zemljišč. Občina Mirna Peč poskuša slediti potrebam gospodarstva, zato je prioriteta občine še letos zaključiti infrastrukturo in z obličjem cone slediti zgledu podjetij, ki vzorno skrbijo za izgled svojih stavb in okolice. S prihodom podjetja Bartog – Tokić v Mirno Peč smo zaznali nov, zelo visok standard medsebojnega sodelovanja in željo po prisotnosti v lokalni skupnosti. S svojim izrazito pozitivističnim pristopom so postavili visoka merila in nam vsem dali nov zagon ter okrepili idejo o povezovanju in sodelovanju. To ocenjujemo kot izredno velik doprinos

v lokalno skupnost, za kar se podjetju iz srca zahvaljujemo. Kot eden izmed pomembnih partnerjev razvoja v naši coni in občini ob bok ostalim, nam prav tako nič manj pomembnim podjetjem in partnerjem, stremi k nadaljnjemu razvoju ob zavedanju krepitve naložbe v človeške vire.

Občina Mirna Peč si v svojem dolgoročnem razvoju želi okrepiti status občine, ki ima velike potencialne za nadaljnji razvoj gospodarstva, na skupnih površinah dobrih 50 ha zemljišč industrijske in gospodarske cone ob avtocesti. V neposredni bližini avtoceste bomo urejali tri stanovanjske cone Nad postajo, Češenska hosta in Pod postajo, ki bodo na dobrih 20 ha površin nudile prostor za gradnjo stanovanjskim objektom. Zavedajoč se vedno večjih potreb po višjem standardu in pripadajoči infrastrukturi, ki se zahteva, se bomo trudili peljati razvoj občine v smer, ki jo zasluži občani Občine Mirna Peč, gospodarska sfera in vsi ostali deležniki, ki dnevno migrirajo v našo občino."



Tri generacije družinskega podjetništva od leve proti desni: Anton Golob (ustanovitelj), Damjan Golob (direktor) in Marjan Golob (lastnik).



Damjan Golob, direktor

Strešniki Golob, d. o. o.

Družinsko podjetje Strešniki Golob, d. o. o., ki je med prvimi začelo delovati na območju industrijske cone Dolenja vas v Mirni Peči, je vodilni slovenski proizvajalec betonskih strešnikov. Njihovi začetki segajo v leto 1963, danes pa podjetje, v katerem je zaposlenih 10 ljudi, vodi že tretja generacija.

»Ukvarjamo se s proizvodnjo in prodajo kritine ter dodatkov za streho. Epidemiološke razmere k sreči niso zaznamovale naše dejavnosti in tako smo zadnje poslovno leto uspešno zaključili v ritmu konstantne rasti. V letu 2015 smo se preselili iz bližnje vasi v industrijsko cono, kar nam je prineslo številne nove priložnosti in s tem širitev podjetja,« pojasnjuje direktor Damjan Golob. Dodaja, da pokrivajo slovenski trg, poleg tega pa izvažajo tudi v sosednje države, največ v Avstrijo in Italijo. »Lokacija v Mirni Peči v industrijski coni Dolenja vas prinaša prednosti z vidika dobre prometne povezave (bližina avtoceste) in večjih prostorskih kapacitet. V zadnjih letih je industrijska cona Mirna Peč lepo zaživela in veseli nas, da si jo delimo z uspešnimi in uglednimi podjetji. Še več takšnih si želimo tudi v prihodnje,« še poudarja Damjan Golob, direktor podjetja Strešniki Golob, d. o. o.





Andrej Bresco,
general manager

Cecomp, d. o. o.

Podjetje Cecomp, d. o. o., je specializirano za izdelavo izdelkov iz pločevine za potrebe avtomobilske industrije. Ustanovljeno je bilo leta 2012 in je prvo podjetje, ki je postavilo poslovno-industrijski objekt v industrijski coni v Mirni

Peči. V njem je zaposlenih 120 ljudi. »Podjetje je del italijanske skupine Cecomp, ki v avtomobilski industriji deluje od leta 1978 in na trgu ponuja široko paleto izdelkov in storitev; od notranjega in zunanega dizajna, razvoja in ročne izdelave konceptnih in prototipnih avtomobilov, inženiringa in izdelave orodij, izdelave predserijskih in maloserijskih vozil. Družba sodeluje z vsemi večjimi avtomobilskimi hišami, kot so Aston Martin, Renault, BMW, Porsche, Daimler, Volkswagen, Opel, Ford, Alpine in drugi,« pojasnjuje direktor Andrej Bresco.



