

Družinsko podjetništvo
Slovenija
2022



Družinsko podjetništvo
Slovenija
2022



Vsebina

04	Spremna beseda
06	Uvodnik
08	COMARK, d. o. o.
14	DVIG d. o. o., Vrhnika
20	EKO DIM d. o. o.
26	HERMI, d. o. o.
32	KLANČAR ŽERJAVI d. o. o.
38	MAGNETI LJUBLJANA, d.d., Ljubljana
44	MIZARSTVO JEZERŠEK, d. o. o.
50	PISKAR d. o. o.
56	Solis Timber d. o. o.
62	VIGROS d.o.o.
68	Družinsko podjetništvo: Mnenjsko voditeljstvo
70	Storitve za družinska podjetja
72	EY Growth Navigator™
73	SPIRIT Slovenija
74	Utrinki preteklega leta

“

Skupno vsem
letošnjim
družinskim
zgodbam je zagotovo
prizadevanje za
premikanje meja
na vseh ravneh
gospodarstva.



Janez Uranič

Direktor
EY Slovenija

Spremna beseda

Spoštovane bralke, dragi bralci, vesel sem, da smo v podjetju EY Slovenija za vas pripravili že deveto knjigo v zbirki Družinsko podjetništvo Slovenija. Navkljub vsem neprijaznim in nehumanim situacijam in informacijam, ki jih je prineslo leto 2022, smo ponosni, da smo v novo knjigo združili novih deset navdihujočih podjetniških zgodb. Skupaj smo do sedaj tako predstavili že devetdeset družinskih podjetij, ki puščajo močan pečat na slovenskem gospodarstvu.

Kot kažejo raziskave Statističnega urada RS (SURS) za leto 2023, četrtna podjetij v predelovalnih dejavnostih načrtuje več vlaganj v investicije. Vrednosti kazalnika zaupanja po več zaporednih mesecih upadanja zdaj beležijo večje zaupanje v trgovini na drobno, gradbeništvu in storitvenih dejavnostih. Spodbudno, če ne celo zelo zaželeno in potrebno, je prebrati takšne raziskave.

Kljub temu pa se na globalni ravni še soočamo z enakim izzivom kot preteklo leto – z zaposlovanjem in zadrževanjem najboljšega kadra v posamičnih dejavnostih in sektorjih. V prekmurskem podjetju Vigros se zavedajo, da je delo z ljudmi lahko zelo kompleksna stvar, zato že od prvega dne kadrovanje in vodenje ljudi postavljajo na prvo mesto. Tudi koroški EKO DIM se zaveda pomena zavzetega in motiviranega zaposlenega. Veliko vlagajo v izobraževanje in načrtovanje kariere znotraj podjetja, kar med drugim pripomore k nizki fluktuaciji. To sta samo dve izmed desetih odličnih praks upravljanja s kadri, o katerih si več lahko preberete v nadaljevanju.

Pomemben vidik poslovanja družinskih podjetij je tudi tesno sodelovanje z lokalno skupnostjo. Ne le, da hotaveljsko podjetje Mizarstvo Jezeršek večino lesa kupuje od slovenskih trgovcev, temveč od okoliških kmetij pokupi vse, kar imajo na razpolago. Trenutno se v podjetju izobražuje tudi 11 vajencev iz različnih letnikov lokalne lesne srednje šole. Družinska podjetja se močno zavedajo tudi svojega vpliva na okolje. Podjetje Piskar, ki izdeluje gospodinjske vrečke, lastnih odpadkov ne proizvaja, saj vse ponovno reciklirajo. Poleg tega podjetje že več let odpira svoja vrata vrtcem in šolam, saj za osveščanje o pomembnosti ločevanja odpadkov ni nikoli prezgodaj. V zeleno gospodarstvo se vse bolj usmerjamo tudi v EY Slovenija, zelo ponosni pa smo tudi na to, da družbi vračamo s svojim znanjem. V okviru globalne kampanje EY Ripples, katere namen je pozitivno vplivati na življenje 1 milijarde ljudi po vsem svetu, smo v EY

Slovenija junija 2021 pričeli z iniciativo finančnega opismenjevanja mladih v osnovnih šolah.

Tudi katastrofe so lahko povod za nekaj pozitivnega. Požari cerkva, v katere so udarile strele, so bili inspiracija za razvoj ideje o strelvodih. Celjsko podjetje Hermi je z uporabo nižjih nosilcev in okroglih strelvodnih vodnikov uspelo strelvodno zaščito bolj neopazno in estetsko zlititi z objektom. Logistično podjetje Comark, ki ga vodi srčna trojica Belokranjcev, se s svojimi celovitimi rešitvami trudi, da logistične tokove s severnoevropskih pristanišč preusmerjajo v koprsko, tržaško in reško pristanišče. Z mobilnimi ekipami za pakiranje in projektnimi timi so lahko del vsakega projekta v radiju 1000 km. To je primer odlične optimizacije logistike in hkrati skrb za manjši ogljični odtis, če pomislimo, da so v podjetju poskrbeli za transport 86 ton težkega generatorja za hidroelektrarno iz enega konca sveta na drugega.

Iz drugega konca sveta pa je v podjetje pripeljala nove stranke hči ustanovitelja straškega podjetja Solis Timber. Strank, s katerimi so sodelovali pred petimi leti, preden se je v posel kot direktorica z močnim znanjem ekonomije in lesarstva vključila hči, skoraj nimajo več. S svežim vetrom v prihodnost jadra tudi eden od vodilnih proizvajalcev magnetov v Evropi, ljubljansko podjetje Magneti Ljubljana. V podjetje že vleče najmlajšega sina, ki je že kot 9-letni deček novinarki v intervjuju ob očetovem prejemu nagrade GZS odločno izjavil, da bo nekoč on postal manager podjetja.

Vsem letošnjim družinskim zgodbam je zagotovo skupno prizadevanje za premikanje meja na vseh ravneh gospodarstva. Dobesedno premikanje, prestavljanje in dvigovanje fresk, kipov, kapelic, podmornic ter izredni transport Slovenske novoletne jelke iz Kočevja v Rim, pa so le nekateri ekstremni izzivi, ki so jih uspešno izpeljali v vrhniškem družinskem podjetju Dvig. Da so visoko v zrak dvignjeni žerjavi en od simbolov razvite države, saj nakazujejo napredek, pa se strinjata oče in sin primorskega podjetja Klančar Žerjavi. Njihova zgodba, podobno kot zgodbe večine družinskih podjetij, nas opomni, da za doseganjem ciljev vedno znova stojijo vztrajnost, odrekanje, sodelovanje in zaupanje, pomaga pa tudi kanček intuicije ter dobro uigrana in srčna ekipa.

Želim si, da bi vas branje zgodb in izbor najboljših praks slovenskih družinskih podjetij vedno znova navduševalo in vam vlivalo zaupanje v trdnost slovenskega gospodarstva.

“

Pogumno je javno spregovoriti o sebi in svojih načrtih ter svojo zgodbo deliti z drugimi, ki tako lahko tudi v teh težkih časih dobijo navdih in spodbudo.



Mojca Emeršič, CFBA

Vodja družinskega podjetništva
EY Slovenija

Uvodnik

Zadnja leta poslovno okolje in naša življenja zaznamuje prisotnost negotovosti. Kljub temu da pandemija ne kaže več tako ostrih zob, pa letošnje leto definira vojna v naši bližini, energetska kriza, inflacija in obet recesije.

Biti v tem času pogumen in celo načrtovati razvoj ali preboj je tisto, kar odlikuje najboljše. Pogumno je javno spregovoriti o sebi in svojih načrtih ter svojo zgodbo deliti z drugimi, ki tako lahko tudi v teh težkih časih dobijo navdih in spodbudo. Družinska podjetja v teh časih kažejo svojo odpornost in usmerjenost v tek na dolge proge.

Veliko družinskih podjetij v teh prelomnih časih razmišljanje usmerja v prihodnost in marsikdo se nam oglasi z vprašanji, povezanimi s prenosom premoženja ali podjetja. Veliko podjetij namreč želi ohraniti podjetje v družinskih lasti, a se jim ob tem seveda poraja veliko vprašanj.

V teh okoliščinah je še posebej pomembno, da si družine vzamejo čas za pogovor in razumevanje potreb drug drugega ter za svež objektivni pogled. Skupaj družina zastavi razmislek o tem, kaj jih druži in kako o razlikah razmišljati kot nečem, kar jih zbližuje in dela močnejše. Pomembno je, da družina ugotovi, kako znotraj skupne zgodbe omogočiti različne poti, ki bodo družino peljale v prihodnost.

Podjetniške družine mi nam pogosto zaupajo, da bi radi stopili naprej, a jih zaustavlja strah pred tem, da bo odprt pogovor prinesel konflikt. Ob tem pomaga, da preverimo načine, na katere se pogovarjamo, in da upoštevamo načelo postopnosti. Tudi majhen napredek je namreč še vedno korak v pravo smer in vsak uspešen pogovor, ki vključuje različne poglede, lahko ustvari zaupanje in bolj trdno osnovo, na podlagi katere lahko družina in podjetje seže po višjih ciljih.

Včasih podjetniki v procesu postanejo ambiciozni in želijo urediti pravila, odnose in dogovore za 30 ali več let vnaprej. Pri tem jih poskusimo spomniti, da sicer lahko postavijo dolgoročne usmeritve, vendar se bodo te nujno morale prilagajati spremembam, razlikam in nepredvidljivim situacijam, ki jih bo prinesel čas. Veliko stvari lahko predvidimo in naslovimo mnoga tveganja. Vendar pa izkušnje govorijo, da sistem, ki ga postavimo, ne sme biti preveč birokratski in zaprt. Sistem, ki vključuje in razume različnosti in pušča možnosti za izhod, bo na dolgi rok bolj trajnosten.

Uspeh podjetja in družine na koncu namreč nikoli ni le posledica vodotesnih dokumentov in pravil (ki so seveda lahko v korist), temveč predvsem dobrih odnosov, rednega druženja in usmerjene komunikacije znotraj družine. Zavešno je treba krepiti sposobnost družine, da se odprto pogovarja, da vsem članom družine omogoča, da so to, kar so, in da spodbuja vse družinske člane, da se znajo vživeti v pogled drugega. Poleg neformalnih druženj je to najlažje zagotoviti tako, da družina vsake toliko časa skupaj izvede kakšno delavnico o odprti in učinkoviti komunikaciji, postavljanju zdravih meja ali pa o psihološki varnosti.

Vse to pa je veliko lažje, če je smer družinskega podjetja zastavljena robustno in če si družina jasno odgovori na to, kaj jo vodi in kakšen je pravzaprav njen namen (ang. purpose) oziroma višji cilj ali, kot radi rečemo, kaj je njihova zvezda severnica. Skupni višji cilji, ki motivirajo pripadnike različnih generacij, so lahko pomembno lepilo in osnova za skupno delovanje celotne družine. Koristno je, če so ti višji cilji jasno izraženi v obliki izjave o namenu, ki jo lahko oblikujemo po naslednjem načrtu: *Družina oziroma podjetje (počne kaj/kako) za (konkretno skupino oziroma naslovnike) z namenom (pričakovani učinek).**

**Oblika izjave povzeta po: Gustavo Razzetti: Fearless Culture; www.fearlessculture.design*

COMARK, d. o. o.

Branko Butala, solastnik in direktor

Klemen Butala, solastnik in direktor komercialne

Patricija Butala, solastnica, finance, COMARK, d.o.o.,
ter direktorica povezanega podjetja PAKLOG d.o.o.

Butični specialisti za projektno logistiko

Težko si je predstavljati, da zmore kdo učinkovito, hitro in zanesljivo zapakirati in prepeljati generator, dimenzij 5,6 m dolžine, širine 5 m, višine 4,3 m in mase 86 ton iz enega na drug konec sveta. Primer transporta generatorja je potekal po cesti do rečne luke na Donavi, z baržo po reki, sledi je preklad v eni od severnih morskih luk na ladjo za ZDA, nato se je organiziral razklad v namembni luki in dostava tovora po cesti do končne destinacije - hidroelektrarne. Podjetje Comark s sedežem v Ljubljani, logist za zelo velike, težke in zahtevne tovore, ki letos obeležuje 30 let, je več kot kos tovrstnim izzivom. V podjetju so specializirani za projektno logistiko in zagotavljajo kakovostne prevoze tovorov izrednih dimenzij ter mas po vsem svetu. V Comarku 61 % prihodkov ustvarijo s tujimi strankami na globalnem trgu, 39 % pa z domačimi strankami, s katerimi sodelujejo predvsem na izvoznih projektih industrijske proizvodnje, pri uvozu pa na transportih investicijske opreme. V sodelovanju s povezanim podjetjem Paklog, specialistom za prekomorsko pakiranje predvsem z leseno embalažo, strankam nudijo celovito rešitev pakiranja in prekomorskih transportov. S povezanimi podjetji ustvarijo skupaj preko 20 milijonov evrov prihodka in zaposlujejo okrog 80 ljudi. Za to izjemno zgodbo stoji strateg in vizionar Branko Butala, solastnik in direktor podjetja Comark. Njegovo vizijo uspešno uresničujeta in dopolnjujeta tudi sin Klemen in hči Patricija.





“Comark je logistični inženiring, ki združi vse potrebno znanje, reference, partnersko in dobaviteljsko mrežo v podporo logističnim rešitvam ter vedno poskrbi za zadovoljstvo strank. Osební odnos in prilagodljivost bosta vedno konkurenčna prednost, ne glede na to, kako se bodo obrnili globalni logistični tokovi.”

Branko Butala,
direktor in solastnik



Povezano podjetje Paklog d.o.o. v Sloveniji in na Hrvaškem.

Vizionar z neustavljivo željo po razvoju

Branko Butala, rojen v Novem mestu in stanujoč v Črnomlju, se je pri 18 letih izšolal za železničarja. V tem delu je zelo užival in pri rojnih 21 letih že vodil železniško postajo v Metliki. Po odsluženem vojaškem roku sta si zakonca Butala ustvarila družino. Za otroka je predvsem skrbela žena, saj je Branko ob delu še študiral. Tema njegove diplome je bila paketna distribucija, saj ga je to že takrat zelo zanimalo. Takrat je bil zaposlen pri Slovenskih železnicah, kjer je tudi delal kot komercialni direktor na takratni Sekciji za prevoz malih pošilk. Ker ni našel posluha za svojo vizijo o paketni distribuciji, je dal odpoved in se zaposlil pri Intereuropi v Novem mestu, kjer je oblikoval logistični oddelek. »Želel sem več, zato sem nadaljeval s študijem in diplomiral še na temo organizacije izrednih prevozov. Takrat sem tudi prevzel Službo za izredne prevoze na Intereuropi Transport,« pripoveduje. Kmalu je napredoval v regionalnega menedžerja in v letu dni na Kosovem postavil novo podjetje Intereuropa Kosovo. Leto zatem

je postal regionalni menedžer tudi v Makedoniji. Leta 2007 se je po vrnitvi iz tujine poslovil od Intereurope in se zaposlil kot Komercialni direktor v zasebnem podjetju Ploj v Mariboru. »Zanimal me je logistični inženiring, zato sem želel nazaj v izredne prevoze, kjer sem videl izjemen potencial in veliko priložnost,« pravi Branko. V štirih letih, ko je Branko v podjetju vodil komercialno, je pripomogel k tem, da je podjetje raslo in postalo vodilno v tej branži.

Branko je že v času, ko je študiral in delal v Intereuropi, spoznal Jožeta Škrebline, ki je v njem prepoznal kakovostnega partnerja in prijatelja. Jože Škrebline je leta 1992 ustanovil podjetje Comark, ki se je ukvarjalo predvsem z izrednimi prevozi za hidroelektrarne in transformatorske postaje. »Že takrat sem vedel, da nam bo spremenil življenje. Jože je imel veliko idej, bil je vizionar. Postal je moj mentor in lahko rečem drugi oče,« se spominja Branko. Ko se je Jože upokojil, je Branko skupaj s partnerji leta 2009 odkupil podjetje. Dve leti za tem je zapustil direktorski položaj v Ploju in pospešeno nadaljeval ambiciozno zgodbo Comarka.

Strateško povezovanje podjetij za celotno storitev

Podjetje Comark je razvilo več dejavnosti. Tako od leta 2009 ponujajo organizacijo izrednih prevozov po cesti, industrijsko pakiranje in organizacijo prekomorskih transportov. Poleg naštetega ponujajo tudi spremstva izrednih prevozov z lastnimi vozili ter selitve težke industrijske opreme iz temeljev na temelj.

A Brankova podjetniška žilica ga je ves čas gnala naprej. Zavedal se je, da njihovim storitvam primanjkuje komplementarna storitev – kakovostno pakiranje. Leta 2012 je s partnerjem Bojanom Plojem kupil zagrebško družbo Ecotec. Povezali so se z italijanskim družinskim podjetjem Transpack iz Padove in direktorjem Andrejem Sancinom iz Trsta ter jim prodali delež v hrvaškem Ecotecu. Vizija pakiranja se je začela uresničevati že isto leto v Zagrebu, zato je Branko z istimi partnerji ustanovil mešano podjetje Paklog, s katerim je uresničil 15-letne sanje, da bi ustvaril svoje podjetje, s katerim bi uspešno zgodbo pisal v Črnomlju. S pomočjo partnerjev in sodelavcev je začel graditi močno, celovito zgodbo na področju logistike in pakiranja. »S podjetjem Paklog smo usmerjeni v kakovost pakiranja, pri Comarku pa to storitev po potrebi dodamo paketu: kupcu ponudimo celovito logistično

rešitev. Kamione in specialne prikolice ter opremo vzamemo na trgu dobaviteljev, lastno pakiranje pa je zagotovo konkurenčna prednost,« pojasni direktor.

V posel se odlično vključuje naslednja generacija

»Nobenega otroka z ženo nisva silila k delu v podjetju,« pove Branko. »Sta pa skupaj z njim odraščala in spoznavala podjetniško pot.« Danes sta v podjetju zaposlena oba, hči Patricija in sin Klemen. Ta se je prvi priključil očetovi podjetniški viziji že pri 18 letih, danes pa je odgovoren za celotno operativno in prodajo. »Ključno je črpanje znanja od drugih in potem vse gladko steče,« pravi Branko, ki priznava, da ga je sin že 'prerasel' pri delu v operativi. »Zelo dobro se dopolnjujeva. Klemen je praktično sedaj direktor v podjetju z enakimi pooblastili kot jaz,« doda. Da Klemen obvladuje svoje delo, priča tudi uvrstitev med 40 najboljših logistov na sejmu projektne logistike v Antwerpnu leta 2022.

Klemen delo opravlja odgovorno in pravi, da je za uspešno delo ključno poznavanje temeljev vsake dejavnosti. »Če želiš delati nekaj boljše kot drugi, potem moraš razumeti detajle. Te pa lahko razumeš le, če začneš



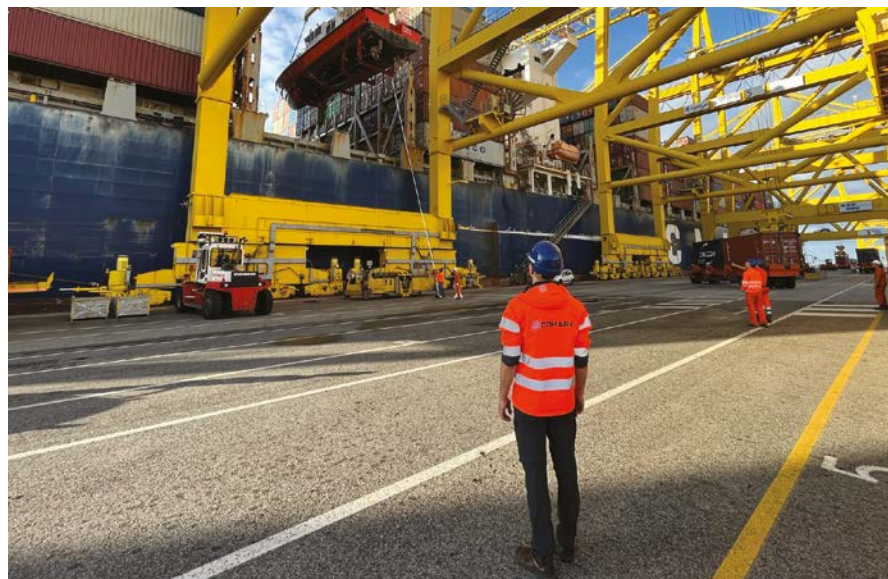
Pakiranje na terenu - dostava nove turbine za Nuklearno elektrarno Krško.



Proizvodnja namenske lesne embalaže za prekomorsko pakiranje izrednega tovora.

“

“Ogromno pomeni, da se lahko v vsakem trenutku obrneš na nekoga, če imaš težavo.” Zato Klemen in Patricija upata, da se bosta lahko še dolgo opirala na Brankovo modrost in izkušnost.



Prevoz partuljnega čolna za obalno stražo iz Hrvaške v Kenijo.



Izredni prevoz izjemnih dimenzij in teže na poti (prikaz premagovanja cestne infrastrukture).

