

Družinsko podjetništvo
Slovenija
2024



Shape the future
with confidence



Družinsko podjetništvo
Slovenija
2024



Vsebina

04	Spremna beseda
06	Uvodnik
08	DOBA Fakulteta
14	DOM TRADE d.o.o.
20	GABRIJEL ALUMINIUM d.o.o.
26	JASON, d.o.o.
32	MALALAN d.o.o. Ljubljana
38	MAROVIT d.o.o.
44	METALIKA d.o.o.
50	RLS d.o.o.
56	ROBOTEHNIKA d.o.o.
62	TULI d.o.o., Ljubljana
68	EY Slovenija in družinsko podjetništvo
70	Storitve za družinska podjetja
72	EY Growth Navigator™
73	SPIRIT Slovenija
74	Utrinki iz preteklega izdaja

“

Ko se ozrem nazaj na vse zgodbe, ki smo jih zbrali v tej zbirki, lahko z gotovostjo trdim, da bodo družinska podjetja še naprej igrala ključno vlogo pri oblikovanju gospodarske krajine Slovenije.



Janez Uranič
Direktor
EY Slovenija

Spremna beseda

Pred vami se nahaja deseta izdaja knjige EY Družinsko podjetništvo Slovenija. Ta jubilejna izdaja je dokaz trajne zapuščine in ključnega pomena družinskih podjetij v gospodarskem in družbenem tkivu naše države.

Družinska podjetja, katerih zgodbe so zbrane v tej knjigi in celotni zbirki, so preživela gospodarske izzive, se znala prilagajati spremembam na trgu in ostala trdna v svoji zavezanosti k odličnosti in trajnosti. Posebej vrednote trdega dela, integritete in vztrajnosti, pa tudi inovativnosti in prilagodljivosti, ki so temelj vsakega uspešnega podjetja.

V tej izdaji izpostavljam naslednja podjetja, ki so s svojim delom in dosežki pustila neizbrisni pečat v slovenskem gospodarstvu:

V poslovni skupini DOBA, ki združuje višjo strokovno šolo, jezikovni center, mednarodno poslovno akademijo in najbolj prepoznavno DOBA Fakulteto, so kot prvi v Sloveniji začeli ponujati možnost online študija. Zelo dobro se namreč zavedajo, kako pomembno je ostajati v koraku s časom – tako za njihov uspeh kot uspeh njihovih več kot 11.000 diplomantov.

V podjetju DOM TRADE, kjer nudijo vse za gradnjo, se dobro zavedajo pomena sodelovanja in povezovanja. Kot ustanovni član skupine in solastnik skupine TOPDOM znajo izkoristiti sinergije, ki jih ustvarjajo z drugimi podjetji v skupini. S Triangel Boutique Hotelom pa so svoje poslovno znanje uspešno razširili še področje turizma.

Sodelovanje in sinergije so znali dobro izkoristiti tudi v podjetju RLS Merilna Tehnika, kjer uspeh na področju senzorjev in merilne tehnike kujejo tako z inovacijami kot s partnerstvom z angleškim podjetjem Renishaw, ki je tudi solastnik podjetja. Kljub mednarodnim povezavam pa podjetje ostaja trdno zasidrano v lokalno okolje.

Čeprav celoten prihodek ustvarijo na tujih trgih, ostaja v lokalno okolje vpeto tudi posavsko podjetje Metalika, ki je specializirano za opremljanje notranjih prostorov velikih ladij in jaht. Njihov recept za uspeh je kombinacija tradicije in sodobnih pristopov.

Pomen tradicije in zgodovine poudarjajo tudi v podjetju Malalan, kjer se ukvarjajo s prodajo prestižnih ur in nakita. Še posebej so ponosni na

brezčasne kolekcije, ki jih ustvarjajo v lastnem zlatarskem ateljeju, in na to, da družinska zgodba živi naprej z naslednjimi generacijami.