Transport Kumelj, d. o. o.



Peter Kumelj,
ustanovitelj
podjetja

Začetki podjetja Transport Kumelj, d. o. o., segajo v leto 2010. Najprej so dolga leta delovali v Ivančni Gorici, letos pa se, po besedah ustanovitelja podjetja Petra Kumelja, v celoti selijo v poslovno cono Mirna Peč. Glavne dejavnosti podjetja so servis

in popravila tovornih vozil, kjer ponujajo tudi možnost montaže, demontaže in centriranja pnevmatik za tovorna vozila. Ukvarjajo se še z izvoznim carinjenjem rabljenih motornih vozil. »Imamo status pooblaščenega pošiljatelja, ki nam omogoča, da posredujemo prejeta dokumentacijo s strani klienta na carino. Izvozni postopek omogoča, da unijsko blago zapusti carinsko območje Unije,« pojasnjuje Peter Kumelj. V podjetju je zaposlenih 6 ljudi. »Od tega 4 zaposleni skrbijo za delo v delavnici, 2 zaposlena pa prevzemata vse naloge in izzive v administraciji in vodenju podjetja.« V poslovni coni Mirna Peč se nahajajo že dobri 2 leti. »Tukaj se počutimo domače, smo del razvijajočega se dela kraja, kjer s svojo dejavnostjo doprinesemo k bogatejši ponudbi storitev. Zaradi stičišča pomembnih mednarodnih prometnih povezav, bližine avtoceste in Novega mesta je Mirna Peč še toliko bolj zanimiva,« še poudarja Kumelj.



AS Domžale moto center, d. o. o.

Podjetje prihaja iz Trzina in je v industrijski coni Dolenja vas prisotno od 16. oktobra 2020, ko so odprli nov sodoben poslovni objekt. V njem se nahajajo Tehnični pregledi Dolenjska, podjetje AS Power Equipment, d. o. o., in Bar Maxim. »5. januarja 2021 smo odprli Tehnične preglede Dolenjska, sodobno opremljeno tehnično delavnico, in začeli z izvajanjem tehničnih pregledov za vse vrste vozil in z izvajanjem tahografskih storitev za tovorna vozila. Naš objekt zajema površino, na kateri je zagotovljeno večje število parkirnih mest. V administrativni pisarni lahko opravite vse postopke v zvezi z registracijo vozil, opravite novo registracijo vašega vozila, plačate letno dajatev za uporabo vozila v cestnem prometu, podaljšate registracijo, opravite spremembo lastništva, odjavo vozila, izdajamo preizkusne tablice, tablice za izvoz vozil v tujino, naročite pa lahko tudi registrsko tablico z izbranim delom oznake. Sklepamo zavarovanja avtomobilske odgovornosti za Zavarovalnico Triglav, d. d., Zavarovalnico Sava, d. d., in Zavarovalnico Generali, d. d.,« pojasnjuje Sanja Mešinović, vodja administracije Tehničnih pregledov Dolenjska. Osebe tehničnih pregledov (5 preglednikov in 4 referentke) vas prijazno pričakuje med tednom od 7. do 19. ure in ob sobotah od 8. do 12. ure. Na isti lokaciji posluje tudi podjetje AS Power Equipment, d. o. o., ki je generalni uvoznik industrijskega in zelenega programa Honda za Slovenijo, Hrvaško, Srbijo, BiH, Makedonijo in Črno goro. Hondini proizvodi veljajo za sinonim zanesljivih in učinkovitih japonskih produktov tako v svetu kot tudi pri nas. Njihov program, ki zajema vse od kosilnic (vrtnih, robotskih in traktorjev), motornih kos, agregatov za proizvodnjo električne energije do vodnih črpalk za umazano in čisto vodo, izjemno učinkovitih snežnih frez in ostalega, je na slovenskem trgu prisoten že od leta 1993 in je poznan marsikateremu zadovoljnemu uporabniku. Na prejšnji lokaciji v Trzinu se je z razširitvijo poslovanja pokazala prostorska stiska, zato se je v začetku leta 2020 Hondin program preselil v industrijsko cono Dolenja vas.