Podjetje na kratko:

varen prevoz velikega in težkega tovora.

pri osnovah, v našem primeru na cesti - na terenu,« pojasni Klemen, ki kot direktor komercialne vodi tudi celotno ekipo. »Strokovni in vodstveni del sem osvojil in ga dnevno izboljšujem, manjka pa mi znanja na managerskem področju, kjer se lahko še vedno učim od očeta,« še doda.

Štiri leta za Klemnom je v podjetje vstopila tudi Patricija, ki je po zaključeni gimnaziji začela s prakso v Comarku. Na začetku je poprijela za vsako delo, nato pa se je bolj usmerila v področje računovodstva in financ. Danes je Patricija direktorica Pakloga v Črnomlju. »Ogromno pomeni, da se lahko v vsakem trenutku obrneš na nekoga, če imaš težavo. Upam, da se bomo še dolgo lahko opirali na Brankovo modrost in se učili od njega,« pravi Patricija.

Izjemna povezanost vodila do družinskega podjetja

Vse večja vpetost družine v podjetje Comark je pripeljala do odločitve, da podjetje postopoma odkupijo od družbenikov in kot družina postanejo edini lastnik. Trenutno ima Branko 80-odstotni delež, Klemen in Patricija pa vsak po 10-odstotnega. Tudi žena in mati Renata je zelo pomemben člen njihove zgodbe, čeprav nikoli ni bila neposredno vpletena v posel. Branko si želi, da bi bila razmerja v prihodnosti urejena z družinsko ustavo, v kateri bo zapisana tudi prihodnost Comarka in Pakloga.

Kljub temu, da so izjemno vpeti v podjetja, se trudijo ločevati med zasebnim in poklicnim življenjem. Doma se izogibajo pogovorom o poslovanju in te rajši izpeljejo v službi, na različnih službenih poteh, sejnih ... »Ko sem doma, razmišljam o tem, kaj je treba narediti pri hiši. Podjetje nas žene naprej, a prav tako tudi družina. Živi se le enkrat, zato poskušamo najti ravnovesje,« razmišlja Klemen.

Ambiciozno naprej

Družina Butala s sodelavci si postavljajo ambiciozne, a uresničljive cilje. Lani so odprli še podjetje v Beogradu. Pred kratkim so odprli nove poslovne prostore na Reki, lastne prostore si želijo zgraditi in v letu 2024 odpreti tudi v Kopru. Ob tem Branko poudarja, da tudi s svojimi celovitimi rešitvami pripomorejo, da logistične tokove s severnoevropskih pristanišč preusmerjajo v koprsko, tržaško in reško pristanišče. V prihodnje se bodo

trudili, da bi ta delež še povečevali. Z mobilnimi ekipami za pakiranje in projektnimi timi so lahko del vsakega projekta v krogu 1000 km.

Kako pa je s pridobivanjem in zadrževanjem zaposlenih? »Veliki logisti so inkubator kadra. V tranzicijah ti logistični kadri tudi odhajajo, tako kot sem odšel jaz. Kader vzgajamo tudi sami,« razmišlja direktor. »Proti odhajanju zaposlenih se lahko boriš samo tako, da si dober zaposlovalec, da ponudiš dobro delovno okolje, da daješ perspektivo ljudem, in poskrbiš, da želijo tu ostati. Če pa že odhajajo, poskrbimo, da ne zapiramo vrat med nami. Investiramo v kader, znanje in v zgodbo na dolgi rok,« sklene Branko. Vsekakor je gotovo, da Comarku v prihodnje ne bo zmanjkalo izzivov in tovorov izrednih dimenzij, ki jih je treba varno zapakirati in dostaviti na cilj.

Branko, Patricija in Klemen Butala

solastniki

Ime podjetja:

COMARK, d.o.o

Število zaposlenih (2021):

20

Čisti prihodki od prodaje (2021):

11,2 milijona €

DVIG d. o. o., Vrhnika

Franc Jeraj, ustanovitelj in solastnik

Mira Jeraj, solastnica

Janez Jeraj, direktor in solastnik

Miha Jeraj, direktor in solastnik

Delamo, česar drugi ne zmorejo

Dvigovanje in premikanje helikopterja, kipov, kapelic, kozolcev in postavljanje podmornice v vojaški muzej so nepredstavljivi izzivi, ki so jim kos le redki. Vse naštetu in še več zmorejo v podjetju Dvig, kjer že 40 let z izkušeno ekipo strokovnjakov skrbijo za selitve industrijske opreme, transport ter najzahtevnejše dvige v Sloveniji. Zаметki današnjega podjetja segajo v 70. leta minulega stoletja, uradno pa ga je Franc Jeraj ustanovil leta 1980. Dvig, ki ima sedež v Sinji Gorici pri Vrhniki in danes zaposluje okoli 40 ljudi, danes uspešno vodita njegova sinova, Janez in Miha Jeraj. Pohvalijo se lahko z največjim parkom dvigal v državi in ponosni so, da počnejo stvari, ki jih drugi ne zmorejo, saj so dobro organizirani in zelo fleksibilni. »Smo prva izbira pri projektih, ki zahtevajo individualen pristop in plan dela ter popolno zanesljivost,« pravijo v Dvigu.

“Trudimo se biti najboljši, in ne največji. Ne hrepenimo po denarju, ampak po odlični izvedbi in bolj ko je ta zapletena, večji izziv nam predstavlja.”

Janez Jeraj,
direktor in solastnik





Cilj vsega, kar v Dvigu počnejo, je strankam zagotoviti občutek miru in varnosti.

Ko je nesreča povod za srečo

Franc Jeraj je prve delovne izkušnje nabiral kot avtoklepar, za kar se je tudi izsolal. Vendar ga je pri delu kmalu doletela huda nesreča, saj se je pri varjenju močno opekel. Pot okrevanja je bila težka in dolgotrajna, prežeta s premišljanjem o tem, česa se lotiti na novo. Že kot 19-letni fant je vedel, da si želi samostojne podjetniške poti. Od očeta si je sposodil manjši tovornjak in začel svojo pot v prevozništvu. Prevažal je karkoli, od živine, mleka, železa do cementa. »Takrat so bili taki časi, da je bilo pomembno le, da si bil priden in delaven. Nič drugega ni bilo treba znati,« se spominja Franc. Delavnost se mu je obrestovala in njegova prevozniška obrt je rasla. Ko se je bližal 30.

letom, pa so dolge vožnje postale vse bolj naporne. »Bal sem se, da ne bi povzročil kakšne nesreče, če bi zaspal za volanom. Zavedal sem se, da na dolgi rok ne bo šlo. Tako sem začel razmišljati o drugi dejavnosti,« razlaga Franc.

Namesto Dvigala se je rodil Dvig

Ideja o težkih dvigalih je nastala na zagrebškem velesejmu. Tam je Franc srečal prodajalca dvigal Petra Jakovina, ki mu je svetoval, naj se raje ukvarja z dvigali. O delu z njimi Franc takrat ni vedel ničesar. »Sprva sploh ni razumel, kaj mu želi Peter povedati - da je velika potreba po tem delu

in so ugodni pogoji za začetek,« se z nasmehom spominja Franceva žena Mira. Skupaj sta se odločila, da bosta sledila Petrovem nasvetu. »Videla sva priložnost za spremembo. Nisva veliko razmišljala o zaslužku in tudi danes ta ni najino vodilo,« pove Mira.

Iz prevoznih začetkov se je tako leta 1980 rodilo podjetje Dvig. Imenovati bi se sicer moralo Dvigalo, ker pa je bilo to ime že zasedeno, sta se za novo ime, pod katerim je podjetje dobro poznano še danes, odločila zelo na hitro kar pri notarju. Za nakup dvigal so takrat dobili ugoden kredit in jih v nekaj letih odplačali. »Prvo poletje, ko se je začelo delati, Franc še ni imel izpita za dvigala. Bil je povsem brez izkušenj, zato je za pomoč prosil dva strojnika. Tudi delavnic ni bilo, popravila so se odvijala kar pred hišo. Začetki so bili res divji,« razlaga Mira.

Podjetju je šlo dobro in v 90. letih so imeli že šest dvigal in 12 zaposlenih. Mira je poleg svoje službe od vsega začetka vodila knjige v podjetju in skrbela za finance. Poleg tega je pri vodenju knjig pomagala tudi moževim prijateljem, ki so imeli obrti ali podjetja. »Pa ne zaradi denarja. Takrat smo si veliko pomagali med seboj, tudi nama so vedno priskočili na pomoč,« pravi Mira. Poslovne odločitve sta zakonca Jeraj vedno natančno pretehtala skupaj. Velikokrat ju sprašujejo, kaj je njuna skrivnost za uspeh. »Če je vse tako, kot si zamisliš, če je čas pravi ter delo opravljaš dobro, potem bo vse

steklo,« je prepričana Mira. »To je bila zmagovita kombinacija. Stvari se ne bi mogle tako odvijati, če ne bi bila starša tako povezana,« doda sin Janez.

Prednost je v ljudeh

Osrednja dejavnost družinskega podjetja Dvig je vezana na gradbeništvo in industrijo. Dvigala in tovornjake sicer uporabljajo bolj v gradbeništvu, ekipo in specialne viličarja pa za industrijske selitve. Izkušenos, vrhunska oprema in znanje pri izvedbi so aduti, s katerimi so si Jerajevi utrli pot do samega vrha.

Janez pove, da izzive rešujejo ljudje, ne stroji. Z veseljem prevzamejo tudi najbolj zahtevne projekte. Prestavljanje in dvigovanje fresk, kipov, kapelic, podmornic ali izredni transport slovenske novoletne jelke iz Kočevja v Rim so le nekateri ekstremni izzivi, ki so jih uspešno izpeljali. So pravi strokovnjaki, ki »nemogoče« projekte spreminjajo v mogoče. »Stranke zelo cenijo naše celostne storitve, ker je vse narejeno pravočasno in v skladu z dogovorom. Oni le povedo, kaj in kdaj mora biti narejeno, in mi poskrbimo za vse. Bolj ko razbremeniš naročnika, prej prideš do dela, saj ti naročnik bolj zaupa,« pravi Franc. Njihov dober glas pa sega tudi preko meja, saj imajo stranke tudi v tujini. Nove stranke v tujini večinoma dobijo prek slovenskih podjetij, a ko vidijo njihovo strokovnost in spoznajo, kaj zmorejo, jim ostajajo zveste.



Podjetje Dvig je Franc Jeraj ustanovil leta 1980. Danes ga uspešno vodita njegova sinova, Janez in Miha Jeraj.



Osrednja dejavnost družinskega podjetja Dvig je vezana na gradbeništvo in industrijo.

“

V Dvigu pri svojem delu ne sprejemajo kompromisov. Ne ločujejo velikih in majhnih projektov. Ali vse naredijo brezhibno ali pa se projekta ne lotijo.



So pravi strokovnjaki, ki »nemogoče« projekte spreminjajo v mogoče.



Kljub temu, da je delo, ki ga opravljajo v Dvigu, lahko nevarno, se s pomanjkanjem zaposlenih ne srečujejo.

Podjetje na kratko:

zanesljivost, izkušnost, odgovornost, natančnost, varnost.

Sinova uspešno krmarita podjetje

Danes sta Mira in Franc upokojena, vodenje podjetja sta prepustila sinovoma Mihi in Janezu. »Z ženo sva si želela, da bi sinova ostala v podjetju, nikoli pa ju nisva silila, saj to ni dobro za nikogar. Tudi za podjetje ne,« pravi ustanovitelj Franc Jeraj. A sinova sta si želela nadaljevati družinsko zgodbo. S podjetjem sta rastla in vedno pomagala, ko je bila priložnost. »Ker sta bila oče in mama vpeta v podjetje, je nekako logično sledilo, da bova tudi midva zraven, saj sva ob tem odraščala,« pravi Janez. Trenutno so lastniki podjetja vsi štirje. Večinska lastnika sta še vedno starša, a bosta odgovornost lastništva kmalu v še večji meri prenesla na sinova, ki odlično vodita družinsko podjetje.

Oba sinova, Miha in Janez, sta direktorja podjetja, vendar opravita tudi veliko drugega operativnega dela. Miha je več na terenu, Janez pa je bolj v pisarni. Pri vodenju podjetja se odlično dopolnjujeta, saj se zavedata, da oba delata v korist podjetja. »Večje odločitve sprejemava skupaj, včasih se posvetujeva tudi s staršema, ki nama popolnoma zaupata,« pravi Janez. Priznava, da se pojavijo tudi nesoglasja, ki pa jih hitro rešijo. »Ljudje tudi v partnerskih zvezah pričakujejo, da morata biti oba partnerja enaka, a to ne drži. Bolje je, da vsak dela svoje stvari in se oba dopolnjujeta tam, kjer nekdo sam ne zmore,« vzporednico povleče Janez.

Tako kot starša nista silila sinov v podjetje, tudi Janez in Miha ne postavljata nobenih pričakovanj za svoje otroke. Mihova hčerka med počitnicami sicer že pridno pomaga v podjetju, Janezovi otroci pa so še premajhni. »Spoznali se bodo z delom v podjetju, sami pa se bodo odločili, kaj želijo početi v življenju,« odločno pove Janez.

Nenehno izpostavljeni nevarnostim

Kljub temu, da je delo, ki ga opravljajo v Dvigu, lahko nevarno, se s pomanjkanjem zaposlenih ne srečujejo. Verjetno tudi zato, ker prave ljudi, ko jih najdejo, vedno z veseljem zaposlijo, tudi če takrat morda nimajo izrecne potrebe po novih zaposlenih. Zelo dobro namreč vedo, kako pomemben je dober delavec. Največkrat se bodoči zaposleni pri njih oglasijo prek poznanstev ali priporočil. »Najboljši delavec je tisti, ki želi zamenjati službo in se sam obrne na nas,« pravi Franc. Zaradi nevarne narave dela imajo zavarovano vso opremo in vse zaposlene. »Najbolj me skrbi, da bi se pri delu

poškodovali zaposleni. Ko si mlad te nič ne ustavi, danes pa me je strah. Delo je lahko nevarno, saj imamo vsak dan v zraku obešenih 100 ton bremen,« doda Franc, ki je tudi sam nekoč rad hodil po robu.

Biti prvovrstni v ponudbi

Cilj vsega, kar v Dvigu počnejo, je strankam zagotoviti občutek miru in varnosti. V prihodnje si želijo še naprej ostati najbolj zaupanja vreden partner svojim najpomembnejšim strankam. Z velikostjo podjetja so trenutno zadovoljni in se ne nameravajo širiti, želijo pa ostati najboljši pri svojem delu in predvsem biti prvovrstni. »Trudimo se biti najboljši, in ne največji. Ne hrepenimo po denarju, ampak po odlični izvedbi in bolj ko je izvedba zapletena, večji izziv nam predstavlja,« pravi Janez. Veselijo se tudi, da se bodo v prihodnjem letu selili v nove prostore, na katere čakajo že več kot 20 let.

Marija, Franc, Mihael in Janez Jeraj

solastniki

Ime podjetja:

DVIG d.o.o., Vrhnika

Število zaposlenih (2021):

37

Čisti prihodki od prodaje (2021):

5,1 milijona €

EKO DIM d. o. o.

Dušan Krebel, večinski družbenik

Kaja Krebel, direktorica

Miha Šiler, organizator dela

Renata Krebel, prokuristka

Srca že sedem desetletij bijejo za dimnikarstvo in ekologijo

Od nekdaj velja, da dimnikar prinaša srečo. Ob srečanju naj bi se prijeli za gumb in ga trikrat zavrteli. Dimnikarsko podjetje EKO DIM za srečo drugih in za varnost domov skrbi že dolgih 70 let, vse od leta 1952. Podjetje se je sprva imenovalo Dimnikarsko podjetje Prevalje in je delovalo na ožjem območju Koroške, z leti pa se je njihovo območje dela bistveno razširilo. V devetdesetih letih so podjetje preimenovali v EKO DIM d.o.o. in uspešno zaključili lastninsko preoblikovanje pod vodstvom Dušana Krebla, ki je trenutno večinski družbenik podjetja. Danes ima EKO DIM sedež na Ravnah na Koroškem in deluje na področju Koroške, Spodnje in Zgornje Savinjske doline ter tudi širše. Zaposlujejo 20 sodelavcev in so eno večjih dimnikarskih podjetij v Sloveniji. »Dimnikarji morajo imeti izjemen čut za ljudi, saj so eni redkih, ki dandanes vstopajo v naše domove in so praviloma vselej dobrodošli,« izpostavlja Dušan.





"Pri nas so zaposleni največje bogastvo. Vemo, da brez njihovega doprinosa poslovanje ne bi bilo tako uspešno. Cenimo iskreno spoštovanje in zaupanje, kar je med drugim tudi razlog, da zaposleni pri nas ostajajo praviloma vse do upokojitve."

Dušan Krebel,
večinski družbenik



V podjetju EKO DIM že od nekdaj dobro skrbijo za svoje zaposlene, saj se zavedajo, da je dober delavec vreden največ.

Poslanstvo dimnikarske službe je tudi varovanje okolja in učinkovita raba energije

Ko se je Dušan leta 1987 pridružil podjetju, je hitro spoznal, da ima dejavnost dimnikarske službe širši družbeni pomen. Že takrat so v podjetju namenjali velik poudarek meritvam dimnih emisij plinov ter varstvu okolja. »Že zelo zgodaj smo spoznali, da poslanstvo dimnikarske službe ni le na področju požarne varnosti v ožjem pomenu besede, temveč tudi in vse bolj na aktivnem varstvu okolja in racionalni rabi energije,« pravi Dušan. Takšna poslovna naravnost se je pokazala kot pravilna, saj danes dimnikarji v okviru obveznih dimnikarskih storitev poleg čiščenja letno redno pregledujejo kurilne in dimovodne naprave ter izvajajo meritve dimnih emisij. Dušan dodaja, da se danes stanje na področju varstva okolja izboljšuje, vendar se z nepravilnim kurjenjem in nepravilno uporabo kurilnih naprav še vedno prekomerno onesnažuje zrak in naše okolje.

»V Sloveniji imamo premalo inšpektorjev na tem področju. Z našo pomočjo, s čiščenjem in strokovnim svetovanjem pa je izpust iz dimnikov vendarle veliko bolj čist.«

V podjetju EKO DIM so že v devetdesetih letih prejeli tudi certifikat kakovosti ISO 9002. Tej metodi sledijo še danes, saj je učinkovita pri organizaciji dela.

Trdno družinsko podjetje, v katerega so vključeni vsi

Podjetje je v začetku devetdesetih let izvedlo lastninsko preoblikovanje v privatno podjetje, pri katerem so lahko transparentno sodelovali vsi delavci in bivši zaposleni. »Na začetku jih je bilo v knjigo družbenikov vpisanih 24, sčasoma pa so posamezniki svoj delež odprodali in danes je ostalo le še šest družbenikov,« pojasni Dušan.

Konec leta 2017 je podjetje EKO DIM zasnovalo novo vodstvo. Odločitev, da bodo podjetje naprej vodili kot družina, je padla tako rekoč čez noč. Hči Kaja, zdajšnja direktorica podjetja, je takrat zaključevala študij arhitekture. V podjetje pred tem nikoli ni bila vključena, je pa to bilo tema domačih pogovorov že od njenega otroštva. »Vesel sem, da smo otrokom brez vsiljevanja uspeli predati podjetniški duh,« pravi Dušan.

»Konec leta 2017, ko so bile na vidiku spremembe vodstva, je bil oče kot večinski lastnik podjetja pred težko odločitvijo. Po skupnem razmisleku smo se složno odločili, da vodenje zastavimo družinsko,« razloži Kaja. Mama Renata je prevzela finančno-računovodski del, direktorsko mesto pa je prevzel sestrin takratni partner Marko, ki je imel dolgoletne izkušnje v energetiki. Kaji je ob bok stopil tudi njen partner Miha. Kljub temu, da je bila njuna zveza še sveža, je zapustil takratno službo in prevzel mesto organizatorja dela v podjetju EKO DIM. Odločitev se je izkazala kot pravilna.