Podjetje Gabrijel Aluminium je iz skromnih začetkov s pomočjo trdnega dela, močne volje in jasne vizije zraslo v globalnega dobavitelja aluminijastih komponent za priznane svetovne znamke. Danes se ne ustrašijo nobenega izziva, ampak s svojim inovativnim pristopom strankam vedno poiščejo rešitev.

Inovativne rešitve strankam ponujajo tudi v podjetju Robotehnika, kjer se poleg CNC obdelave kovin vse bolj usmerjajo tudi v avtomatizacijo in robotizacijo proizvodnih procesov. S svojo iznajdljivostjo in prilagodljivostjo na tem področju konkurirajo tudi precej večjim tekmecem.

V podjetju Tuli z optimizirano spletno trgovino dostavljajo strojne elemente strankam po skoraj vsem svetu. Kljub temu, da prihodnost vidijo v digitalizaciji in širitvi na nove trge, je njihovo vodilo enako, kot ko so strankam stregli iz domače garaže: vsaki stranki želijo omogočiti najboljšo uporabniško izkušnjo.

Zgodba skupine Marovt Group, ki danes združuje 5 uspešnih sinergistično povezanih podjetij (Marovt, d. o. o., MTEH, d. o. o., Inkolteh, d. o. o., Aklimat, d. o. o. in Enset, d. o. o.), se je začela v preprosti obrtniški delavnici, danes pa so med najnaprednejšimi v svojih panogah. Kar se v tem času ni spremenilo, pa je tesna prepletenost družinskega in poslovnega življenja, ki je eden od dejavnikov uspeha družine Marovt.

Tudi v družini Gorjanc so svojo podjetniško žilico uspešno preizkusili na več področjih. Družinska podjetniška zgodba se je začela s kranjsko Staro Pošto, s katero poleg drugih nepremičnin upravlja krovno družinsko podjetje Jason, poleg tega pa se samostojno ali v partnerstvu podpisujejo še pod podjetje Olma, istrsko podjetje Monte Rosso in podjetje GALVANOTEHNIKA.

Ko se ozrem nazaj na vse zgodbe, ki smo jih zbrali v tej zbirki, lahko z gotovostjo trdim, da bodo družinska podjetja še naprej igrala ključno vlogo pri oblikovanju gospodarske krajine Slovenije.

Hvala vsem, ki ste se podali na to potovanje z nami in upam, da vam bodo zgodbe na naslednjih straneh v navdih za prihodnje uspehe.

“

Vsaka izdaja v tej zbirki prinaša dragocene vpoglede v značilnosti slovenskega družinskega podjetništva. Naša publikacija je postala več kot le zbirka zgodb; postala je pomemben vir razumevanja družinskih podjetij.



Mojca Emeršič, CFBA

Vodja družinskega podjetništva
EY Slovenija

Uvodnik

Z velikim veseljem in ponosom vam predstavljam 10. izdajo v naši zbirki EY Družinsko podjetništvo Slovenija. V tej zbirki smo deset let spremljali in dokumentirali zgodbe uspešnih slovenskih družinskih podjetij, ki so s svojo vztrajnostjo, inovativnostjo in predanostjo prispevala k razvoju slovenskega gospodarstva.

Slovenska družinska podjetja so ključnega pomena za trajnostni razvoj našega gospodarstva. Ta podjetja ne le ustvarjajo delovna mesta in spodbujajo gospodarsko rast, temveč tudi ohranjajo in krepijo lokalne skupnosti. S svojo zavezanostjo vrednotam poštenosti, odkritosti, inovativnosti, tehničnega znanja, skrbi za svoje zaposlene ter razvoju lokalnega okolja, slovenska družinska podjetja gradijo temelje za prihodnost, ki bo koristila vsem.

Deseta izdaja knjige EY Družinsko Podjetništvo Slovenija predstavlja pomemben mejnik, ki nas spodbuja k refleksiji in oceni prehojene poti. Vsaka izdaja v tej zbirki prinaša dragocene vpoglede v značilnosti slovenskega družinskega podjetništva. Naša publikacija je postala več kot le zbirka zgodb; postala je pomemben vir razumevanja družinskih podjetij.