Gašper Ceglar

Renault center

Izobraževalni center Renault Nissan Adriatic je edinstven v Sloveniji, saj podobnega premorejo le na največjih evropskih trgih. Center je namenjen izobraževanju prodajalcev, svetovalcev in serviserjev vozil znamk Renault, Nissan, Dacia

in Alpine iz vseh držav regije Adriatic, omogočajo pa tudi najem prostorov za druga podjetja. Na 3.160 m² je stalno prisotnih 20 zaposlenih. »Imamo najsodobnejše predavalnice z moderno tehnično opremo, ki omogoča kakovostno spoznavanje z novimi vozili. Za praktično šolanje serviserjev sta na voljo mehanična in karoserijska delavnica z vsemi potrebnimi orodji za učenje popravila motorjev, elektronike in karoserije, vključno s sodobno lakirnico in mešalnico barv, poseben del pa je posvečen električnim vozilom. V poslovni coni Dolenja vas v Mirni Peči smo prisotni od sredine leta 2020, lansko leto pa je bilo z vidika izobraževanj za nas zelo uspešno, pa tudi zahtevno, saj smo se poleg izobraževanj, tako kot drugi, ukvarjali s prilagajanjem na različne omejitve, povezane s pandemijo,« je pojasnil vodja izobraževalnega centra Renault Nissan Adriatic Gašper Ceglar.



NG nizke gradnje, d. o. o.

Začetki podjetja segajo v leto 1965, kjer je glavni del dejavnosti predstavljalo avtoprevoznništvo. Kasneje se je v panogo vpeljalo tudi dela s težko gradbeno mehanizacijo. V devetdesetih letih se je podjetje razširilo pod imenom NG nizke gradnje, d. o. o., ki se pretežno ukvarja z gradnjo objektov nizkih gradenj, vzdrževalnimi deli na vodotokih, prevozom razsutega tovora, kamnolomsko dejavnostjo in minerstvom, v zadnjem obdobju pa tudi z letnim in zimskim vzdrževanjem cest.

»V ta namen uporabljamo širok spekter težke gradbene mehanizacije in tovornih vozil. Strojni park je tako sestavljen iz težkih, srednje težkih in lahkih bagrov, demperjev, buldožerjev, nakladačev, valjarjev, drobilcev, vrtalk, grederja in večjega števila različnih manjših strojev. Za uspešno graditev objektov na gradbiščih delujemo s strokovno usposobljeno kadrovsko zasedbo, ki vključuje tako vodstveni kader, in sicer od odgovornega vodje del, vodij gradbišč in delovodij do ustrezno usposobljene lastne delovne sile,« pojasnjuje direktor podjetja Darko Vidmar. V okviru strojne podpore gradbišč so razvili lastno mehanično delavnico z visoko usposobljenim kadrom, ki neprekinjeno zagotavlja brezhibno pripravljenost mehanizacije in prilagajanje specifičnim potrebam gradbišč. Z omenjeno strojno in kadrovsko zasedbo lahko izvajajo tako masivna zemeljska dela kot tudi tehnično zahtevnejša gradbena dela.

»V poslovni coni Mirna Peč se nahajamo eno leto, ta lokacija je za nas dobra zaradi odlične pozicije med Ljubljano in Obrežjem, kar je v sredini našega področja delovanja in nam omogoča možnost nadaljnjega razvoja in širitev dejavnosti. Trenutno dokončujemo gradnjo upravne stavbe in delavnice za popravilo lastne gradbene mehanizacije,« še dodaja Vidmar.



Leto 2021 v znamenju rasti



Leta 2021 je bilo v Sloveniji skupaj registriranih 53.988 novih avtomobilov, kar je samo 0,55 odstotka več kot leta 2020, in rekordno število rabljenih – 35.349.