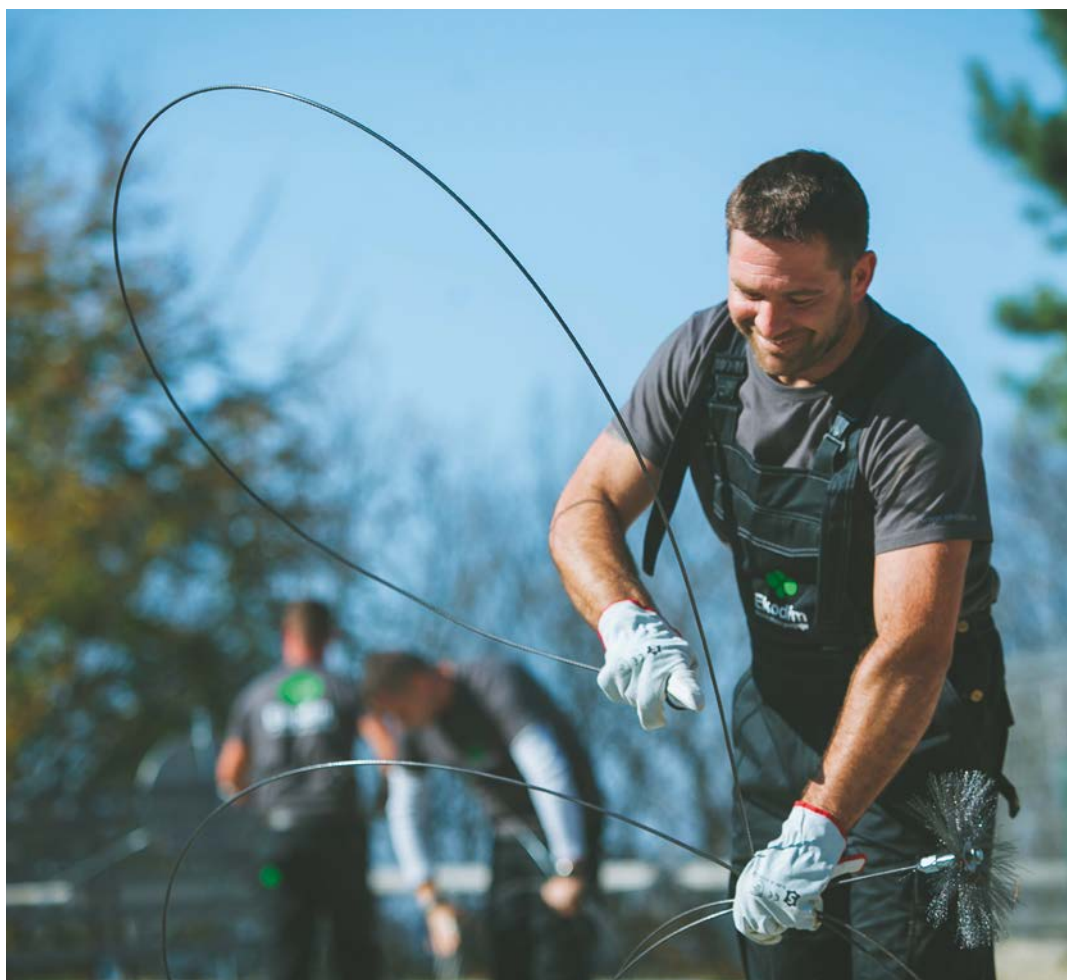
»To je bil za vse velik preskok, vendar nam ni žal. V teh letih smo utrdili in nastavili temelje družinskega podjetja,« razlaga Kaja.

Veliko dela in komunikacije je bilo potrebno opraviti tudi izven delovnega časa, vendar je pri tem veliko vlogo odigrala povezanost in skupne družinske vrednote. »Dimnikarstvo se v zadnjih desetletjih močno spreminja, mi pa smo ostali zvesti našemu osnovnemu poslanstvu, da smo generatorji sreče in varnosti, tako za naše stranke kot za naš kolektiv,« izpostavlja Kaja.

Kaja je decembra 2020 prevzela vodenje podjetja. »Izzivi so vedno prisotni in prednost družinskega podjetja je ravno to, da se delo nikoli ne konča in ga nadaljujemo tudi doma. Ko vodiš družinsko podjetje, enostavno ne moreš ločiti zasebnega življenja od poslovnega,« razlaga Kaja in nadaljuje, da se zaveda velike odgovornosti, a je hkrati vesela in zelo ponosna, da je del te družinske poslovne zgodbe.



Dimnikarsko podjetje EKO DIM za srečo drugih in za varnost domov skrbi že dolgih 70 let, vse od leta 1952.



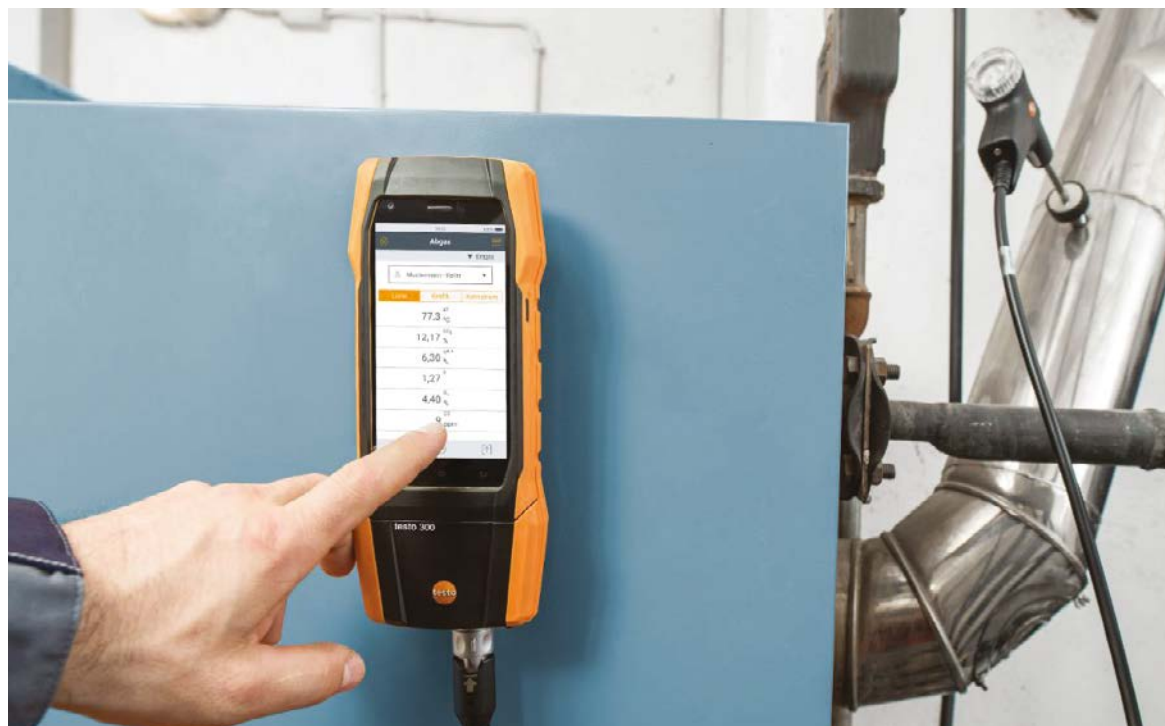
»Dimnikarji morajo imeti izjemen čut za ljudi, saj so eni redkih, ki dandanes vstopajo v naše domove in so praviloma vselej dobrodošli.«



V podjetju se trudijo, da zaposlenim omogočajo najboljše delovne pogoje, najsodobnejšo delovno opremo in da poskrbijo za njihovo varnost.

“

Dimnikarji morajo imeti izjemen čut za ljudi, saj so eni redkih, ki dandanes vstopajo v naše domove in so praviloma vselej dobrodošli.



V podjetju EKO DIM so že v devetdesetih letih prejeli tudi certifikat kakovosti ISO 9002.

Podjetje na kratko:

kakovost, inovativnost, tradicija, varnost, zaupanje.

Zaposleni ostajajo vse do upokojitve

V podjetju EKO DIM že od nekdaj dobro skrbijo za svoje zaposlene, saj se zavedajo, da je dober delavec vreden največ.

V podjetju so zaposleni delavci, ki so strokovno podkovani na področju dimnikarske stroke. Najbolj pomembno pa je, da se vsi, tako v administraciji kot na terenu, znajo hitro obrniti in dobro delati s strankami. »Ne prodajamo izdelkov, ampak storitev, zato so zaposleni res naše največje bogastvo. Vemo, da brez njihovega doprinosa poslovanje ne bi bilo tako uspešno. Cenimo iskreno spoštovanje in zaupanje, kar je med drugim tudi razlog, da zaposleni pri nas ostajajo praviloma vse do upokojitve,« pojasni Dušan.

V podjetju se trudijo, da zaposlenim omogočajo najboljše delovne pogoje, najsodobnejšo delovno opremo in da poskrbijo za njihovo varnost. Spodbujajo jih pri nadaljnjem izobraževanju in načrtovanju kariere znotraj podjetja.

Za dobro počutje vseh zaposlenih organizirajo tudi razne družbene in športne aktivnosti. »Vsi zaposleni smo že od nekdaj kot velika družina. Vsa leta smo imeli organizirane izlete za zaposlene po Sloveniji in preko meja, piknike ter razne družbene in športne aktivnosti. Vse v smislu povezovanja in tkanja dobrih medsebojnih vezi,« razlaga Renata.

»V teh letih smo uspeli celoten kolektiv ne le obdržati, ampak tudi povečati. To nam veliko pomeni, saj nam s tem dajejo priznanje, da delamo dobro in v pravo smer,« nadaljuje Kaja.

Zaupanje tudi na strani strank

Največji delež strank imajo na območju Koroške in Savinjske regije. Svojo prednost pa vidijo tudi v tem, da organizacijsko delo v družbi poteka v okviru več poslovnih enot. Poleg uprave, ki je na Ravnah na Koroškem, imajo poslovne enote še v Slovenj Gradcu, Radljah ob Dravi in v Žalcu. S tem svojim strankam zagotavljajo lokalnega izvajalca storitev. Pri delu vedeno sledijo inovativnosti, prilagodljivosti in strokovnosti opravljanja storitev. »Zagotovo se je naš trud obrestoval, saj so nas kot dobrega poslovnega partnerja prepoznala tudi večja podjetja, ki nam zaupajo svoje večje kurilne, dimovodne in prezračevalne sisteme,« pravi Dušan.

Trije trdni temelji za prihodnost

Tako kot se spreminja vse okoli nas, se hitro spreminjajo tudi delo, naloge in oprema dimnikarja. »Dimnikov je vse manj, saj se sodobne novogradnje ogrevajo z električno energijo in drugimi viri brez izgorevanja. Kljub temu pa število klasičnih kurišč ostaja veliko,« pojasni Kaja. V zadnjem času zaradi energetske krize spet opažajo porast kurilnih naprav na trdna goriva.

V skladu s tradicijo varovanja okolja je del njihove dolgoročne vizije tudi ponovna uporaba saj, s čimer želijo zmanjšati vpliv odpadkov na okolje. Vsekakor pa so kakovost, tradicija in varnost temelji, na katerih gradijo svoje delovanje in ki bodo ostali trdna opora tudi v prihodnje.

Dušan Krebel

večinski družbenik

Ime podjetja:

EKO DIM d.o.o.

Število zaposlenih (2021):

20

Čisti prihodki od prodaje (2021):

790.717 €

HERMI, d. o. o.

Herman Rauter, ustanovitelj

Miran Rauter, direktor in lastnik

Prehiteli čas, da so ulovili strele

Herman Rauter, ustanovitelj in danes upokojeni direktor podjetja Hermi, ob pogledu na različne pogorele ali poškodovane stavbe, ki jih je zadela strela, ni mogel in ne more ostati ravnodušen.

Pred skoraj štirimi desetletji se je podal v podjetniške vode ter se usmeril v elektromeritve in v obnove strelovodnih inštalacij. Majhno obrtniško podjetje se je razvijalo ter v 30. letih postalo mednarodno uspešno proizvodno podjetje, ki ga danes vodi sin Miran Rauter. S štirimi glavnimi proizvodnimi programi - strelovodno zaščito, prenapetostno zaščito, kabelskimi policami in lestvami ter konstrukcijskimi sistemi za sončne elektrarne - je podjetje z nekaj več kot 120 zaposlenimi v Sloveniji in v tujini lani ustvarilo več kot 20 milijonov evrov prihodkov. Posebno prednost pred konkurenco jim dajejo lastništva večjega števila patentov, prodoren razvojni oddelek, zanesljiva proizvodnja ter izjemna pred- in poprodajna podpora. Vodilo uspešnega slovenskega podjetja, ki danes domuje v Celju, je že od samega začetka usmerjenost v prihodnost in 'prehitevanja časa'.

“Čeprav da je še vedno približno enako število neviht in strel kot v preteklosti, večjih škod danes ni veliko. To pomeni, da so strelovodi narejeni kakovostno in so dobro vzdrževani. Pred tridesetimi leti je lahko na leto zgorelo štiri do pet cerkva, danes ne zgori skoraj nobena več. Tako vem, da sem na svoji poti pustil dober pečat in izdeloval kakovostne izdelke.”

Herman Rauter,
ustanovitelj





Proizvodna ekipa, ki poskrbi za izdelavo več kot 7.000 izdelkov, ki imajo vsi istega glavnega kupca – elektroinštalaterje.

Od ideje in razvoja izdelka do uspešne komercializacije lahko mine več let

Zgodba podjetja Hermi se je začela leta 1985 v domači garaži. Kot pripoveduje Herman Rauter, je za dodatno motivacijo ob odprtju lastne obrti poskrbel »preprost razlog, da sem želel ustvariti nekaj za svoja sinova«. Električar po izobrazbi se je z željo po zaslužku podal v elektromeritve. Dodaja, da se mu na začetku »še sanjalo ni«, da bo njegova poglavitna dejavnost povezana s strelovodi. A prav v tistem obdobju so v objekte v bližini, najpogosteje cerkve, večkrat letno udarile strele ter povzročile požar ali drugo gmotno škodo. To mu je dalo misliti. »Začeli smo kot majhna ekipa dveh ali treh in obnavljali strelovodne inštalacije. Slabo ali neustrezno zaščiteni sakralni objekti so mi dali inspiracijo, da sem želel na tem področju nekaj spremeniti,« pripoveduje Herman.

Na koncu 80. in v 90. letih minulega stoletja je sina Mirana, ki je bil član vseh A državnih reprezentanc v alpskem smučanju in udeleženec udeleženec olimpijskih iger v Lillehammerju na Norveškem, večkrat spremljal na smučarskih tekmovanjih širom sveta ter pri tem opazoval in primerjal različne izvedbe strelovodnih inštalacij. Sočasno z montažami je začel razvijati lasten sistem, ki je temeljil na uporabi obstojnejših in cenovno optimiziranih materialov. Zasnova je inovativne in trpežne izdelke, kupil prve stroje in orodja ter se lotil njihove izdelave. Z razvojem in uporabo nižjih

nosilcev in okroglih strelovodnih vodnikov mu je uspelo strelovodno zaščito bolj neopazno in estetsko zlititi z objektom, od koder tudi prvotni slogan podjetja Neopazni strelovodi Hermi.

A kot pravi, ga je najtežji del šele čakal. »Lepo je izdelek skonstruirati in ga proizvesti, najtežje pa ga je prodati. Tri do štiri leta je trajalo, da sem izdelke spravil na trg skozi vse predpise in standarde,« pojasni Herman. Po usklajevanjih in testiranjih, ki so potrdili, da izdelki in celoten sistem ustrezajo vsem zahtevam stroke in vsem standardom, mu je na koncu vendarle uspelo. Pot se mu je na široko odprla pred 30. leti, ko se je povezal tudi s priznanim proizvajalcem strešnih opek ter svoj strelovodni prodajni program prvič predstavil na Mednarodnem obrtnem sejmu v Celju.

Športne izkušnje so bile popotnica za uspešno podjetniško pot

Hermanovi strelovodi so bili na trgu zelo dobro sprejeti in podjetje je začelo rasti. »Moj oče je bil dejansko pred takratnim časom, zato je bil izziv ljudi prepričati, da je njegov strelovod prava izbira. Lastniki kmetij, obrtniki in podjetniki ter drugi so se zavedali posledic udarov strel, zato so vedno več in večkrat razmišljali o zaščiti svojih nepremičnin. Oče je do njih pristopal strokovno in se je hkrati znal dogovoriti za posel in ceno. Vse te napore in angažiranost še bolj ceniš, ko celo življenje opazuješ in veš, da je vse to nastalo iz nič,« pravi sin Miran Rauter, ki se

je podjetju pridružil še pred zaključkom študija leta 1997, ko je bil še vedno vpet v šport. »Nekako mi ga je uspelo prepričati, da je prišel v podjetje, čeprav si je to želel tudi sam,« se spominja Herman.

»Ni bilo vedno najlažje, ampak to so bila najlepša in najbolj poučna leta. Delal sem na različnih delovnih mestih, tudi v sami proizvodnji, zato mi je bilo kasneje veliko lažje prevzeti podjetje,« se svojih začetkov spominja Miran. Četudi je takrat imel občutek, da nima dovolj znanja, so mu zelo koristile izkušnje iz smučanja: »Ko sem nasledil očetove zelo dobro postavljene temelje in začel širiti posel, mi je eden od partnerjev rekel, da si toliko izkušenj, kot jih imam iz športa, drugi ne morejo pridobiti v celem življenju«. Te izkušnje so se pokazale v njegovi vztrajnosti in sposobnosti pobiranja po porazih. Eno takšno grenko izkušnjo so doživeli v Romuniji, ko se je stranka tik pred sklenitvijo posla odločila za konkurenčni sistem. »Ko smo spraševali po razlogih njihove odločitve, so nam povedali, da konkurenca ponuja komplet izdelkov iz različnih komplementarnih segmentov in z njimi obsežnejšo rešitev, mi pa smo jim ponudili samo strelovod,« pojasnjuje Miran. Osnovnemu proizvodnemu programu strelovodni zaščiti so skozi leta zato dodali še tri: prenapetostno zaščito, kableske police in lestve ter nosilne konstrukcije za sončne elektrarne. »Danes imamo skupaj v vseh naših programih že več kot 7.000 izdelkov. Vsi imajo istega glavnega kupca - elektroinštalaterje. Poleg njih so naši kupci še gradbinci, krovci, projektanti, montažerji in drugi,« dodaja Miran.

Če si 'pred časom', moraš biti vztrajen in potrpežljiv

Z zavedanjem, da se bo zaradi majhnosti slovenskega trga podjetje moralo širiti tudi onkraj državnih meja, je Miran začel iskati nove poslovne priložnosti na tujih trgih: »Po različnih trgih sem iskal nove partnerje - elektroinženirje, arhitekte, gradbince, distributerje, projektante ... - in kazal in razlagal edinstvene prednosti naših rešitev. V izziv nam je bila širitev proti jugu in v države nekdanje Jugoslavije, saj smo bili takrat za ta del Evrope z našimi izdelki pred časom. Bili smo vztrajni in potrpežljivi, zato nam je uspelo.« Najprej so se razširili in hčerinsko podjetje odprli na Hrvaškem, nato v Bosni in Hercegovini, v Srbiji in v Romuniji. A zavedali so se, da se bodo morali širiti tudi na bolj zahtevne in razvite trge proti zahodu oziroma severu: »Morali smo se prilagoditi, spremeniti naše razmišljanje in delovanje. Naš izziv je, da prihajamo z malega trga in vstopamo na tržišča, kjer si pogosto režejo naši največji konkurenti.« Vstop in penetracija na že razvit trg prinaša svojevrstne izzive. »Prepoznali smo, da moramo naše produkte promovirati na drugačen način. Kar je bilo pred nekaj leti za razmere in standarde nam domačih trgov pred časom, je na zahodnih in severnih trgih že nujno,« pojasnjuje Miran.



Osnovnemu proizvodnemu programu strelovodni zaščiti so skozi leta zato dodali še tri: prenapetostno zaščito, kableske police in lestve ter nosilne konstrukcije za sončne elektrarne.



Majhno obrtniško podjetje se je razvijalo ter v 30 letih postalo mednarodno uspešno proizvodno podjetje, ki ga danes vodi sin Miran Rauter.

“

Število neviht in spremljajočih se strel se morda ni spremenilo, a zahvaljujoč Hermiju se je spremenilo tisto ključno – zmanjšala se je škoda.



»Slabo ali neustrezno zaščiteni sakralni objekti so mi dali inspiracijo, da sem želel na tem področju nekaj spremenit,« pripoveduje Herman.



Dve generaciji Rauterjev sta poskrbeli, da je podjetje Hermi iz začetne garažne obrti, postanka v sosedovi mizarški delavnici ter večkratnih selitev in širitev skočilo do velikih uspehov.

Podjetje na kratko:

celovita zaščita pred udari strel.

Izzivi, prednosti in želje družinskega poslovanja

Izzivi se ne skrivajo le na striktno poslovnem področju družinskega podjetništva, temveč tudi v temelju njegovega delovanja, ki je družina. Kot pojasni Herman, sta s sinom po uradni predaji poslov še naprej nekaj let delala skupaj. Miran priznava, da je družinsko podjetništvo zelo zahtevno: »Po drugi strani pa ne poznam drugega načina dela, saj sem se na svojo poslovno pot podal skupaj z očetom, sedaj pa imam ob sebi tudi ženo.« Miranova žena Alenka, ki dela na področju marketinga, je v podjetje vpeta že 22 let, dve leti dlje od Miranovega prevzema. »Po eni strani je bolj enostavno, ker imaš ob sebi nekoga, ki te razume in na kogar se lahko zaneseš. Po na drugi strani pa se seveda pojavijo tudi izzivi, s katerimi se uspešno soočamo in jih sproti rešujemo,« poudarja Miran.

Tretja, še precej mlada generacija družine Rauter v podjetje trenutno še ni vpeta, a Miranovi hčeri v podjetju pomagata in si nabirata delovne izkušnje med počitnicami. Priznava, da si želi, da bi bila vsaj ena od njiju v podjetju prisotna, a »k temu pristopam previdno, da hčeri ne bi začutili prevelikega pritiska ali nemožnosti lastne izbire«.