Družinska podjetja na svoji poti iščejo nasvete in oblikujejo partnerska sodelovanja. Veseli nas, da smo veliko takih partnerstev sklenili tudi mi in se prek teh stikov tudi sami (ponovno) učili podjetniškega poguma in zagona.

Med drugim smo med pripravo te in predhodnih knjig v zbirki opazili, da se mnoga družinska podjetja spopadajo z izzivi na področju generacijskega prenosa lastništva in upravljanja podjetij, pri čemer bi jim pogosto prav prišla zunanja strokovna perspektiva in svetovanje. Na to smo se odzvali tako, da smo v sodelovanju z našimi davčnimi in pravnimi strokovnjaki razvili svetovalne storitve, ki upoštevajo specifikke družinskih podjetij, in vesela sem da smo v zadnjih letih številnim podjetjem pomagali pri premagovanju izzivov na tem področju. Čeprav ima vsako podjetje in vsaka družina svojo edinstveno zgodbo, smo med njimi našli tudi vzporednice in podobnosti. Najbolj pomembno pa se mi zdi, da je prav vsak uspešno zaključen projekt poleg strateško pomembnih izhodišč in dogovorov prinesel tudi obilico čustev in odkritih pogovorov med člani družine.

Zahvaljujem se vsem podjetjem, ki so z nami delila svoje zgodbe, in vsem sodelavcem, ki so prispevali k uspehu te publikacije. Naš zagon na podjetju družinskega podjetništva ne pojema in veselim se, da se bomo z vami lahko kmalu delili novice o naših prihajajočih projektih.

DOBA Fakulteta

Jasna Dominko Baloh, direktorica in lastnica Poslovne skupine DOBA
Polona Baloh Kremavc, direktorica študijskih programov DOBA Fakulteta
Peter Baloh, direktor financ

Študij na daljavo so kot prvi uvedli že pred prelomom tisočletja

me Poslovne skupine DOBA je nastalo kot zloženska priimkov ustanoviteljice Jasne Dominko Baloh, vendar je sčasoma privzelo pomen tega, za kar se zavzemajo in kar vsakodnevno udeležujejo: vseživljenjsko učenje. Skupino sestavljajo štiri enote: višja strokovna šola, jezikovni center, mednarodna poslovna akademija ter - najbolj prepoznavna - DOBA Fakulteta. Študentje, večinoma že zaposleni, se za študij na DOBA Fakulteti odločajo s ciljem pridobivanja novih, praktičnih in aktualnih znanj, napredovanja in osebnega razvoja. Gre za odločitev, do katere na fakulteti gojijo prav poseben občutek odgovornosti. Tega si delijo prav vsi zaposleni, vključno z Jasninim možem, Petrom Balohom, ki zaseda mesto direktorja financ, ter njuno hčerko Polono Baloh Kremavc, direktorico študijskih programov DOBA Fakultete. Skupaj že več let aktivno delajo na karseda učinkovitem prenosu vodenja na drugo generacijo, pri čemer posebno pozornost posvečajo skrbi za zaposlene in njihove družine.





“

Razvijati programe, ki bodo našim diplomantom omogočali napredovanje, predstavlja veliko odgovornost. Več kot 70 % diplomantov v letu po diplomi namreč napreduje: gre na novo delovno mesto, pridobi višjo plačo ali zamenja delodajalca. Skratka, študij zaključujejo z namenom izboljšanja kakovosti življenja.

Jasna Dominko Baloh,
direktorica



Poslovna skupina DOBA je svojo pot začela z jezikovnimi tečaji za najmlajše.

Začelo se je z jeziki ...