Pretetko leto smo v Sloveniji beležili rast prodaje novih vozil. Medtem ko je predlani zaprtje države in posledično prodajnih salonov zaradi pandemije koronavirusa poskrbelo za padec prodaje, pa so se prodajalci lani ob odprtih salonih spopadali s težavami v dobavi vozil. Pomanjkanje

polprevodnikov in posledične zamude pri dobavi vozil ter dolgi dobavni roki so mnogim povzročali sive lase, zato je bilo prodanih in dobavljenih mnogo manj vozil, kot jih je trg želel. Leta 2021 je bilo v Sloveniji skupaj registriranih 53.988 novih avtomobilov, kar je samo 0,55 odstotka več kot leta 2020. Pri gospodarskih vozilih je situacija mnogo bolj spodbudna, saj so vsi segmenti beležili vsaj 40-odstotno povečanje števila novih registracij v primerjavi z letom prej. V letu 2021 je bilo prvič registriranih 1.889 tovornjakov (povečanje za 42 odstotkov), 1.734 prikolic, 8.929 dostavnikov in 101 nov avtobus, kar je dobrih 71 odstotkov več kot leta 2020.

Rekordno število rabljenih

Zaradi pomanjkanja in dolgih dobavnih rokov za nova vozila se je lani močno povečal uvoz rabljenih – teh je bilo uvoženih kar 35.349, kar predstavlja 39,6 odstotka vseh prvič registriranih vozil. To je največ doslej. Med najbolj priljubljenimi rabljenimi vozili za uvoz je Volkswagen Passat z dvolitrskim dizelskim motorjem in samodejnim menjalnikom, lani je bilo uvoženih 2.351, na drugem mestu mu z dobrimi 2.100 vozili sledi manjši brat Golf. Tudi na tretjem in četrtem mestu sta dva modela iz koncerna Volkswagen, tretji je z več kot tisoč petsto vozili Audi A4, četrti pa A6, tudi pri teh je najbolj priljubljen dvolitrski dizelski motor.

Rabljenata vozila pa velik delež dosega še v razredu luksuznih in supersportnih vozil (kot so BMW modela M, Mercedes AMG in Audi RS), kjer je razmerje pri mnogih modelih v razmerju tri četrtine v korist uvoženih, ena četrtina pa je novih. #

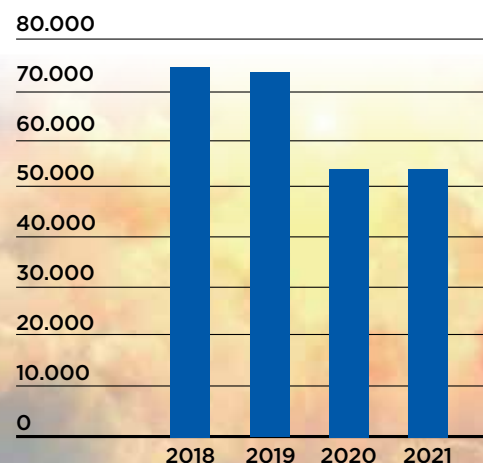
REGISTRACIJE NOVIH VOZIL V LETU 2021

Osebna vozila	53.988
Dostavna vozila	8.929
Tovorna vozila	1.889
Tovorne prikolice	1.734
Avtobusi	101

NAJBOLJ PRILJUBLJENA UVOŽENA RABLJENA VOZILA V LETU 2021

Model	Število uvoženih rabljenih vozil
1. Volkswagen Passat	2.351
2. Volkswagen Golf	2.103
3. Audi A4	1.558
4. Audi A6	1.124
5. BMW serije 5	969
6. BMW serije 3	955
7. Volkswagen Tiguan	825
8. Volkswagen Touran	792
9. Mercedes-Benz razreda C	670
10. Renault Megane	528

REGISTRACIJE NOVIH AVTOMOBILOV





PROFESSIONAL CAR CARE DETERGENTS
since 1965



Via Nazionale, 279 - Codisotto di Luzzara (RE) - Italy
www.atassrl.it - info@atassrl.it

Obdržite svoje sanje. In stik s cesto.

Nova SportContact™ 7.
Zmožljivosti, zasnovane v Nemčiji.

GERMAN
TECHNOLOGY

NOVA
UltraContact™

NOVA
SportContact™ 7

NOVA
VanContact Ultra™