Nosilci številnih patentov in prejemniki nagrad

Dve generacije Rauterjev sta poskrbeli, da je podjetje Hermi iz začetne garažne obrti, postanka v sosedovi mizarški delavnici ter večkratnih selitev in širitev skočilo do velikih uspehov. Kot nadalje razloži Herman, so od sinovega prevzema registrirali tudi 11 patentov, 12 modelov in 10 znamk v Sloveniji, v Evropski uniji in v državah tretjega sveta. Njihovo delo je bilo nagrajeno z mnogimi nagradami in priznanji. Prejeli so nagrado Gospodarske zbornice Slovenije za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke, bili nominirani za Gazelo savinjsko-zasavske regije kot najboljše hitrorastoče podjetje v regiji, se potegovali za naziv Tovarna leta, dve leti zapored prejeli regionalno nagrado za inovacije, zlato za povezovalni element Hermi Fast Joint® in srebrno za serijo kabelskih polic Hermi Fast Klick®. Letos so tudi desetič zapored pridobili in podaljšali certifikat odličnosti Excellent SME Slovenia z najvišjo bonitetno oceno 10.

Seveda ti uspehi ne bi bili mogoči brez odlične ekipe zaposlenih. Proizvodnja, komerciala, logistika, marketing, projektiva, računovodstvo, montaža in razvoj ... - v vseh oddelkih so zaposleni ključni ljudje za razvoj in rast podjetja, pravi Miran. A odličnega dela ni brez dobrih odnosov: »Vsako

jutro pripravimo kavo za zaposlene, na voljo je sadje, organiziramo različne interne dogodke in srečanja, med njimi tudi eno- ali večdnevne izlete. Izvedemo tudi družinski dan in dan štipendistov,« poudarja.

Trajnostno vlaganje v skupno (domačo) prihodnost

In kako bodo v podjetju čas prehiteli tudi v prihodnje? Odgovor se skriva v trajnosti, ki je, kot pravi Miran, širok pojem. »Stremimo in skušamo delati tako, da povezujemo ljudi. Povezujemo se tudi s krajevno skupnostjo.« Ne štipendirajo le elektro, strojnih in ekonomskih smeri, ampak podeljujejo tudi športne štipendije, s katerimi podpirajo mlade in perspektivne lokalne športnike iz Savinjske in Šaleške doline.

Velik poudarek dajejo tudi trajnostnim praksam v sami proizvodnji. Poleg tega, da se izogibajo plastiki, ločujejo in zbirajo odpadke, v samem proizvodnem procesu uporabljajo trajnejše in obnovljive surovine, povečujejo tudi samooskrbni del porabljene električne energije in vlagajo v obnovljive vire. »Vse gre v to smer, da želimo pustiti čim manjši ogljični odtis ter hkrati usmeriti svojo poslovno pot naprej,« zaključuje Miran.

Miran Rauter

lastnik

Ime podjetja:

HERMI, d.o.o.

Število zaposlenih (2021):

84

Čisti prihodki od prodaje (2021):

12,6 milijona €

KLANČAR ŽERJAVI d. o. o.

Miro Klančar, ustanovitelj

Andrej Klančar, direktor in lastnik

Klančarjevi žerjavi so kraljevali tudi v Planici

„**Ž**erjavi so zelo zanimivi. Po njih lahko brez BDP analize dobiš občutek, na kateri razvojni stopnji je država. So simboli razvoja, brez njih ni gradbeništva,« pravi Andrej Klančar, direktor družinskega podjetja Klančar Žerjavi. So ponudniki različnih dejavnosti, povezanih s temi velikimi gradbenimi konstrukcijami, pa tudi ponudniki njihovih najemov ter različne gradbene opreme. Zaslužni so, da lahko te mogočne konstrukcije mimoidoči opazujejo na gradbiščih marsikaterih ambicioznih in daljnosežnih gradbenih projektov. Mesto direktorja je Andrej konec leta 2008 prevzel od očeta, danes upokojenega ustanovitelja Mira Klančarja. Zgodba tega družinskega podjetja iz Križa pri Sežani je zgodba o vztrajnosti, odrekanju, sodelovanju in zaupanju, ki ne kroji le uspehov na poslovnem, temveč tudi medosebnem področju. Leta 2021 so v svoji ekipi imeli 21 zaposlenih, prihodki podjetja so znašali 4,2 milijona evrov, njihova dodana vrednost na zaposlenega pa je bila v tem letu dobrih 82.000 evrov.

“Rekel sem si, da jaz ne bom padel med tistih 80 % družinskih podjetij, ki, glede na statistike, ob prehodu na novo lastništvo in generacije, propadejo v roku petih let. Obljubil sem si, da bom zdržal, ne glede na to, kako težko bo.”

Andrej Klančar,
direktor in lastnik





Zaslужni so, da lahko te mogočne konstrukcije mimoidoči opazujejo na gradbiščih marsikaterih ambicioznih in daljnosežnih gradbenih projektov.

Pred žerjavi so bili – kompresorji

Začetki podjetniške zgodbe podjetja Klančar Žerjavi segajo v 80. leta prejšnjega stoletja. Takrat se je Miro, zaposlen v izvozno-uvoznem podjetju, ki je zaradi težav pri uvozu naletelo na negotove čase, odločil, da bo zakorakal na samostojno podjetniško pot, ki jo je začel z gradbenimi kompresorji. Pravi, da jim razmere niso bile naklonjene, a delo se je odpiralo in vsako leto so malce zrastle: »Vsakemu pravim, da je poleg poštenosti in pridnosti treba tudi vztrajati in se znati preusmeriti, ko naletiš na problem.« Temu pritrjuje tudi sin Andrej: »Potrebuješ vztrajnost in vsaj malo podjetniške žilice; recimo to, da veš, da kompresorji kot prva dejavnost nimajo več prihodnosti in se potem organsko, morda slučajno, morda po navdihu preusmeriš v žerjave, kar je storil oče.«

Ravno ta preusmeritev, ki jo je Miru narekovala intuicija, je bila odločilen korak na poti do uspehov, ki jih podjetje niza danes. Četudi se, kot

izpostavlja današnji direktor Andrej, takrat v Sloveniji žerjavi pri zasebnih gradnjah niso uporabljali in so delavci na začetku dvomili o njihovi uporabnosti, se Klančarjevi na to niso ozirali. Tudi dvom delavcev o rabi žerjava se je po Mirovem pripovedovanju hitro razblinil: »Od tega, da niso želeli žerjava, do tega, da niso več znali brez njega, je minil kakšen mesec.« Klančarjevi so s pomočjo žerjava kot eni prvi zgradili tudi domačo hišo, danes pa se njihovi žerjavi uporabljajo na mnogo zahtevnejših projektih in terenih. Kot pravi Andrej: »Žerjav smo pripeljali na odskočišče velikanke Planice, prvi smo s pomočjo helikopterja transportirali žerjav na vrh Okrešlja s pomočjo Slovenske vojske. Zanimiv projekt je bila tudi Nuklearna elektrarna Krško. Sodelovali smo pri gradnji najbolj luksuznega hotela v Rovinju, sodelujemo tudi pri Drugemu tiru«. O njihovih uspehih pričajo tako zaupanja in zadovoljstvo več kot 700 zvestih strank, kot tudi njihova nominacija za enega od finalistov regijske gazele Primorske leta 2021.

Timski duh onkraj košarkarskih igrišč

Andrej danes podjetje vodi tako uspešno in s takim zagonom, da bi si marsikdo mislil, da je že od malih nog sanjal o tem, kako bo nekega dne zasedel to mesto. A ni bilo povsem tako. Kot pravi Andrej, si pravzaprav nikoli ni mislil, da bo od očeta kdaj prevzel vodenje podjetja. Ta ga tudi nikoli ni silil v to. Andrej je še kot študent poskrbel, da je podjetje med prvimi dobilo svojo spletno stran in še danes aktivno uporabljajo digitalni marketing in družbena omrežja. Tako je spoznal, da se z majhnimi ukrepi da delati velike premike. To spoznanje je pripomoglo, da je leta 2008 »sprejel izziv in vstopil v podjetje ter v očetove čevlje«. Kot nekdanji košarkaš se še iz časov aktivnega treniranja zaveda, da je za uspeh vedno potrebna dobro uglašena ekipa. »Ko sem prevzel podjetje, je bila moja prva vizija, da poskrbim, da preživi vsaj pet let. Druga pa, da ustvarim sanjsko moštvo okoli desetih ljudi, ki ne bodo le številka, ampak bodo za to podjetje živeli«. Izpostavlja, da se je vizija tudi uresničila: danes skoraj 30 zaposlenih družijo odlični odnosi, ki jih v podjetju postavljajo na prvo mesto.

Predanost podjetja do zaposlenih in do gojenja ter negovanja dobrih medsebojnih odnosov je bila prepoznana tudi od zunaj, saj je bilo podjetje

eno izmed finalistov izbora najboljšega zaposlovalca Zlata nit 2021. »Pri zaposlovanju je vedno prisoten ta cmok v grlu; vedno je prisoten občutek odgovornosti, če stvari morda ne bodo šle po načrtih. V ekipo sem jemal sposobne, srčne ljudi, ki bi jim v primeru težkih časov v enem mesecu lahko tudi uredil novo službo,« kot odgovoren delodajalec izpostavlja Andrej.

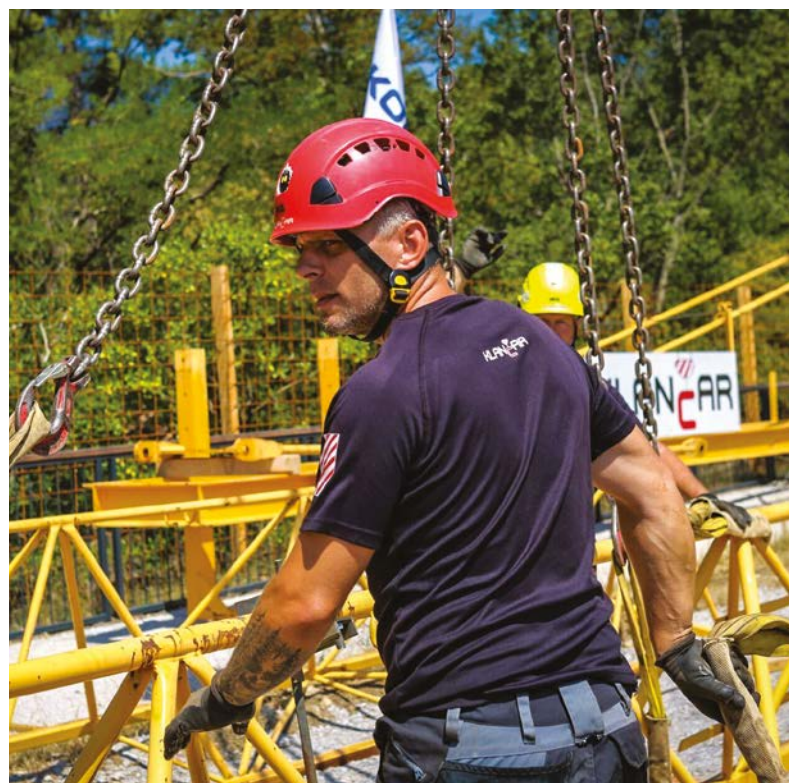
Ko poklekne gradbeništvo, se žerjavi vzravnavajo

Andrej je vodenje družinskega podjetja prevzel v ne najbolj rožnatem obdobju. Finančno krizo leta 2008 bi marsikdo dojemal kot oviro, sam pa je nanjo gledal kot na priložnost. Med pandemijo krize niso zares občutili. »Mi smo davek plačali med krizo leta 2008, takrat je gradbeništvo pokleknilo. Gradbinci smo bili v veliki stiski, toda čeznjo smo šli kot zmagovalci. Zdajšnja pa kriza se nas ni dotaknila,« se obdobja razmaha epidemije spominja Andrej.

»Krizo vedno prinaša velike spremembe. Takrat ali odgovoriš na to, ali pa čakaš in upaš, da se kaj zgodi. A samo od sebe se nikoli nič ne zgodi,« nadaljuje. Andrej verjame, da z novimi krizami vedno nastopijo tudi novi izzivi, ki za reševanje zahtevajo sveže in drugačne poglede.



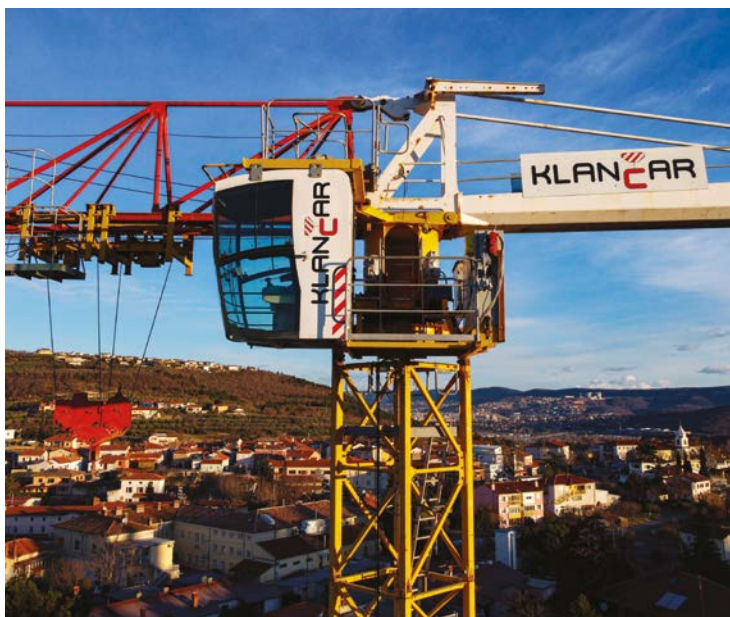
O njihovih uspehih pričajo tako zaupanja in zadovoljstvo več kot 700 zvestih strank, kot tudi njihova nominacija za enega od finalistov regijske gazele Primorske leta 2021.



Klančarjevi so s pomočjo žerjave kot eni prvi zgradili tudi domačo hišo, danes pa se njihovi žerjavi uporabljajo na mnogo zahtevnejših projektih in terenih.

“

Plavati proti toku se v podjetništvu lahko izplača – sploh ko plavaš skupaj z osebami, ki jim zaupaš tudi v osebnem življenju.



»Žerjavi so zelo zanimivi. Po njih lahko brez BDP analize dobiš občutek, na kateri razvojni stopnji je država. So simboli razvoja, brez njih ni gradbeništva,« pravi Andrej Klančar, direktor in lastnik.



Predanost podjetja do zaposlenih in do gojenja ter negovanja dobrih medsebojnih odnosov je bila prepoznana tudi od zunaj, saj je bilo podjetje eno izmed finalistov izbora najboljšega zaposlovalca Zlata nit 2021.

Podjetje na kratko:

vztrajnost, skrb za zaposlene, priložnosti, pogled naprej, ekipa.

Ko ti je podjetništvo v krvi

V ritem življenja, ki ga do neke mere kroji tudi realnost podjetniškega vsakdana, se občasno vključuje tudi tretja generacija. Kot pravi Andrej, si tudi ženin sin, 18-letni Žan, četudi je bolj »umetniška duša, katere glavna strast je kitara,« denar občasno služi ravno s pomočjo v podjetju. Mlajša hči, 11-letna Kiara, pa ima po mnenju očeta »to žilico kot jaz in oče. Rada pomagava ljudem, sva prodajalca. Tudi ona je že sama od sebe prodajala limonado po ulici s prijateljico, prodajali sta tudi nakit, ki sta ga naredili sami.« Zdi se mu, da se z občutkom za posel rodiš. »Mama mi je povedala, da sem pri treh letih, ko smo imeli doma obiske, ljudi cukal za rokav in jih spraševal, če bi kupili kakšno nalepko, ki sem jih takrat zbiral,« se svojih prvih podjetniških podvigov z nasmehom spominja Andrej.

A poseganje po uspehih se ne zgodi brez odrekanj in podpore bližnjih, ki jih družijo vizija po svetlejši in lažji prihodnosti. »Družina je bila malo žrtev, vsaj na začetku. Cele dneve sem bil na terenu, žena me je pri tem podpirala. Takšno delo se ne zaključi po osmih urah, ampak postane kar način življenja,« o odrekanjih v času ustanovitve podjetja pripoveduje Miro. Da res gre za način življenja, potrjuje tudi sin: »Puščati delo v službi? Ne, nosiš ga s seboj. Nekje v ozadju v glavi je nenehno prisoten posel. Saj nikoli ni (pre)hudo, a zdi se mi skoraj nemogoče, da ne bi razmišljal o tem.«

Takšna predanost podjetju s seboj prinese tudi močno navezanost na podjetje. Ponekod starejše generacije zato mlajšim težka prepustijo vajeti, a Miro ni želel, da bi se to zgodilo tudi pri njih: »Vedno sem govoril, da nikoli ne bom tak. Rekel sem, da bom spustil podjetje še pravi čas v roke sinu in mu rekel, naj zaplava.«

Onkraj meja - a ne brez močne ekipe

Uspehe so že začeli nizati tudi onkraj slovenskih meja, predvsem na Hrvaškem in v Italiji. V Trstu so že prisotni z gradbenimi odri in visokimi stebnimi dvigali, žerjavov pa tam še nimajo. A kot pravi Andrej: »Sčasoma je želja, da osvojimo Trst, nato Monfalcone in potem gremo vse do Benetk, ki so enako oddaljene od meje kot Zagreb, kjer že uspešno delamo.« Na Hrvaškem prepoznajo njihovo kakovost tudi, ko gre za bolj zahtevne projekte - zadnji takšen je bila rafinerija Urinj.

Ob vseh uspehih in priznanjih se pojavlja vprašanje, kako in kam naprej? Andrej kot velik zagovornik družinskih podjetij izpostavlja, da je njihova prednost ravno stabilnost ter njihova dolgoročna naravnost, po čemer se najbolj razlikujejo od drugih, ne-družinskih podjetij. Dolgoročni pogled naprej se odraža v njihovih načrtih za prihodnost, ki so osnovani na trdih temeljih. Pravi, da je poleg širitve in osvajanja tujih trgov njihova osnovna vizija za prihodnost visoka rast, okrepitev osnovnih sredstev in na prvem mestu tudi okrepitev ekipe: »Pridobivanje najboljšega kadra, da ta naša simfonija in orkester lepo igrata - to je izziv za naslednjih 20 let.«

Andrej Klančar

lastnik

Ime podjetja:

KLANČAR ŽERJAVI d.o.o.

Število zaposlenih (2021):

21

Čisti prihodki od prodaje (2021):

4,2 milijona €

MAGNETI LJUBLJANA, d.d., Ljubljana

Albert Erman, direktor in večinski lastnik

Simona Erman, namestnica direktorja, finance in kadrovanje

Magneti Ljubljani niso popustili niti v najtežjih časih

Magneti Ljubljana že od leta 1951 proizvajajo trajne kovinske magnete, plastomagnete ter magnetne sisteme. V desetletjih delovanja so se prebili skozi marsikatero turbulentne čase, danes pa so trdno zasidrani na svojem področju in z optimizmom zrejo v prihodnost. Podjetje, katerega sedež se nahaja v Stegnah v Ljubljani, stremi k temu, da bi se v prihodnje iz evropskega - praktično vsi njihovi partnerji so iz tujine - razvili v globalnega proizvajalca magnetov. Magnete Ljubljana je v družinsko last pripeljal dolgoletni direktor Albert Erman. V podjetju je zaposlena tudi žena Simona, s podjetjem pa so bili, so in morda še bodo na tak ali drugačen način povezani tudi njegovi otroci.

“Naša konkurenčna prednost je znanje in obvladanje tehnologije.”

Albert Erman,
direktor in večinski lastnik





Podjetje stremi k temu, da bi se v prihodnje iz evropskega razvili v globalnega proizvajalca magnetov.