Začetek Poslovne skupine DOBA je bil, kot pripoveduje njegova ustanoviteljica Jasna, povsem slučajen. Poklicni pedagoginji in psihologinji se je v začetku devetdesetih. let porodila ideja o izvajanju izobraževanj in začela je z jezikovnimi tečaji za najmlajše. V slabih dveh mesecih od ustanovitve so zabeležili že 1.000 prijav. Obenem so izvajali tudi jezikovne tečaje za odrasle, med katerimi je bilo največ zanimanja za tečaj nemščine. »Prvi dve leti sta bili zelo naporni, saj še nismo razpolagali z zadostno mrežo učiteljev,« priznava Jasna. »Ne vem, če bi se tega danes ponovno lotila.« Z začetnimi izzivi so se uspešno spopadli in svoje delovanje razširili v sodelovanju z Zavodom Republike Slovenije za zaposlovanje. Iskalcem zaposlitve so z razvojem posebnih programov približali tehnike učenja odraslih in jim pomagali pri odkrivanju poklicnega cilja.

Na podlagi pridobljenih izkušenj so nato ustanovili srednjo šolo, v sklopu katere so izvajali tudi maturitetne tečaje. Od preostalih srednjih šol so jih takrat ločevali prav pedagoški pristopi, ki so bili prilagojenih odraslim, ki se vključujejo v izobraževanje: »Odrasli, ki se odločijo za ta korak, imajo

praviloma negativno izkušnjo z rednim šolanjem, zaradi česar so ga tudi prekinili oziroma opustili. Naša glavna prednost je bila v tem, da smo se jim znali prilagoditi,« pojasnjuje Jasna. Pri delu se ji je konec devetdesetih. let pridružil mož, Peter Baloh, današnji direktor financ.

Kot gospodarstvenik z izkušnjami s področja ekonomije, računovodstva in financ je bil Peter dobro pripravljen na izzive, ki jih prinaša podjetništvo. Vendar pa je prehod iz gospodarstva na samostojno podjetniško pot prinesel tudi veliko novega. V novi vlogi je moral prevzeti več odgovornosti in se soočiti z večjo stopnjo negotovosti. V korporativnem svetu so bile naloge bolj specializirane in strukturirane, medtem ko je v podjetništvu moral obvladovati širši spekter nalog, od strateškega načrtovanja do operativnega vodenja.

V začetnem obdobju so morali največ pozornosti posvetiti vzpostavitvi trdnih temeljev za podjetje. To je vključevalo razvoj poslovnega načrta, vzpostavitev finančnih struktur in iskanje priložnosti za rast. Pomembno je bilo tudi graditi zaupanje med zaposlenimi in strankami ter vzpostaviti učinkovite procese za zagotavljanje kakovosti storitev.

Izjemni preboji na področju visokošolskega izobraževanja

S prehodom v novo tisočletje so na DOBI začeli dosegati številne prelomne točke doma in v regiji. Kot prvi zasebni izobraževalni zavod v Sloveniji so ustanovili zasebno višjo strokovno šolo z višješolskim programom Poslovni sekretar, ki ga izvajajo še danes. »Že takrat smo se intenzivno ukvarjali z mislijo, kako višješolsko izobraževanje približati zaposlenim, predvsem v smislu, da se jim ne bi bilo treba večkrat tedensko udeleževati predavanj,« pripoveduje Jasna. S pogledom v tujino so odkrili možnost študija na daljavo, danes znanega predvsem kot online študij. Vpeljave so se lotili sistematično in analitično. Vzpostavili so ekipo, ki se je najboljših praks učila z obiskom ustanov v tujini, ki so online študijske programe že izvajale.

Leta 1999 so tako na DOBI kot prvi v Sloveniji uvedli možnost online študija, za katerega so kot prvi prejeli tudi mednarodno akreditacijo v regiji Jugovzhodne Evrope. Še vedno ostajajo edina visokošolska ustanova v Jugovzhodni Evropi z mednarodno akreditacijo kakovosti online študija.