Temelj uspeha je proaktivno iskanje poslovnih partnerjev

Podjetje Magneti Ljubljana je bilo ustanovljeno leta 1951, 11 let za tem pa se je pridružilo skupini ISKRA. Zgodba podjetja se je z zgodbo družine Erman začela prepletati leta 1986, ko je vodenje podjetja, ki je bilo tedaj v velikih težavah zaradi zmanjšanja naročil, prevzel Albert Erman, univerzitetni diplomirani inženir metalurgije, današnji večinski lastnik in direktor. Kot pripoveduje, je ob prihodu v podjetje najprej vzpostavil lastno finančno službo in kasneje še lastno komercialo, ki je pred tem potekala na ravni skupine ISKRA. Čeprav je bil direktor, je pravzaprav opravljal delo trgovskega potnika – potoval je po Evropi in iskal nove kupce. Podjetje je takrat izdelovalo predvsem izdelke za jugoslovansko vojsko, Albert pa je pomembno priložnost videl v takrat še novi tehnologiji. »Videl sem, da obstaja povpraševanje po ABS sistemu, ki je sestavljen iz magnetov in se je v avtomobilih začel uporabljati v osemdesetih letih prejšnjega stoletja,« se spominja. Posebej pomembna je bila vez, ki jo je vzpostavil s prvim kupcem novih izdelkov, pri čemer je pomembno vlogo igral tudi Albertov pristop: »On je bil golfist, jaz pa ne. Kljub temu sem organiziral, da sva se dobila na Bledu na golfu in takoj našla skupni jezik.« Na podlagi novo sklenjenega posla je hitro začel iskati

opremo za proizvodnjo magnetov, pri čemer mu je finančno pomagal tudi kupec sam. »V dveh letih smo iz nič prišli na raven, ko smo izdelali skoraj 40 milijonov kosov.«

Kdor riskira – profitira

Na krilih tega in drugih uspehov se je podjetje odločilo za samostojno pot in leta 1989 zapustilo ISKRO. Leta 1992, po ustanovitvi nove države, je sledila še privatizacija. Po nasvetu kolega iz Boscha, ki je bil prepričan v dolgoročno prihodnost magnetov, je Albert za nakup delnic vzel osebni hipotekarni kredit, k nakupu pa je spodbujal tudi zaposlene, ki so v ta namen dobili celo dodatek pri plači. Večina zaposlenih se je odločila delnice kmalu prodati, tako da je v lasti družine Erman zdaj nad 80 % delnic. Preostanek delnic je še vedno v lasti trenutnih ali upokojenih zaposlenih. »Vedno sem želel, da bi bili v lastništvo podjetja vključeni tudi zaposleni,« pravi Albert.

Bogastvo izkušenj in mladostno navdušenje

Magistrica ekonomije Simona Erman je že 21 let Albertova življenjska sopotnica, na njegovo spodbudo pa se mu je pred desetimi leti pridružila tudi

pri pisanju zgodbe Magnetov Ljubljana. »Te odločitve mi ni bilo lahko sprejeti, ampak od prvega dneva, ko sem prišla na delo v Magnete, sem se počutila zelo dobro in se tudi takoj vključila v kolektiv,« se spominja Simona. Je direktorica finančno-računovskega ter kadrovskega sektorja. Albert doda: »Je tudi moja namestnica in vedno se lahko zanesem nanjo.«

Albertova sinova, Tilen, magister ekonomije, in Žiga, univerzitetni diplomirani inženir metalurgije in materialov, sta bila štipendista podjetja in sta v njem začela svojo karierno pot, a sta kasneje želela pridobiti nova znanja in izkušnje in zato našla nove izzive izven podjetja. Najstarejši sin Grega, univerzitetni diplomirani ekonomist, je že od leta 1998 predsednik nadzornega sveta podjetja, hči Mojca, magistrica prava, pa kot samostojna odvetnica z Magneti Ljubljana pogodbeno sodeluje na področju pravnega svetovanja. Kot pravi Albert: »Za velik uspeh si štejem, da so otroci v podjetju pridobili ogromno znanja in izkušenj, s katerimi so lahko drugje takoj prevzeli odgovorna mesta.«

V podjetje vleče tudi Erazma, Albertovega in Simoninega 15-letnega sina. »Ko je Albert v letu 2017 dobil nagrado Gospodarske zbornice Slovenije, je Erazem kot 9-letni deček novinarki v intervjuju ob podelitvi nagrade odločno

izjavil, da bo nekoč on postal manager podjetja Magneti. Temu še vedno sledi: zdaj je v devetem razredu in se odloča, v katero srednjo šolo se bo vpisal, da bo lahko doprinesel k podjetju,« pojasni Simona.

Čeprav bi se že zdavnaj lahko upokojil, Albert še vedno uživa v svojem delu. Vseeno pa je po infarktu, do katerega ga je pred dobrimi 25 leti pripeljalo hektično življenje, spoznal, kako pomembna sta prosti čas in družina. S Simonino rada aktivno preživljata prosti čas – sta motorista, skupaj kolesarita, Albert je tudi pilot. Vseeno pa Simona prizna, da v ozadju vedno ostaja misel na podjetje. Še posebej rada začne pogovor o podjetju zvečer ob igri remija, pa jo Albert hitro ustavi in spomni, da je to njun čas za odklop. »Če so problemi, pa se seveda pogovarjava o njih. Tega ne moreš odklopiti,« dopolni Albert.

Eni vodilnih proizvajalcev magnetov v Evropi

Magneti Ljubljana so eni redkih preživelih podjetij v Evropi na področju proizvodnje magnetov za različne industrije, od avtomobilske do železniške in elektro industrije. Odkar se je Albert pridružil podjetju, so sicer pomembna konkurenca postala kitajska podjetja, zaradi katerih je večina evropskih



Proizvodnja sinter magnetov.



Posnetek iz livarne.



Magneti Ljubljana že od leta 1951 proizvajajo trajne kovinske magnete, plastomagnete ter magnetne sisteme.

“

Albert Erman se je že v mladih letih naučil, kako pomembno je spoštovati dogovorjeno, kar je prenesel tudi v svoje delo v podjetju.



Podelitev nagrade za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke za leto 2016.

Podjetje na kratko:

tradicija, izkušnje, znanje, razvoj, vključevanje zaposlenih.

proizvajalcev propadla. Magneti Ljubljana so tako edini, ki v Evropi še proizvajajo AlNiCo magnetne. »Naša konkurenčna prednost je znanje in obvladanje tehnologije. Prednost je tudi, da smo v Evropi in bližje kupcem. Poleg tega v zadnjem času poskušamo z recikliranjem pridobiti čim več surovin, da bi bili čim bolj neodvisni od Kitajske,« pojasni Albert. Magnetov ne delajo 'po kopitu', ampak pravzaprav za vsako stranko oblikujejo nov izdelek po kupčevih zahtevah, kar zahteva ogromno znanja in izkušenj.

Albert pravi tudi, da podjetje vodi bolj konzervativno, kar pa se v industriji, kjer od stika s stranko do začetka proizvodnje magnetov traja vsaj eno leto, pogosto obrestuje. »Ko so bile razvite nove kvalitete magnetov, so vsi hiteli zapirati programe starih AlNiCo magnetov. Tudi meni so govorili, naj ta program zaprem, zdaj pa nam ravno to področje najbolj raste,« navede kot primer.

Kakovost, razvoj in trajnost

V podjetju so ponosni na svojo kakovost, ki jo dokazujejo tudi s certifikati. »Ti so namreč pogoj, da prideš v dobaviteljsko verigo v avtomobilski industriji,« pove Albert. »Vsako leto dosežemo tudi bonitetno odličnost in v ponos nam je, da je bil Albert prepoznan kot gospodarstvenik leta in kot podjetnik leta,« pa doda Simona. Pomemben del zagotavljanja kakovosti je tudi merjenje in preverjanje kakovosti surovin. »Že sama laboratorijska oprema, s katero opravljamo meritve, je vredna nekaj milijonov evrov. V drugih podjetjih nimajo take opreme, zato se pogosto na nas obrnejo tudi za meritve,« pojasni Albert.

Magneti Ljubljana so aktivno vključeni v razvoj in kot raziskovalni in razvojni partner sodelujejo s številnimi institucijami v EU. »Trenutno imamo odprtih okrog 10 razvojnih projektov na evropski ravni, ki se večinoma osredotočajo na recikliranje in razvoj materialov,« pove Simona. Eden od projektov je bila tudi izgradnja lastne sončne elektrarne, s katero stopajo proti bolj trajnostni prihodnosti. Skrb za okolje odseva tudi srebrna EcoVadis medalja 2020 ter dejstvo, da so bili leta 2021 izbrani med ambasadorje slovenskega gospodarstva v sklopu kampanje Javne agencije SPIRIT Slovenija I feel Slovenia. Green. Creative. Smart.

Skupaj z zaposlenimi v uspešno prihodnost

Vseh teh uspehov ne bi mogli doseči brez zaposlenih, ki jih je danes v podjetju več kot 200. Albert in Simona sta ponosna na dobre odnose, medsebojno pomoč in sodelovanje v podjetju. »Smo uspešno mednarodno podjetje in ponosni smo, da lahko našim zaposlenim

nudimo stabilno zaposlitev. Smo tudi zelo sproščen kolektiv, spodbujamo izobraževanje, karierni razvoj ter usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja,« izpostavi Simona.

Zdaj, ko je podjetje trdno na poti uspeha, so se že pojavili potencialni strateški partnerji in tudi kupci, ki so pripravljeni na povezovanje ali celo na nakup podjetja, vendar jih Albert vztrajno zavrača. »Podjetje bo ostalo v lasti družine Erman,« odločno pojasnjuje Albert. »Želim si, da bi podjetje naprej prevzela Simona, ki je že močno vključena v njegovo delovanje.« Simona doda: »Saj vendarle gre za družinsko podjetje in ohranjanje družinske tradicije. Želim si, da bi družina Erman to zgodbo nadaljevala še naprej in da bi Magneti Ljubljana ostali uspešno in prepoznavno podjetje.«

Albert Erman

večinski lastnik

Ime podjetja:

**MAGNETI LJUBLJANA,
d.d., Ljubljana**

Število zaposlenih (2021):

244

Čisti prihodki od prodaje (2021):

18,5 milijona €

MIZARSTVO JEZERŠEK, d. o. o.

Jernej Jezeršek, direktor in solastnik

Boštjan Jezeršek, solastnik

Janez Jezeršek, solastnik

Marjeta Jezeršek, marketing in komunikacije

Silvana Jezeršek, administracija

Jernej Jezeršek mlajši, proizvodnja, skrbnik strank

Vsak brat s tretjino glasu odloča o prihodnosti Mizarstva Jezeršek

Jernej, Boštjan in Janez so trije bratje, ki so uspešno družinsko podjetje Mizarstvo Jezeršek s Hotavelj prevzeli od pokojnega očeta Karla. Specializirani - a ne omejeni - na izdelavo stopnic se lahko pohvalijo s tem, da so s svojimi izdelki pečat pustili v več kot 40 državah po svetu. Čeprav njihov domet sega krepko onkraj domačega praga, se še vedno zavedajo pomena lokalnega okolja in nepogrešljivosti ročnega dela. Zgodbo tega družinskega podjetja že od samega začetka krojijo tudi drugi - od mame Ane do žen Silvane in Marjete ter zdaj že delno aktivne tretje generacije.

“En mesec pred mojim rojstvom, se je tukaj odprla delavnica; nad njo smo stanovali, ves čas sem hodil po njej. Takrat je bila bistveno manjša, stroji pa manj sodobni. Zanimivo se mi zdi, koliko se je vse spremenilo v teh 26 letih: nova delavnica, novi stroji, veliko več prostora. Od začetka do danes se vidi zelo velik napredek. In upam, da bo razvoj tako šel tudi naprej.”

Jernej Jezeršek mlajši,
proizvodnja, skrbnik
strank





Trenutno se pri Jezerških izobražuje 11 vajencev iz različnih letnikov lokalne lesne srednje šole. Tudi sicer v podjetju zaposlujejo lokalne prebivalce, trenutna ekipa zaposlenih šteje 26 ljudi.

V domači garaži so nastale prve stopnice za umetnika

Kot pripoveduje Boštjan, se je zgodba podjetja začela s popoldansko dejavnostjo očeta Karla, ki je v domači garaži začel izdelovati stopnice. Očetov prvi izziv je bila izdelava stopnic za akademskega slikarja Franceta Slano. »Toliko časa jih je razvijal in vztrajal, da jih je naredil. Stopnice namreč od nekdaj veljajo za zelo zahteven mizarski izdelek.« Popoldanska obrt je sčasoma prerasla svoje okvire. Ko je Karel spoznal, da se mu bodo pridružili tudi sinovi, je obrt dobila dom v pravi delavnici. »Z očetove strani ni bilo velike prisile, da bi nas vključil v podjetje, saj smo že kot majhni radi delali v delavnici,« se spominja Boštjan. In medtem ko so se trije bratje usmerili v mizarsko dejavnost, je četrti prevzel družinsko kmetijo.

Uspeh pripisujejo porazdelitvi zadolžitve in medsebojnemu zaupanju

Vključenost treh bratov v podjetje je nenazadnje posebnost. Njihovo delovanje Jernej, direktor, opisuje tako: »Vsi smo 'zrasli' v delavnici, kar je razlog, da znamo vsi delati vse. Smo si pa razdelili področja glede na to, kaj komu bolj leži. Zaradi večanja obsega moramo občasno določene zadolžitve prerazporediti.« Najstarejši brat Boštjan ima največ izkušenj z risanjem, tehnološko pripravo dela za proizvodnjo in je prisoten pri večjih in zahtevnejših montažah. V podjetju je prisoten najdlje, še iz časov, ko pri delu niso uporabljali tehnologije. Srednji brat, Janez, danes zadolžen za organizacijo dela v proizvodnji in pokrivanje avstrijskega trga, je že od začetka spremljal očeta tudi pri delu izven domače delavnice: »Že kot mlad sem z očetom rad hodil na montaže,« se spominja. Najmlajši brat, Jernej,

pa se je podjetju priključil, ko so pri delu že uporabljali stroje in tehnologijo. V podjetje se je, kot pripoveduje, »nekako avtomatsko« usmeril v to. Mesto direktorja je prevzel mesec pred očetovo nepričakovano smrtjo. Takrat so se sinovi skupaj z njim dogovorili o lastništvu in funkcijah v podjetju. »Od takrat naprej je tako, kot smo se dogovorili, in nikoli nismo imeli kakršnihkoli problemov,« pojasnjuje Jernej. Izpostavlja tudi posebno pravilo, ki se ga drži pri delu: »Pri investicijah in pomembnejših odločitvah imam jaz eno tretjino glasu. Če Boštjan in Janez mislita drugače, me lahko preglasujeta.«

Obdobje skupnega prevzema podjetja je bilo zaznamovano z njihovo mladostjo in 'nujo' po hitrem prilagajanju: »Vedeli smo, da ne smemo niti za trenutek pokazati, da česa ne vemo ali ne znamo. Tako dobro smo se organizirali, da niti stranke, niti dobavitelji, niti delavci niso opazili, da se je kaj spremenilo,« se spominja Jernej. Obenem pa uspeh pri tem pripisuje ravno porazdelitvi zadolžitev med njimi in medsebojnemu zaupanju, ki ga gojijo. »Naša posebnost je, da je vsako stopnišče unikatno, ne glede na to, za kako velik projekt gre. Namreč razpon vrednosti naših projektov je od tisoč pa do par sto tisoč evrov. Zato se o vsakem projektu pogovorimo, določimo prioritete, potem pa vem, da bo za izpeljavo projekta poskrbljeno. Prav tako vem, da imamo na montažah dobre ekipe in da se bodo vsi potrudili

delo kakovostno opraviti. Na drugi strani pa bratoma ni treba skrbeti glede financ, prodaje in zadev, za katere skrbim jaz. Zaupamo si, da bo vsak poskrbel za svoje področje,« pojasnjuje Jernej.

Pogovori o poslu se zgodijo tudi doma

Mizarstvo Jezeršek je družinsko tesno prepleteno podjetje. Že od samega začetka je Karlu ob strani stala žena Ana. »Sodelovala je pri vseh odločitvah. Kuhala je tudi malice za vse zaposlene. Veliko je pripomogla k temu, da je vse skupaj delovalo,« se spominja Jernej. Njegova žena Marjeta jo opisuje kot osebo, ki »ni držala gor samo podjetja, ampak tudi družino, svojo, potem pa tudi družine sinov.«

Tudi te so precej vpete v notranji mehanizem samega podjetja. Marjeta, ki je tesneje povezana s podjetjem zadnjih pet let, svoje delo opisuje kot skrb za ponudbe za tuje trge, komunikacijo in marketing. Vključitev v družinsko podjetje je bila zanjo sprememba, saj je delo za tuje ali pa domače podjetje precej drugačno. Ločnica med delom in zasebnostjo je sedaj bolj zabrisana: »Doma imava več pogovorov o poslu. Ko greva od tukaj, ni konec dela, ves čas smo vpleteni v to.«



Jernej, Boštjan in Janez so trije bratje, ki so uspešno družinsko podjetje Mizarstvo Jezeršek s Hotavelj prevzeli od pokojnega očeta Karla.



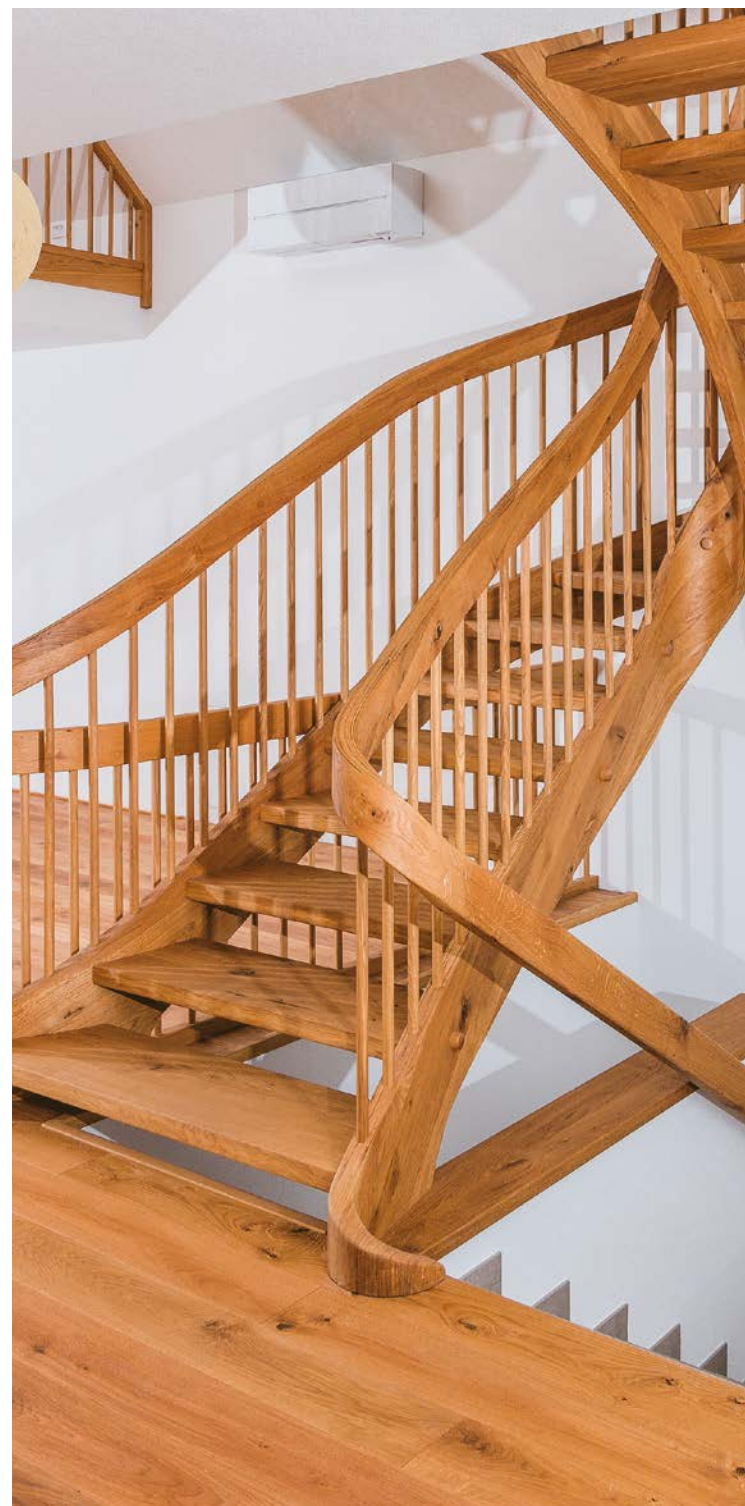
Jezerškova posebnost je ta, da je vsako stopnišče unikatno, ne glede na to, za kako velik projekt gre.

“

Medsebojno zaupanje
je pogojeno s
transparentnostjo –
četudi je vsak strokovnjak
na svojem področju, se
nikogar ne pušča v temi
glede dogajanja drugje.



Vključenost v podjetje se že razteza v tretjo generacijo.



Lokalni usmerjenosti navkljub pa njihovi izdelki presegajo meje domačega praga. Z izdelki so prisotni že v več kot 40 državah.

Podjetje na kratko:

medsebojno zaupanje, sodelovanje, lokalnost, povezanost, spontanost.

Da tudi sama doma včasih govorita o službi, pove tudi Silvana, Boštjanova žena, ampak doda, da »nikoli ni bilo večjih konfliktov ali zapletov. Seveda se zgodijo, vendar jih rešiva na pravi način.« Sama je v podjetje vključena že od leta 1996, ko ji je mesto v njem po porodniškem dopustu ponudil Karel: »Delala sem vse, kar je bilo treba, tudi peljala potrebne stvari na montažo in jih šla iskati. Zdaj opravljam administrativno delo, še vedno pa kaj peljem ali grem iskati. Se pravi, še vedno počnem vse, kar je treba.«

Vključenost v podjetje pa se razteza že v tretjo generacijo. Medtem, ko so Jernejevi otroci za to še premajhni, pa Janezovi osnovnošolci pomagajo med počitnicami. S počitniškim delom se je vanj že zelo zgodaj uvedel Silvanin in Boštjanov sin Jernej mlajši: »Že od malega sem nekako vedel, da se bom usmeril v to področje. V srednjo šolo sem šel v Škofjo Loko na lesno in potem še na višjo šolo. Lesarstvo je bila edina šola, ki me je zanimala,« pojasnjuje. Zdaj, ko je v podjetju zaposlen, je vključen v delo v delavnici, prevzel pa je tudi del sodelovanja z nemškim podjetjem. »Za naprej pa bomo še videli, kaj bo prišlo. Ampak če bo šlo vse prav, se tudi v prihodnosti vidim tukaj,« pravi Jernej, najmlajši iz družine, ki je že redno vključen v podjetje.

Lokalna ekipa, kupci pa iz 40 držav

V Srednji lesni šoli v Škofji Loki se ni kalil le Jernej mlajši, ampak tudi marsikateri drugi zaposleni. S šolo imajo vzpostavljeno dobro sodelovanje, trenutno se pri njih izobražuje 11 dijakov oziroma vajencev iz različnih letnikov srednje šole. Tudi sicer v podjetju zaposlujejo lokalne prebivalce, trenutna ekipa zaposlenih šteje 26 ljudi. Usmerjenost v lokalno okolje je v podjetju v precejšnji meri opazna tudi pri kupovanju lesa; kupujejo ga od slovenskih trgovcev, nekaj pa tudi s Hrvaške in Bosne in Hercegovine. »Od okoliških kmetij pokupimo vse, kar imamo na razpolago. Tudi sicer imamo veliko dobaviteljev lokalnih, kar se je vedno izkazalo kot dobra praksa.«

Lokalni usmerjenosti navkljub pa njihovi izdelki presegajo meje domačega praga. In četudi so v podjetju specializirani za izdelavo stopnic, pa se ne omejujejo le nanje in »znajo narediti vse«, pravi Jernej. Z izdelki so prisotni že v več kot 40 državah, opravljajo pa tako enkratne projekte, kot tudi projekte s stalnimi kupci: »Stalne projekte imamo v Franciji, Nemčiji, Angliji in tudi Avstriji, kjer imamo svoje podjetje, preko katerega obvladujemo avstrijski trg, pa tudi na Hrvaškem in v bivših državah Jugoslavije. Imamo individualne, zasebne stranke, ostalo pa so proizvajalci montažnih hiš ali trgovci s stopnicami, hoteli,« pojasnjuje Jernej.

Bolj zahtevno, bolj zanimivo

»Vsekakor imamo vizijo, kje želimo biti na domačem in tujih trgih pozicionirani, ne delamo pa zelo podrobnih dolgoročnih planov, ker vemo, kako se časi spreminjajo in dajemo prednost temu, da smo fleksibilni in na spremembe lahko hitro in učinkovito odreagiramo,« na vprašanje o načrtih za prihodnost odgovarja Jernej. Obenem dodaja, da jim dela ne zmanjkuje in da beležijo stalno rast. »Ko smo se odločili za gradnjo nove delavnice, v kateri delujemo trenutno, smo začeli delati tudi na povečanju prodaje. Odločili smo se za sejem BAU v Munchnu, ki je eden največjih svetovnih sejmov na področju arhitekture, gradnje in gradbenih materialov in zagotovo najpomembnejši sejem na področju gradnje v tem delu Evrope. To se je izkazalo kot pravilna odločitev. Dobili smo več velikih kupcev, s katerimi danes zelo dobro sodelujemo,« se spominja. Kot pravi Janez: »Ni se še zgodilo, da bi za kakšen projekt rekli, da ga ne znamo narediti, kar je tudi razlog, da dobimo zelo zahtevne projekte s celega sveta. To je naša posebnost. Bolj kot je zahtevno, bolj zanimiv nam je projekt.«

Jernej, Janez in Boštjan Jezeršek

solastniki

Ime podjetja:

**MIZARSTVO
JEZERŠEK, d.o.o.**

Število zaposlenih (2021):

21

Čisti prihodki od prodaje (2021):

2,3 milijona €

PISKAR d. o. o.

Anton Piskar, lastnik, direktor in soustanovitelj

Romana Piskar, izvršna direktorica in soustanoviteljica

Uroš Piskar, IT in komerciala

Matej Piskar, računovodstvo in finance

Piskar: doma v skoraj vsakem slovenskem gospodinjstvu

V današnjem času si ne znamo predstavljati dela v kuhinji brez vrečk za gospodinjstvo, alu folije, peki papirja in podobnih pripomočkov. Zakonca Piskar, Tone (Anton) in Romana, pred 35 leti nista niti v sanjah pomislila, da bodo njihovi izdelki postali tako prepoznavni in nepogrešljivi v vsaki kuhinji. Podjetje Piskar proizvaja polietilenske folije in vrečke, največ za odpadke iz gospodinjstev. Še posebej so prepoznani po dišečih vrečkah za odpadke, vrečkah na drsno zadrgo, vrečkah za mokre dežnike, vrečkah za kužke in za otroške plenice. Kot prvi v Sloveniji so začeli proizvajati vrečke za biološke odpadke, ki so povsem razgradljive in zato primerne tudi za kompostiranje. Pod svojo blagovno znamko imajo na trgu več kot tisoč izdelkov. Petino svoje proizvodnje izvozijo. Njihove izdelke najdemo v kar desetih državah, med drugim tudi čez lužo. So zakoniti zastopniki izdelkov za dom znamk Toppits, Melitta in Cilia, pri njih pa lahko najdemo tudi vrečke in dišave za sesalnike Swirl. Vse to jim ne bi uspelo, če ne bi ves čas stremeli k razvoju novih izdelkov, zasnovanih po željah in potrebah kupcev. Podjetje Piskar, ki ima danes sedež v Sneberjah pri Ljubljani, je leto 2021 zaključilo z okoli 4 milijoni evrov prihodkov ter dobrih 200 tisoč evrov dobička. V podjetje sta poleg Toneta in Romane aktivno vključena sinova Uroš in Matej, pa tudi širša družina Piskarjevih.





“Ves čas si prizadevamo biti ne le inovativni in prvi, ampak tudi slediti trendom v svetu in potrebam, ki jih prinašajo novosti na področju izdelave vrečk.”

Romana Piskar,
izvršna direktorica
in soustanoviteljica



Podjetje Piskar letos praznuje 36 let svojega obstoja. Z eno besedo podjetje najbolj opiše: inovativnost.

Drzna odločitev, pogumni začetki

Tone je že v mladosti čutil, da mu delo v državni službi ne prinaša zadovoljstva, čeprav, kot pravi, je imel dobro službo. Ker mu notranji glas ni dal miru, se je odločil, da gre na samostojno podjetniško pot. Z ženo Romano, ki je bila takrat še študentka, sta zasledila oglas o prodaji stroja za izdelovanje vrečk. Kljub temu da o slednjih takrat nista vedela prav veliko, sta skupaj s Tonetovim očetom odšla na razgovor k prodajalki strojev. Tone je imel komaj 22 let. Odločili so se za nakup in tako se je leta 1986 začela njuna poslovna zgodba. Svojo dejavnost sta začela v majhnih kletnih prostorih nasproti ljubljanskega Gospodarskega razstavišča in se pogumno lotila izdelovanja vrečk.

»Če bi mi takrat kdo rekel, da bova to podjetje z možem imela 35 let, mu ne bi verjela,« pravi Romana, izvršna direktorica podjetja. Začetki so bili težki, v podjetništvu sta bila povsem 'bosa'. »Vse, kar sva potrebovala, sva se naučila sproti. Druge sva spraševala za nasvet in s pomočjo tega spontano rasla,« razloži Romana. Njuna vztrajnost in delavnost je kmalu obrodila sadove.

»Prvo leto sva bila v podjetju zaposlena samo midva, nato pa sva v povprečju vsako leto na novo zaposlila po eno osebo,« pravi direktor podjetja Tone. Podjetje je imelo to prednost, da so imeli edini kakovostni stroj za vrečke v Jugoslaviji, kar jima je dalo še dodatni zagon, da sta vztrajala. Sprva je bil njun prodajni program omejen: začeli so z vrečkami za zamrzovanje živil, a kmalu ugotovili, da bo treba proizvodnjo povečati.

V podjetju poleg Piskarjev dela več družin

S podjetjem sta rastle tudi njuna sinova Uroš in Matej, ki sta bila vanj vpeta že od majhnih nog. »Spominjam se, da smo se doma veliko pogovarjali o podjetju. Ko si vpet v družinski posel, spoznaš, da te to spremlja vsepovsod,« pripoveduje Matej, ki v podjetju danes skrbi za finance. Tudi Uroš se zelo dobro spominja svojih prvih izkušenj z družinskim podjetništvom: »Kot otroku mi je bilo zanimivo, ko sva se s stricem prevažala robo od trgovine do trgovine.« Pravi, da mu te izkušnje danes še kako koristijo. V podjetju je odgovoren za IT in komercialo, če je potreba, pa pomaga tudi v proizvodnji.

»Včasih me je bilo strah, da bi se med nama z bratom razvila borbenost glede podjetja,« zaupa Uroš in doda, da je ta strah povsem zbledel, saj se danes zelo dobro dopolnjujeta. »Zanimivo je, da imam dokončano ekonomsko fakulteto, pa se raje ukvarjam s stroji, moj brat, ki je dokončal strojno fakulteto, pa raje dela v financah,« v smehu doda Uroš.

V zgodbo družinskega podjetja so vključeni tudi člani širše družine Piskar: Tonetov brat ter njegova starejša hči in mlajši sin, ki občasno pomaga v podjetju. Del podjetja je še Matejeva zaročenka, ki bo v prihodnosti verjetno prevzela vodenje skladišča. A Piskarji niso edina družina, ki je zaposlena v podjetju. Med zaposlenimi je kar nekaj članov istih družin, ki delajo skupaj. V podjetju želijo ohraniti domačnost, zato se kličejo po imenih. Čeprav so vsi vpeti v podjetje, se trudijo ločevati zasebno življenje od službenega. »Ko smo doma, se ne pogovarjamo veliko o poslovanju, saj smo že tako cele dneve vpeti,« pravi Romana.

Njihova specialiteta? Kakovostni izdelki!

Podjetje Piskar se lahko pohvali s kar nekaj inovativnimi izdelki, ki so jih razvili sami. Najbolj so prepoznavni po vrečkah za gospodinjstvo in vrečkah za odpadke. »Ves čas si prizadevamo biti ne le inovativni in prvi, ampak tudi slediti trendom v svetu in potrebam, ki jih prinašajo novosti na področju izdelave vrečk,« pravi Romana. Vrečke s trakom, odišavljene vrečke in

vrečke za mokre dežnike so le nekateri izmed inovativnih izdelkov, ki so jih v preteklih letih predstavili kupcem.

Zaradi potreb trga so prvi v Sloveniji začeli z izdelovanjem biorazgradljivih vrečk, za katere pa Tone meni, da kljub vsemu le niso tako prijazne do okolja, kot si morda predstavljamo. Primerja jih z električnimi avtomobili: »Če pomislimo, koliko surovin se porabi za izdelavo, koliko odpadkov se ustvari ob izdelavi in po koncu uporabe, ko moramo avto reciklirati, spoznamo, da izdelek morda ni tako ekološki.«

Z uporabo najsodobnejših tehnologij dosegajo prvovrstno kakovost izdelkov, ki jih dobavljajo vsem večjim slovenskim trgovcem, javnim podjetjem, industriji in posamičnim kupcem. Ob tem Tone poudari, da zvesto sledijo kakovosti in poštenemu odnosu. »Želeli so, da bi izdelovali slabše izdelke, samo da bi bili cenejši. Mi ne delamo tako, saj je kakovost pri nas na prvem mestu,« razlaga Tone in doda: »Morda imamo zato manj dobička, a smo poštene do kupcev.«

Skrb za okolje je glavna prioriteta

V podjetju Piskar že od vsega začetka veliko pozornosti namenjajo skrbi za okolje. »Prvi smo začeli delati vrečke v različnih barvah za lažje ločevanje papirja, embalaže in drugega,« pripoveduje Romana. Njihove vrečke za smeti so dejansko narejene iz odpadkov – v kar 90 odstotkih za njihovo



Izvršna direktorica in soustanoviteljica podjetja Romana Piskar.



Podjetje Piskar je znano po dišečih vrečkah za odpadke, vrečkah z drsno zadrgo, vrečkah za mokre dežnike in za otroške plenice.

“

V podjetju Piskar
otroke, ki jih obiščejo,
svoje zaposlene in vse
kupce želijo ozaveščati
o pomembnosti
ločevanja odpadkov.



Piskarjeve biorazgradljive vrečke.



Na sejmu PLMA v Amsterdamu leta 2019. Na sejmu so bili prisotni že trinajstič.

Podjetje na kratko:

kakovost, inovativnost, vztrajnost, strast, delavnost.

izdelavo uporabijo reciklirano plastiko. Svojih odpadkov nimajo, saj vse ponovno reciklirajo. Podjetje že več let odpira svoja vrata vrtcem in šolam, ki jih zanima proces izdelave vrečk. »Otroke, ki nas obiščejo, svoje zaposlene in vse kupce želimo ozaveščati o pomembnosti ločevanja odpadkov,« pravi Romana in doda, da bi morali otroke že v vrtcih in šolah praktično poučevati o recikliranju. Piskarjevi že več let z donacijo vrečk sodelujejo tudi v akciji Očistimo Slovenijo.

Ponosni na zaposlene, s katerimi so uspešno prebrodili tudi obdobje covida

Spremembe, ki so jih prinesli ukrepi zaradi covida-19, so sprva povzročile strah med zaposlenimi, saj je bila to za vse povsem nova situacija. »Na začetku smo opazili, da je nekatere zaposlene zelo strah, zato smo se večkrat dobili zunaj na kavi ali čaju, se o tem pogovarjali in težave reševali skupaj,« o tem zahtevnem obdobju pojasni Romana.

So majhno podjetje, zato so se hitro prilagodili in organizirali. Razkuževanje rok je pri njih že od nekdaj prisotno, saj delajo z gospodinjskimi izdelki. So pa zelo pogrešali sejemske dejavnosti. »V živo smo lahko pridobili do 800 kontaktov ali več, na digitalnem sejmu pa samo tri, kar ni ravno učinkovito,« pove Uroš. Kljub omejitvam je njihova proizvodnja tekla normalno, promet so celo povečali.

Zelo so ponosni na svoje sodelavce. Že od samih začetkov podjetja zelo dobro skrbijo za zaposlene, saj se zavedajo, da je težko dobiti dobrega sodelavca, še težje pa ga je obdržati. »Da so zaposleni zelo zadovoljni, priča tudi to, da so nekateri pri nas že 20 ali 25 let,« ponosno pove Romana.

Pogled naprej: rast in ohranjanje slovenskih delovnih mest

Zaradi vse več zvestih kupcev so vsako leto primorani širiti proizvodnjo, jo posodabljanje in zaposlovati nove sodelavce. Zasledujejo tudi digitalizacijo, zato so leta 2018 vzpostavili novo spletno trgovino. S tem so pripomogli k hitrejši in enostavnejši prodajni poti ter širšem dosegu informacij o njihovem podjetju in izdelkih.

Čeprav se o nasledstvu trenutno še ne pogovarjajo konkretno, si Romana in Tone želita, da bi sinova nadaljevala uspešno družinsko zgodbo. »Ker sva z možem vedno delala, sva sinova vzgojila v delovna in poštena fanta. Najino delo spoštujeta in z veseljem jima bova predala podjetje,« o podjetju jutri razmišlja Romana. Odločitev o tem, kako se bo podjetje razvijalo v bodoče, bosta na koncu prepustila sinovoma. »Skrbeti za podjetje in toliko ljudi je velika odgovornost. Ni enostavno,« pravita ustanovitelja. V prihodnje si želijo pridobiti nove kupce v tujini, povečati izvoz ter v svoj asortiman dodati še več novih izdelkov. Želijo si tudi razširitve blagovne znamke med mlade, da bodo ti znali spoštovati slovensko proizvodnjo. »Vsekakor bomo ohranjali slovenska delovna mesta, želimo pa se preseliti tudi v večje prostore,« z optimizmom v prihodnost zre Tone.

Anton Piskar

lastnik

Ime podjetja:

PISKAR d.o.o.

Število zaposlenih (2021):

18

Čisti prihodki od prodaje (2021):

3,8 milijona €

Solis Timber d. o. o.

Jože Zoran, ustanovitelj in solastnik

Betka Zoran, solastnica, finance

Kaja Zoran Ledinek, direktorica

Mladost in izkušnje iz tujine so v domače podjetje vnesle nov zagon

Inovativnost in prodornost sta danes v ospredju žagarsko-lesnopredelovalnega družinskega podjetja Solis Timber, ki posluje tako v Evropi kot tudi v ZDA, Afriki in Aziji, žagan les pa izvaža v več kot 30 držav po svetu. Podjetje iz Straže pri Novem mestu je leta 1990 ustanovil Jože Zoran, ki je direktorsko vlogo lani prepustil hčerki Kaji Zoran Ledinek. Ta je bila že od otroštva močno vključena v njegovo delovanje. V času izobraževanja je podjetje za nekaj let zamenjala za tujino in ga po vrnitvi s pridobljenimi znanji in izkušnjami ponesla na novo in še višjo raven. Od njenega prihoda se je število zaposlenih povečalo iz 10 na več kot 30. Leta 2018 so v najsodobnejšo opremo in avtomatizacijo vložili kar 5 milijonov evrov. Kot hitrorastoče podjetje so bili lani tudi nominirani za Gazelo dolenjsko-posavske regije. Z najsodobnejšo opremo za predelavo lesa v Sloveniji danes stremijo k razvijanju kar najbolj optimalnih izdelkov za svoje kupce, prvi v državi pa želijo postati tudi s tehnologijo za izdelavo lesenih sten za izdelavo hiš.

“Ko sem začela delati v Nemčiji, je bila filozofija samo ‘sky is the limit’. Ko sem prišla nazaj, sem to miselnost uvedla tudi pri nas. Mogoče je marsikoga zaradi tega strah. Ampak z rezultati, ki jih dosegamo, želim ta strah zmanjšati.”

Kaja Zoran Ledinek,
direktorica





Tako kot je Kaja danes uspešna v domačem podjetju zaradi izkušenj, pridobljenih v tujini, je bila tam uspešna zaradi podlage, pridobljene doma.

Vključenost že od malih nog, ki so stopile v velike čevlje

Zgodba podjetja se je začela leta 1990. »Oče je vse začel kot garažno podjetje, kot s.p. To se je dogajalo 100 metrov stran od hiše,« zgodbo podjetja prične Kaja. »Leta 2007 smo ustanovili d.o.o. in se preimenovali v Solis Straža, lani pa smo ime spremenili v Solis Timber. Leta 2015 smo kupili zemljišče v bivšem Novolesu, kjer smo postavili svoje obrate in prostore,« nadaljuje. Ravno ta sprememba – prihod v industrijski kompleks – je bila po mnenju očeta Jožeta poglobitvena: »To je bila prelomnica. Na stari lokaciji nam je resnično primanjkovalo prostora in nismo več mogli povečevati kapacitet. Zdaj smo zadovoljni, da smo tukaj, in imamo vizijo za prihodnost.«

Že od mladih nog je zgodbo pomagala krojiti tudi sedanja direktorica. »Kaja je edinka in se je v podjetje vključila, ko je bila stara okoli 10 let. Najprej je pomagala tako, da je pometala žagalnico, ko je bila stara okoli 12 let, pa je že imela obvezno enomesečno prakso,« se spominja njen oče. Njegova

žena, Kajina mama Betka, je takrat imela knjigovodski servis, zato ni presenetljivo, da je Kaja tako srednješolsko kot visokošolsko izobraževanje nadaljevala na področju ekonomije, najprej v Ljubljani in nato v Rotterdamu na Nizozemskem. A nekaj jo je vleklo tudi k lesu. Po končani lesni fakulteti v Ljubljani je vpisala magisterij v Švici, ga uspešno zaključila in se nato zaposlila v Nemčiji, pove Jože. »Odločila se je, da gre v nemški koncern žagarske industrije,« pojasnjuje Jože. Kaja je v Nemčiji ostala dve leti. »Ostala bi še dlje, ampak sem ji dejal, da če hoče nadaljevati, lahko pride domov in zgodbo razvija tukaj. To je bila zanjo težka odločitev. Šla je do nadrejenega, ki ji je prisluhnil in dejal, da lahko gre in da ne bo nobene zamere. Z njimi še danes lepo sodelujemo,« ponosno pove Jože.

Nova znanja in nove stranke

Leta 2017 se je Kaja vrnila v Slovenijo in v domače podjetje. »V petih letih od tedaj smo bili v zgodbo podjetja vpleteni jaz, moja žena in Kaja,« pojasni Jože. »Od leta 2017 sem bila aktivna na vseh področjih: nabava, prodaja, zaposlovanje, strategije,« pa svojo vlogo pojasni Kaja, ki je naziv direktorice prevzela lani. Z

znanjem in izkušnjami, ki jih je pridobila v tujini, je njen prihod v podjetje predstavljal začetek novega, drugačnega obdobja. »V Sloveniji sem se vedno dobro počutila in bila zadovoljna, ampak potem me je na neki točki prepričalo veliko število tujih študentov na ekonomski fakulteti. Vedno me je zanimalo, kako oni razmišljajo in kako posel oziroma lesna branža deluje v tujini. Čedalje bolj sem bila radovedna in to me je prvič povleklo v tujino,« pripoveduje Kaja. Doda, da jo je pot sprva zanesla na Nizozemsko v Rotterdam ravno zaradi njihovega slovesa dobrih trgovcev. Na magisteriju iz lesne tehnologije, ki ga je končala v Švici, se je veliko naučila o lesu samem in o njegovi uporabi. »To mi je dalo zelo močno teoretično znanje. Moja izobrazba mi je dala res širok pogled na ekonomijo in lesarstvo.«

Skupaj s Kajo so v Slovenijo prišle tudi nove stranke. »Vse stranke so bile zelo radovedne in na začetku sploh niso vedele, kje Slovenija je. Zato sem jih najprej povabila k nam na obisk in ko so prišli, jih je zanimalo vse, tako Slovenija kot naše podjetje. Nato smo najprej začeli z manjšimi naročili. Takrat smo na začetku imeli dva, tri obiske na teden iz Pakistana, Indije,

Kitajske, ...,« se svojih začetkov v domačem podjetju spominja Kaja. »Tistih mojih strank, ki sem jih imel včasih, skoraj ni več oziroma jih je ostalo res malo. Več ali manj je Kaja prinesla nove posle. Tistega, kar smo mi delali pred petimi leti, preden je prišla ona, skoraj ne delamo več,« pa spremembe oriše oče in doda, da imajo zdaj druge, močnejše trge, prisotni pa so po vsem svetu.

Vznemirljivost in strah brezmejnosti

Seveda ima delovanje v družinskem podjetju svoje specifike – tako prednosti kot izzive. Kot pojasnjuje Jože, je Kajina vloga v prodaji, ženina v računovodstvu in kontrolingu, njegova pa »vse po malo«. Kot pravi sam, se s hčerko odlično dopolnjujeta: »Kdaj pride tudi do konflikta, ampak ga hitro rešimo. V prostem času se pogovarjamo tudi o poslu, o žagi ... Skratka, to je tema, o kateri se lahko pogovarjamo tudi 24 ur na dan, če smo seveda toliko skupaj. Predebatiramo, kako bomo delali, kaj izboljšali, kaj obrnemo tudi na hec, da ni vse tako strogo resno.«



Žagarsko-lesnopredelovalno podjetje Solis Timber se ukvarja s predelavo lesa – žaganjem, sušenjem in skobljanjem lesnih elementov.



Kaja danes deluje predvsem na podlagi izkušenj, ki jih je pridobila v modernem obratu v Nemčiji, in po vodilu 'sky is the limit'.

“

Današnji direktorici so starši že v njenih mladih letih predstavili tako delovne navade kot tudi podjetniško razmišljanje.



V podjetju se lotevajo pomembne investicije križno lepljenih plošč za hiše.



Inovativnost in prodornost sta danes v ospredju žagarsko-lesnopredelovalnega družinskega podjetja Solis Timber, ki posluje tako v Evropi kot tudi v ZDA, Afriki in Aziji, žagan les pa izvažajo v več kot 30 držav po svetu.

Podjetje na kratko:

inovativnost, modernost, pripravljenost, odzivnost, dobrodelnost.

Na vprašanje, kako je imeti starša za sodelavca, Kaja odgovarja: »Poskušamo narediti mejo, ampak to je zelo težko. Jaz se trudim, da bi me čim boljše razumela in da bi tudi sama razumela njiju. Iz več vidikov jima razložim, zakaj bi se jaz tako odločila in zakaj ne drugače, saj imata drugačne izkušnje.« Kaja danes deluje predvsem na podlagi izkušenj, ki jih je pridobila v modernem obratu v Nemčiji, in po vodilu 'sky is the limit'. Priznava, da je marsikoga zaradi tega morda strah, »ampak z rezultati, ki jih dosegamo, želim ta strah zmanjšati. Še vedno moram vložiti veliko energije v to, da jih prepričam, da so moje odločitve tiste prave.«

Pripravljeni tako na izzive kot na pomoč drugim

Žagarsko-lesnopredelovalno podjetje Solis Timber se sicer ukvarja s predelavo lesa - žaganjem, sušenjem in skobljanjem lesnih elementov. Produkti njihove izdelave se uporabljajo v različne namene, tako pri konstrukcijskem lesu kot za embalažo, pohištvo in gradnjo hiš. Kaja pove, da 90 % izdelkov izvozijo, in doda, da jih po Evropi transportirajo s kamioni, izven domače celine pa z ladijskimi kontejnerji. Eden izmed trgov, na katerih so prisotni, je tudi Japonska: »Da vstopiš na japonski trg, traja kar nekaj časa. Tudi mi smo potrebovali štiri leta, da smo začeli izvažati tja, saj Japonci res potrebujejo nekaj časa, da začnejo verjeti vate in v to, da imaš res tako dobro hlodovino, kot praviš, da jo imaš,« pove.

Delo z lesom s seboj nosi tudi določena tveganja. »Vedno gledamo naprej in spremljamo, kaj se dogaja v Evropi, ker različne vremenske nepravilnosti vplivajo na ceno in surovine. Če se na primer na severu Nemčije zgodi naravna katastrofa in je tam ogromno hlodovine, to seveda vpliva na svetovni trg, na kar morajo odreagirati tudi ostali trgi. Konstantno spremljamo dogajanje. Zadnja leta je postalo delo skoraj takšno kot na borzi,« pripravljenost podjetja opiše direktorica. Da na naravne dejavnike in nesreče, niso le pripravljeni, ampak so ob njih pripravljeni tudi pomagati, pa so pokazali s pomočjo Petrinji, ki jo je konec leta 2020 doletelo več potresov. Kot podjetje v lesni industriji so v namene obnove streh na 20 hišah donirali kamion desk in letev.

Butičnosti in avtomatizaciji naproti

Na vprašanje, kakšne cilje imajo v načrtih za prihodnost, Jože odgovarja, da se že letos lotevajo pomembne investicije križno lepljenih plošč za hiše in doda: »Želimo si razvijanja naših lesnih produktov.« Kaja odgovor razširi: »Vidim nas kot butični lesnopredelovalni subjekt, kjer bomo z ogromno znanja o stroki in trgu naredili lepo avtomatizirano proizvodnjo in jo nadgradili s CLT-jem in podobno.« Tako bodo z odločanjem za najbolj optimalno opremo na avtomatiziran način svojim produktom dodali vrednost. Pomembne korake na poti avtomatizacije pa so že naredili leta 2018, ko so v avtomatizacijo in v najsodobnejšo opremo že vložili pet milijonov evrov, s čimer že zdaj dohitevajo najzmogljivejše evropske žage.

Jože in Betka Zoran

solastnika

Ime podjetja:

Solis Timber d.o.o.

Število zaposlenih (2021):

24

Čisti prihodki od prodaje (2021):

12,4 milijona €

VIGROS d.o.o.

Viljem Šiftar, ustanovitelj, prokurist ter lastnik družbe ŠIFTAR d.o.o., ki je stoddstotni lastnik družbe VIGROS d.o.o.

Matej Šiftar, direktor družb VIGROS d.o.o. in ŠIFTAR d.o.o.

Maja Šiftar Benko, odvetnica družb VIGROS d.o.o. in ŠIFTAR d.o.o.

Majda Hanžekovič Šiftar

Vigros s kvalitetno logistiko in zanesljivo odzivnostjo povezuje svetovno priznane znamke v svetu gastronomije

Podjetje Vigros je že več kot 30 let vodilni zastopnik in distributer prehranskih izdelkov v Sloveniji. Poznajo jih veliki in majhni trgovci, gostinci, hotelirji, kuharji v šolah, menzah in bolnišnicah. Skratka vsi, ki skrbijo za bogato trgovinsko in kulinarčno ponudbo. Na leto ustvarijo več kot 20 milijonov evrov prometa ter oskrbujejo več kot 1900 zadovoljnih kupcev. Danes lahko z več kot 100 zaposlenimi in z več kot 1700 različnimi izdelki ugodijo željam tudi najbolj zahtevnih kupcev. Tradicijo podjetja, ki ga je leta 1991 so-ustanovil Viljem Šiftar, danes uspešno nadgrajuje njegov sin Matej Šiftar. V družinsko podjetje sta poleg sina Mateja vključena tudi hčerka Maja Šiftar Benko kot zunanja pravna pomoč ter njen mož Jože Benko, ki dela v komerciali. Pred kratkim se je podjetju v oddelku za marketing pridružila tudi Matejeva žena Andreja Vrečič Šiftar.

Kot pravi Viljem, se je zgodba Vigrosa začela iz srčne želje, da bi njegova družina in otroci dobro živeli. Še dobro se namreč spominja, kako drugače so živeli on in njegovi starši. »Vedno sem si želel tisto, kar bom ustvaril, pustiti otrokom,« doda. Svoje je k uspehu družinskega podjetja prispevala tudi žena Majda Hanžekovič Šiftar, ki je kombinirala poklic zdravnice in poslanstvo mame ter Viljemu nudila nenehno oporo, da se je sploh v začetnih letih lažje posvečal podjetju.





“Delo z ljudmi je zelo kompleksna stvar. Vsak zaposleni ima svoj karakter in svoje razmišljanje, ti pa si odgovoren, da vsi sodelujejo in da se ideje realizirajo.”

Matej Šiftar,
direktor



Podjetje se je preselilo v nove poslovne prostore pred dobrima dvema letoma.

Nikoli ni prepozno postati podjetnik

Viljem Šiftar je imel že 40 let in se, kot pravi, »ni več počutil mladega«, ko je koval načrte za prihodnost. V ABC Pomurka, nekdanjem pomurskem prehrabnem velikanu, je bil komercialni koordinator. Proizvajalci v okviru ABC Pomurke so v tistem času odhajali vsak na svoje, zato je začutil, da podjetje nima prave prihodnosti. Leta 1991 je tako ustanovil svoje podjetje, takrat kot eden od solastnikov. Na začetku so uvažali avstrijske sokove, piva in čokolado. Blago se je v tem obdobju prodajalo skoraj samo od sebe. »Kolikor si lahko pripeljal, toliko si prodal,« pove Viljem.

Podjetju je šlo dobro, nato pa je vstop Slovenije v EU je prinesel določeno mero negotovosti. »Mnogi so se bali, da bodo po vstopu v EU multinacionalke v Sloveniji odprle lastna predstavništva, zato se je v določenem trenutku prihodnost zdela malce bolj negotova,« pojasni Viljem. Zaradi različnih pogledov na nadaljnji razvoj je v tem času prišlo do konsolidacije lastništva in leta 2003 je Viljem Šiftar postal edini lastnik podjetja. Od tega trenutka se je promet Vigrosa ves čas povečeval z 10- do 15-odstotno rastjo, za kar so zaslužni predvsem odlični odnosi z dobavitelji, ki so jih ves čas načrtno gradili, in lojalni sodelavci.

Prihod naslednje generacije

»Leto 2003, ko je oče postal stoo odstotni lastnik podjetja, je bilo ključno za to, da se je podjetje naprej razvijalo in postalo to, kar danes je. Takrat je bilo podjetje namreč kapitalsko zelo podhranjeno in potrebno je bilo veliko vlagati. Vedeli smo, da je naložba v skladišče in hladilnice ključna, tako da smo si to postavili kot prioriteto nalogo. Od takrat je podjetje to, kar smo si želeli,« pravi Matej Šiftar, Viljemov sin, ki je od leta 2011 naprej tudi direktor. Čeprav je že od malih nog imel skrito željo, da bi nekoč prevzel podjetje, ga je trenutek, ko je postal direktor, zelo presenetil. »Oče na splošno ni govoril o svojih nadaljnjih načrtih s podjetjem, zato sem bil presenečen, ko mi je nekega dne sporočil, da gre v pokoj in da naj prevzamem direktorski položaj. Star sem bil 34 let in kljub temu, da sem bil v podjetju prisoten že nekaj časa, me je razsežnost direktorske funkcije precej presenetila. Kljub podpori očeta se je pričakovala precejšnja stopnja samostojnosti in morda sem takrat naredil tudi kakšno napako. Je pa zelo pomembno, da sem se iz teh napak tudi veliko naučil,« pove Matej.

Mateja je družinsko podjetje od nekdaj zanimalo in temu je prilagodil tudi svojo izobraževalno pot. Vpisal se je na srednjo ekonomsko šolo in nato nadaljeval s študijem ekonomije v Avstriji. In čeprav mu je bilo na začetku

zaradi neznanja jezika marsikdaj zelo težko, je z vztrajnostjo in trdim delom študij uspešno dokončal in ga nadgradil s prakso na Irskem. Viljem ponosno pove, da je kasneje marsikateri sestanek z novimi dobavitelji zaradi Matejevega znanja jezikov in izkušenj iz tujine veliko lažje stekel.

Matejeva sestra Maja pa je po drugi strani že od nekdaj vedela, da bo študirala pravo. Zahvaljujoč vztrajnosti je uspešno zaključila študij in danes kot odvetnica sodeluje z družinskim podjetjem na področju pravne in kadrovske podpore.

Družinska ustava kot priložnost za krepitev družinskih odnosov in prenos lastništva

Družina Šiftar je ena redkih družin v Sloveniji, ki so se odločile, da odnose v družini in družinskem podjetju zapišejo v družinsko ustavo. Praksa priprave družinskih ustav, ki celostno usmerjajo prenos na naslednje generacije, se

v Sloveniji namreč šele uveljavlja. V letu 2022 v družini Šiftar zaključujejo proces priprave družinske ustave in lastniški prenos podjetja. Viljem Šiftar je ob tem svoje občutke strnil takole: »Od vsega začetka sem vedel, da bom nekoč moral prenesti lastništvo podjetja, ampak nisem imel prave vizije, kako to narediti, dokler nisem dobil ideje, da bi bilo morda smiselno vključiti zunanjo pomoč. Zadovoljen sem s tem, kar smo naredili v procesu priprave družinske ustave, da bo podjetje lahko brez velikega stresa prešlo na naslednjo generacijo.«

Vodenje ljudi je zahtevnejše od pridobivanja posla

Leta 2011, ko je Matej uradno nasledil očeta, je bilo v Vigrosu 45 zaposlenih, danes jih je več kot 100. Kako so ti sprejeli novega direktorja? »Ni bilo enostavno, veliko zaposlenih je bilo starejših od mene. Morali so sprejeti, da sem drugačen od očeta in imam svoj način vodenja. Jaz ljudem rad pustim odprte roke, ampak zahtevam, da so



Matej Šiftar je direktor podjetja VIGROS d.o.o. od leta 2011. Čeprav je že od malih nog imel skrito željo, da bi nekoč prevzel podjetje, ga je trenutek, ko je postal direktor, zelo presenetil.

“

V Vigrosu strank ne prepričujejo z nižanjem cen, pač pa s kakovostnimi storitvami, zanesljivostjo, odzivnostjo, prilagodljivostjo cen in kvalitetno dostavo, kar je dolgoročen ključ do uspeha.



Viljem je že leta 2009, ko se o tem še ni kaj dosti govorilo, na streho podjetja postavil prvo sončno elektrarno. Danes z več sončnimi elektrarnami proizvajajo dobršen del električne energije za sisteme hlajenja in zmrzovanja, ki predstavljajo večji del stroškov podjetja.



Praznovanje 30. obletnice podjetja z nekaterimi zaposlenimi. Omogočajo jim tudi, da si postavijo svoje izzive, napredujejo in uresničujejo svoje ambicije.

Podjetje na kratko:

pogum, učenje, trajnost, zanesljivost, rast in razvoj.

stvari narejene tako, kot je bilo dogovorjeno,« pravi Matej, ki je pred direktorsko funkcijo v družinskem podjetju skrbel predvsem za nabavo.

Odnosi v podjetju so sicer zelo odprti in zaposlenim so vedno pripravljeni priti na proti, če potrebujejo kakšno pomoč. Zaposlenim omogočajo tudi, da si postavijo svoje izzive, napredujejo in uresničujejo svoje ambicije. Kljub temu, da število zaposlenih vztrajno raste, Matej vse pozna osebno in z njimi vzdržuje tudi stik: »Delo z ljudmi je zelo kompleksna stvar. Vsak zaposleni ima svoj karakter in svoje razmišljanje, ti pa si odgovoren, da vsi sodelujejo in da se ideje realizirajo. Že od prvega dneva kadrovanje in vodenje ljudi postavljam na prvo mesto, pa se mi še vedno zdi, da se moram še veliko naučiti.«

Trajnost je visoko na Vigrosovi lestvici vrednot

Viljem je že leta 2009, ko se o tem še ni kaj dosti govorilo, na streho podjetja postavil prvo sončno elektrarno. Danes z več sončnimi elektrarnami proizvajajo dovršen del električne energije za sisteme hlajenja in zmrzovanja, ki predstavljajo večji del stroškov podjetja. Tudi pri investiciji v nove skladiščne prostore so imeli v mislih ekološki vidik, saj so jih zasnovali tako, da z odpadno energijo, ki nastane pri hlajenju, ogrevajo pisarne ter ostale prostore. Poleg tega pa imajo tudi na novih prostorih sončno elektrarno, s pomočjo katere bodo kmalu sami proizvedli do 60 odstotkov potrebne električne energije.

»Jaz, oče in tudi vsi ostali kolegi poskušamo delovati tako, da ohranjamo naš planet. Posameznik ima sicer majhen vpliv, vsi skupaj pa lahko prispevamo k temu, da bo stanje dolgoročno vzdržno,« filozofijo družinskega podjetja pojasni Matej.

Kupce prepričajo s kakovostjo

Vigros ima veliko ambicij. Glavni izziv za prihodnje je, da s povečanjem obstoječega tržnega deleža postanejo še bolj prisotni na trgu oskrbe gostinstva. »Gostincem že ves čas prodajamo sladoled, ampak tega lahko prodajaš le nekaj mesecev v letu. Ponudbo smo zato razširili na celoten asortima tako zamrznjene kot konzervirane hrane. Gostinci ne želijo imeti

nešteto dobaviteljev, ampak imajo rajši enega, ki jim dostavi čim več različnega blaga,« pravi Matej. Da so lahko vstopili na ta trg, so morali razširiti skladiščne kapacitete in poiskati rešitve za dostavo na 3500 dostavnih mest s primernimi vozili, ki pokrivajo vse temperaturne režime logistike.

Njihova dolgoročna strategija poslovanja temelji predvsem na kakovosti storitev in moderni informacijski tehnologiji. »Kupci so zelo občutljivi na cene in kakovost, ampak mi ne želimo biti najcenejši, pač pa najboljši. Kupcem ponujamo več prednosti, kot so kakovost, zanesljivost, odzivnost, prilagodljivost cen in kvalitetna dostava. Varnost živil je na prvem mestu celotne logistike,« pojasnjuje Matej.

Viljem Šiftar

lastnik družbe Šiftar d.o.o., ki je stoddstotni lastnik družbe Vigros d.o.o.

Ime podjetja:

VIGROS d.o.o.

Število zaposlenih (2021):

74

Čisti prihodki od prodaje (2021):

20,1 milijona €

Družinsko podjetništvo

Vodnik za profesionalizacijo družinskih podjetij

Minulo leto smo v EY Slovenija svojemu naboru rešitev za družinska podjetja dodaja nova znanja, s katerimi želimo družine in njihova podjetja podpreti na poti do rasti in razvoja. Predstavljamo vam referenčni vodnik *Družinsko podjetništvo: vodnik za profesionalizacijo družinskih podjetij* ter komplementarni priročnik *Družinsko podjetništvo: priročnik za individualno rast in razvoj*, ki temeljita na najnovejših raziskavah in ugotovitvah s področja družinskega podjetništva¹.

¹ *Professionalizing the Business Family: The Five Pillars of Competent, Committed, and Sustainable Ownership*, Binz Astrachan, Claudia; Waldkirch, Matthias; Michiels, Anneleen; Pieper, Torsten & Bernhard, Fabian (2020).



Družinsko podjetništvo

Priročnik za individualno rast in razvoj

Oba dokumenta dopolnjujeta in razširjata EY pristop k procesu prenosa nasledstva v družinskih podjetjih, ki ga običajno zajamemo v družinski ustavi in s spremembo kulture podjetja. Upamo, da bosta slovenskim družinskim podjetjem olajšala prehod in odgovorila na njihove potrebe. Pri pripravi nas je vodila želja, da družinskim podjetjem na njim relevanten način približamo strukturiran, na raziskavah temelječ pristop k usvajanju znanj in osebnostnemu razvoju.



Za več informacij se obrnite
na EY Slovenija.

Storitve za družinska podjetja

Uspešno poslovanje skozi generacije

Zakaj prav EY?

- ▶ EY izvaja storitve za **75 %** od **500** največjih družinskih podjetij na svetu (familybusinessindex.com).
- ▶ Zaradi dolgoletne tradicije pri svetovanju številnim generacijam najbolj podjetnih in inovativnih podjetij na svetu razumemo zapletene izzive, s katerimi se srečujejo družinska podjetja po vsem svetu.
- ▶ Dobro poznamo težave pri doseganju ravnovesja med družinskimi zahtevami in zapletenim poslovnim okoljem.
- ▶ Vemo, kaj je potrebno za reševanje dvojnega izziva, pri katerem želimo zagotoviti dolgoročni uspeh podjetja ter hkrati obvladovati tveganja, ki so povezana z njegovo rastjo.
- ▶ Storitve EY, ki so posebej prilagojene zahtevam družinskih podjetij, zajemajo širok razpon poslovnih storitev, katerih namen je zadostiti specifičnim zahtevam družinskih podjetij.

Naš pristop

Več kot 80 % podjetij po vsem svetu je v družinski lasti in predstavljajo vodilno silo v svetovnem gospodarstvu, kar je skladno z ugotovitvami raziskave, ki smo jo v EY Slovenija leta 2015 opravili v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto v Ljubljani. Tudi v Sloveniji je namreč kar 83 % podjetij družinskih. Na splošno so družinska podjetja bolj kot druga pripravljena na nemirno in nestanovitno okolje finančnih trgov. Kljub temu pa le 30 % družinskih podjetij uspešno nadaljuje poslovanje v drugi generaciji in le 13 % v tretji. Vsako družinsko podjetje je unikatno, a naše, več kot 90-letne izkušnje in mreža strokovnjakov EY, ki je razpeta v 151 državah sveta, kažejo, da imajo družinska podjetja številne podobne prednosti ter se srečujejo s podobnimi izzivi.

Naš DNK model rasti družinskih podjetij

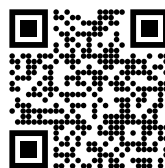
Naš izviren DNK model rasti družinskih podjetij vključuje odgovore in rešitve za vsa vaša osebna in poslovna vprašanja. Omogoča namreč prilagoditev naših osebnih poslovnih storitev vašim specifičnim potrebam z vidika upravljanja s kapitalom, trajnostnega razvoja, učinkovite davčne obravnave in ravnovesja tveganj kot tudi kulture in družbene odgovornosti družinskih podjetij. EY DNK model rasti predstavlja temelj za načrtovanje prenosa nasledstva z vidika lastništva in vodstva.

EY globalni center odličnosti družinskih podjetij

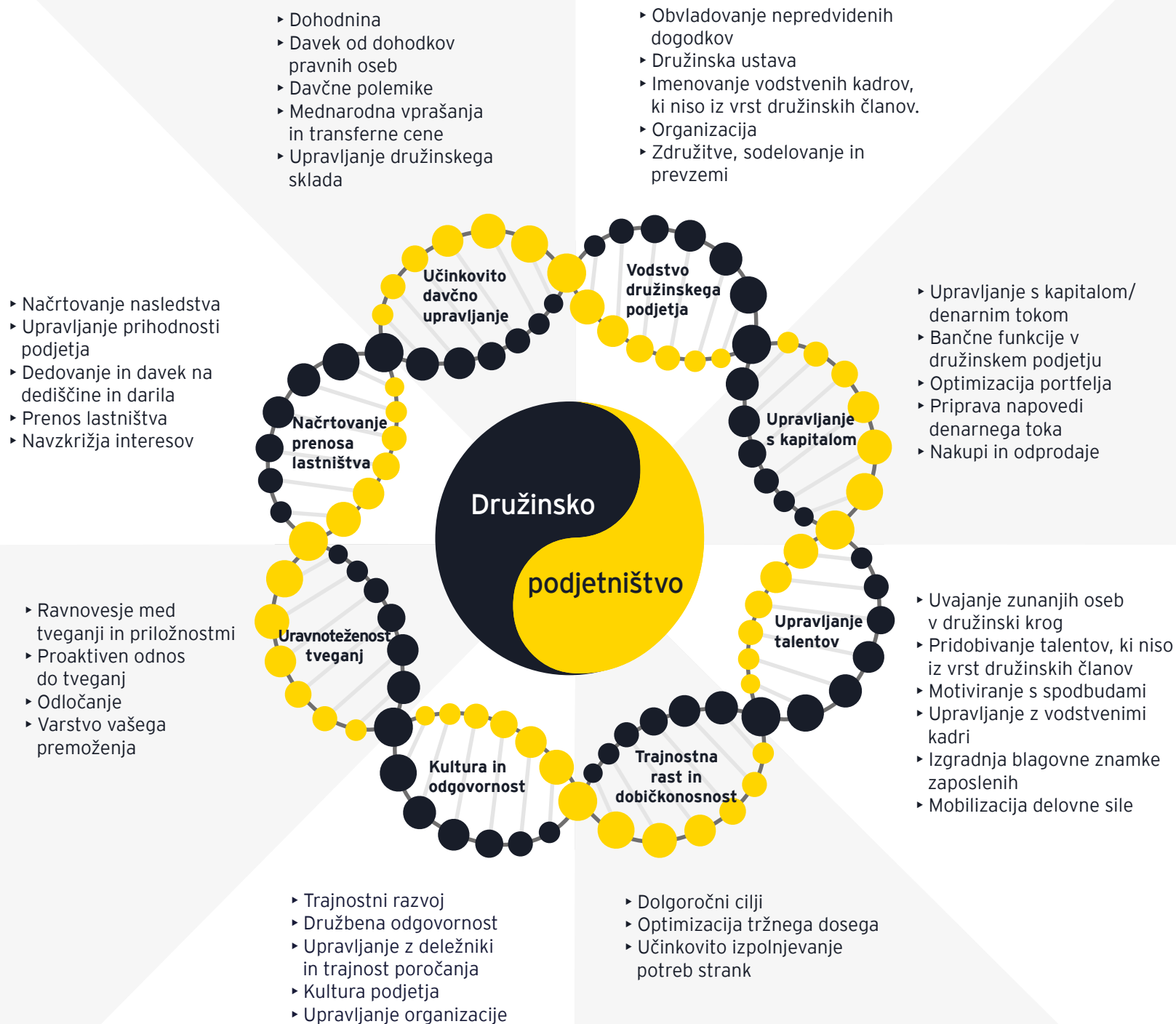
EY globalni center odličnosti družinskih podjetij predstavlja odličen spletni vir, ki omogoča dostop do naših spoznanj, izkušenj in strokovnjakov. Poleg tega omogoča povezavo do vodij družinskih podjetij po vsem svetu in s tem izmenjavo izkušenj.

EY Slovenija in družinska podjetja

EY Slovenija tesno sodeluje z EY globalnim centrom odličnosti. Z lokalnim programom povezujemo ter predstavljamo slovenska družinska podjetja in jih s pomočjo centra odličnosti povezujemo tudi v globalnem kontekstu - na posebnih dogodkih kot je EY nagrada odličnosti za družinska podjetja. Poleg naštetega smo začeli aktivno podpisati podjetja pri vprašanjih nasledstva v kontekstu organizacijskih, davčnih, pravnih in drugih vidikov kot tudi pri drugih vidikih razvoja in (mednarodne) rasti.



Obiščite našo spletno stran v slovenskem jeziku
ey.com/sl_si/family-enterprise.



EY model DNK rasti družinskih podjetij označuje povezavo med osmimi tipičnimi značilnostmi uspešnih družinskih podjetij.

EY Growth Navigator™

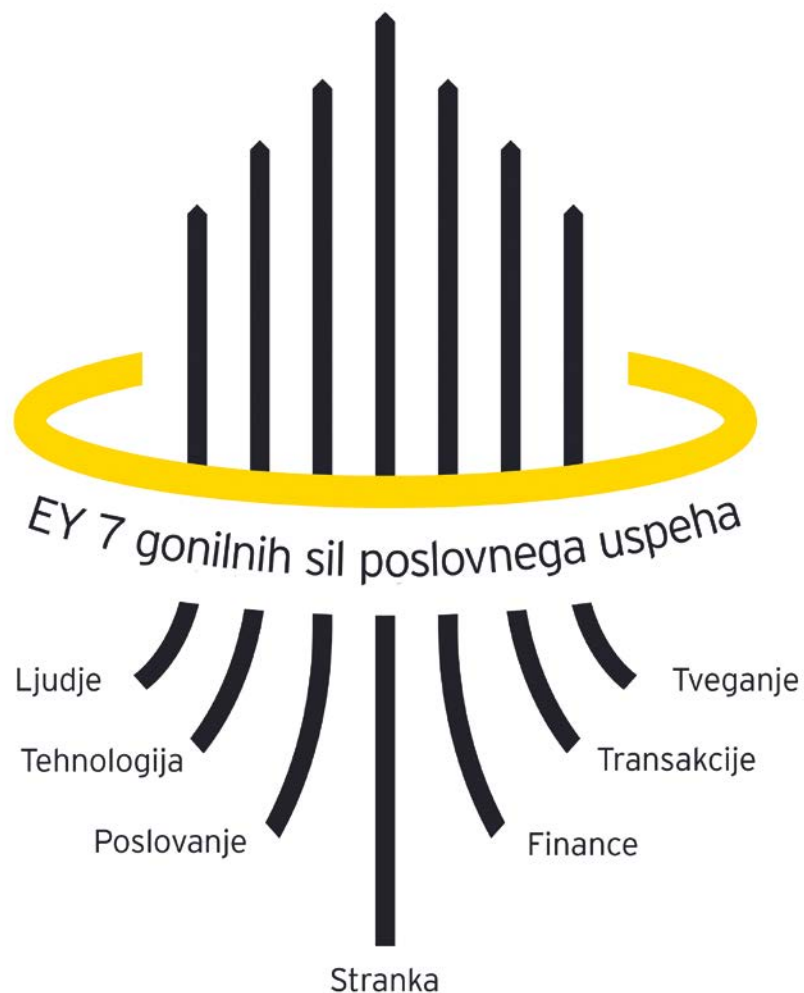
Pospešite razvoj in si zagotovite vodilni tržni položaj

Kadar podjetja razmišljajo o strategiji, navadno presoja o tem, kako usmerjati zaposlene, sisteme in procese, da bi zagotovili čim višjo vrednost za kupca in posledično tudi višjo rast. Vendar pa smo v razgovorih in pri delu s svojimi strankami v okviru njihovega poslovnega cikla ugotovili, da je taka strategija sicer uspešna za nekatere, kljub temu pa je osredotočenost na širši nabor dejavnosti tisto, kar zagotavlja bolj trajnostno rast. Zato smo razvili EY Growth Navigator™.

EY Growth Navigator™ je edinstven način razmišljanja zunaj značilnih pristopov k pospeševanju rasti, ki se osredotoča na sedem kritičnih pospeševalcev poslovnega uspeha in trajnostne rasti. Gre za interaktivno delavnico, ki vam in vašim vodilnim omogoča pripravo ocene vašega podjetja, pridobitev dragocenega vpogleda v vodilne prakse in opredelitev strateško prednostnih nalog za zagotovitev rasti.

Povezovanje vašega znanja o vašem podjetju z našim znanjem in izkušnjami na trgu lahko pomaga zagotoviti realno rast. EY Growth Navigator™ je pripomoček, ki izkorišča rezultate naših raziskav in izkušenj, ki smo jih pridobili pri delu z vodilnimi svetovnimi organizacijami.

Ob koncu posvetovanja z vašim svetovalcem za EY Growth Navigator™ boste imeli seznam različnih ukrepov, razvrščenih glede na vaše strateške potrebe, ki vam bodo pomagali pri sprejemanju ustreznih odločitev in ravnanju za zagotovitev višje ravni uspešnosti.



SPIRIT Slovenija

Za uspešen prenos lastništva je nujna pravočasna in skrbna priprava

SPIRIT Slovenija spodbuja pravočasno pripravo na prenos lastništva v slovenskih podjetjih s posebnim poudarkom na gradnji kompetenc naslednikov družinskih podjetjih.

Družinska podjetja so močna, prodorna in uspešna ter predstavljajo temelj slovenskega gospodarstva, saj prispevajo pomemben del k njegovi stabilnosti in rasti. Za najuspešnejša slovenska družinska podjetja so značilni inovativnost, dobri družinski odnosi, rast, skrb za lokalni razvoj in zaposlene ter poslovanje na regionalni in globalni ravni.

Na SPIRIT Slovenija izvajamo vrsto aktivnosti in storitev za podjetja v družinski lasti, s katerimi spodbujamo podjetja k prepoznavanju izzivov, ki jih čakajo v prihodnosti. Veliko pozornosti namenjamo aktivnostim povezanim s izzivi nasledstva, saj se zavedamo, da je prenos lastništva ena od faz v življenjskem ciklu podjetja, ki je za številna podjetja kritična.

Gre za dolgotrajen in zahteven proces tako s finančnega, pravnega, organizacijskega kot tudi psihološkega vidika, zato se je treba prenosa lastništva lotiti preudarno in načrtno. Na SPIRIT Slovenija smo ob koncu leta 2019 na agenciji vzpostavili Nacionalno točko za prenos lastništva. Ta predstavlja celovit ekosistem podpornih institucij, ki z agencijo sodelujejo pri ozaveščanju in strokovni podpori podjetjem na tem področju.

Namen Nacionalne točke za prenos lastništva je ozaveščanje o pomenu pravočasnega postavljanja nasledstva v podjetjih in spodbujanje podjetnikov, da se na prenos lastništva skrbno pripravijo. Z njeno pomočjo ozaveščamo, informiramo, usposabljam in svetujemo podjetnikom v želji, da se ti pravočasno pripravijo na prenos lastništva. Točka v sodelovanju

s podpornimi institucijami ponuja predavanja in izmenjavo dobrih praks, ki so dopolnjena z diagnostičnimi svetovanji in nepovratnimi sredstvi za izpeljavo postopka prenosa lastništva. Od leta 2019 je bilo izvedenih 261 uvodnih diagnostičnih svetovalnih intervjujev, 146 podjetij se je vključilo v vavčer za prenos lastništva, izvedlo pa se je tudi več kot 90 predavanj in delavnic, v katere je bilo vključenih več kot 3000 podjetnikov.

Ugotavljamo, da se tudi zaradi celovitih aktivnosti te točke vse več podjetij odloča, da bo s procesom prenosa začelo pravočasno, kar nas navdaja z zadovoljstvom, saj s tem dosegamo svoj namen.

V podporo aktivnostim, ki so sofinancirane preko vavčerja za prenos lastništva smo na agenciji vzpostavili bazo strokovnjakov in katalog usposabljanj za prevzemnike. Program zajema finančno pomoč pri aktivnostih, ne glede na obliko prenosa lastništva, in odgovarja na določene izzive na področju prenosa lastništva med generacijami v družinskih podjetjih ter med drugimi oblikami prenosa lastništva.

Veseli nas, da pri spodbujanju in promociji uspehov družinskega podjetništva sodelujemo z EY Slovenija, ki kot del mednarodne korporacije med najboljša družinska podjetja na svetu popelje tudi slovenska. SPIRIT Slovenija si prizadeva, da bi bila slovenska družinska podjetja prepoznavna tudi v mednarodnem poslovnem okolju, zato s ponosom podpiramo njihovo promocijo v knjigi Družinsko podjetništvo Slovenija.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO



www.podjetniski-portal.si/programi/druzinsko-podjetnistvo

Utrinki preteklega leta



01



02



03



04



05

01 Uradna predstavitev knjige Družinsko podjetništvo Slovenija 2021. **02** Družinska podjetja in njihove zgodbe, združene v knjigi Družinsko podjetništvo Slovenija 2021. **03** Janez Uranič, Mojca Emeršič in Matej Kovačič, vsak s svojim govorom ob izidu knjige Družinsko podjetništvo Slovenija 2021. **04** EY nagrada odličnosti za družinsko podjetje 2021, ki jo je prejelo podjetje Intra lighting. **05** Družinsko podjetje VARIS Lendava je eden od vodilnih evropskih specialistov za razvoj in proizvodnjo gotovih kopalnic. So prejemniki EY nagrade odličnosti za družinsko podjetje 2022.

Družinsko podjetništvo Slovenija 2022

Kontaktne informacije in avtorji

EY Slovenija

Janez Uranič

Vodja EY Slovenija
janez.uranic@si.ey.com

Sanja Košir Nikašinič

Vodja revizijskega oddelka
sanja.kosir.nikasinovic@si.ey.com

Matej Kovačič

Vodja davčnega oddelka
matej.kovacic@si.ey.com

Mojca Emeršič

Vodja družinskega podjetništva
mojca.emersic@si.ey.com

Publikacija

Mojca Emeršič

Glavna urednica

Monika Kern Mohorčič

Urednica

Taja Gorjan

Prevodi

Taja Gorjan

Lektoriranje slovenskih besedil

John Harris

Lektoriranje angleških besedil

Tsvetomil Ivanov

Grafično oblikovanje

Izdajatelj

Ernst & Young Svetovanje, d. o. o.

Dunajska cesta 111, Ljubljana
Slovenija

Maloprodajna cena publikacije
10,95 EUR

Naklada
600 izvodov

ISSN 2385-9520

Partnerji

SPIRIT Slovenija,
Javna agencija RS

**Ministrstvo za gospodarski
razvoj in tehnologijo,**
Republika Slovenija



REPUBLIKA SLOVENIJA
**MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO**



Jani Ugrin

Jani Ugrin je samostojni fotograf, ki trenutno živi in deluje v Ljubljani. Njegovo delo sega na različna področja fotografije, vendar so v njegovem delu vedno v ospredju ljudje. Deluje na področjih komercialne, korporativne, glasbene in portretne fotografije. Sodeluje z različnimi agencijami in podjetji tako v Sloveniji kot tudi v tujini.



Urška Lukovnjak

Urška Lukovnjak, rojena leta 1993 v Mariboru, se je s fotografijo začela ukvarjati v srednji šoli. Njene prve fotografije so bile portreti glasbenikov, pozneje se je začela ukvarjati s koncertno fotografijo, kateri posveča tudi največ pozornosti. Ustvarja pa tudi na področju portretne in poročne fotografije.

Fotografije in avtorske pravice

Cover photo

Avtor: Tomo Jeseničnik

COMARK, d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic COMARK, d. o. o.

DVIG d. o. o., Vrhnika

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic DVIG d. o. o., Vrhnika.

EKO DIM d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic EKO DIM d. o. o.

HERMI, d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic HERMI, d. o. o.

KLANČAR ŽERJAVI d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic KLANČAR ŽERJAVI d. o. o.

MAGNETI LJUBLJANA, d.d., Ljubljana

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic MAGNETI LJUBLJANA, d.d., Ljubljana.

MIZARSTVO JEZERŠEK, d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic MIZARSTVO JEZERŠEK, d. o. o.

PISKAR d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic PISKAR d. o. o.

Solis Timber d. o. o.

Avtor naslovnega portreta je Jani Ugrin, druge fotografije pa so last avtorskih pravic Solis Timber d. o. o.

VIGROS d. o. o.

Avtorica naslovnega portreta in fotografije družine je Urška Lukovnjak, druge fotografije pa so last avtorskih pravic VIGROS d. o. o.

Utrinki preteklega leta

Fotografija 05 je last avtorskih pravic VARIS Lendava d.o.o. Avtor vseh ostalih fotografij je Jani Ugrin.

How will
the next generation
benefit from your
hindsight?

ey.com #BetterQuestions



The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY | Gradimo boljše poslovno okolje

Naše poslanstvo je graditi boljše poslovno okolje z ustvarjanjem dolgoročne vrednosti za stranke, zaposlene in celotno družbo ter krepitvijo zaupanja v kapitalske trge.

EY ekipe sestavljajo strokovnjaki najrazličnejših profilov, ki s pomočjo podatkov in moderne tehnologije v več kot 150 državah spodbujajo zaupanje in strankam pomagajo poslovati, rasti in se razvijati.

Naši strokovnjaki na področjih dajanja zagotovil, svetovanja, prava, strategij, davkov in transakcij z zastavljanjem boljših vprašanj odpirajo pot do novih odgovorov na kompleksne probleme današnjega sveta.

EY predstavlja globalno organizacijo in se lahko nanaša na eno ali več družb članic globalne mreže Ernst&Young Global Limited, vsaka od katerih je samostojna pravna oseba. Ernst & Young Global Limited, družba z omejenim jamstvom s sedežem v Združenem kraljestvu, ne opravlja storitev za stranke. Več informacij o zbiranju in obdelavi osebnih podatkov in opis pravic posameznikov v skladu s predpisi o varstvu osebnih podatkov so na voljo na spletnem naslovu ey.com/privacy. Družbe članice globalne mreže Ernst&Young Global Limited ne opravljajo pravnih storitev, če to prepoveduje lokalna zakonodaja. Za več informacij o globalni družbi EY obiščite ey.com.

© 2022 Ernst & Young Svetovanje, d.o.o., Slovenija
Vse pravice pridržane.

Zaščiten in zaupno. Prepovedano razmnoževanje brez pisnega dovoljenja.

ISSN 2385-9520



9 772385 952007