Od ustanovitve DOBA Fakultete je v podjetju prišlo do marsikatero spremembe, predvsem na področju izvajanja dejavnosti: »Zaradi zmanjšanja interesa smo opustili srednjo šolo in zaradi nastopa cenejših konkurentov tudi jezikovne tečaje za otroke,« pojasnjuje Jasna. Kljub temu so v manjšem obsegu ohranili online jezikovne tečaje, ki jih ponujajo tako posameznikom kot skupinam, ter tudi podjetjem.

Odgovornost do prihodnosti študentov in družbe

DOBA Fakulteta je najbolj prepoznaven del Poslovne skupine Doba. V slovenskem visokošolskem prostoru velja za vodilno na področju online izobraževanja, vendar, kot pravi Jasna, njihovega praga ne prestopijo le slovenski, temveč tudi tuji študentje: »Zahvala gre mednarodni akreditaciji, zaradi katere danes približno polovico naših slušateljev predstavljajo tujci. Da smo na tako zahtevnem trgu, kot je izobraževalni, tako veliki, zagotovo dokazuje, da ponujamo kakovostne storitve.« Danes izobražujejo več kot 2.000 študentov, skupno pa je diplom na DOBI pridobilo že več kot 11.000 diplomantov. DOBA Fakulteta se v okviru raziskovalne dejavnosti vključuje tudi v nacionalne in evropske projekte, ki jim omogočajo izmenjavo znanja z različnimi strokovnjaki in skupno raziskovanje aktualnih izzivov ter razvoj inovativnih rešitev z dodano vrednostjo za naše ciljne skupine. Zaradi velike konkurence so še posebej ponosni na projekte, kjer je DOBA Fakulteta nosilec.

Mesto programske vodje fakultete danes zaseda Jasnina hči Polona, ki ključno prednost fakultete vidi predvsem v mentorski podpori, ki jo nudijo svojim študentom, ter tudi v cenovni dostopnosti študija v primerjavi s tujino. Online študij si mnogi predstavljajo kot individualno sedenje za računalnikom, vendar Polona poudarja, da na DOBA Fakulteti študij poteka vse prej kot tako: »Naši programi predvidevajo veliko sodelovalnega učenja.



V začetnem obdobju so morali največ pozornosti posvetiti vzpostavitvi trdnih temeljev za podjetje.

“

V Poslovni skupini DOBA kot zasebnem in na trgu aktivnem izobraževalnem zavod uspešno krmarijo med izzivi delovanja na zahtevnem področju izobraževanja.



Pod mentorstvom več kot 41 redno zaposlenih in 230 zunanjih sodelavcev študentje pridobivajo izkušnje v desetih študijskih programih vseh stopenj študija.



Čez prag izobraževanja so na DOBI (DOBA Fakulteti in Višji strokovni šoli DOBA) pospremili že več kot 11.000 diplomantov, tako domačih kot tujih.

Podjetje na kratko:

Vizionarstvo, agilnost, odličnost in edinstvenost, razvojna naravnost, sodelovanje.

Študenti so razporejeni v skupine, v katerih se projektov in nalog lotevajo timsko. Naš cilj je, da bodo pridobljeno znanje znali implementirati v praksi.«

Pod mentorstvom več kot 41 redno zaposlenih in 230 zunanjih sodelavcev študentje pridobivajo izkušnje v desetih študijskih programih vseh stopenj študija, od dodiplomskih, magistrskih do doktorskega programa. »S spremljanjem trendov v gospodarstvu in Sloveniji pridobimo občutek o tem, kateri poklici - in posledično programi - bodo potrebni v prihodnosti,« postopek oblikovanja programov pojasnjuje Polona. Pri tem Jasna izpostavlja, da čutijo veliko odgovornost do tega, kako študente pripraviti na prihodnost: »Razvijati programe, ki bodo našim diplomantom omogočali napredovanje, predstavlja veliko odgovornost. Več kot 70 % diplomantov v letu po diplomi namreč napreduje: gre na novo delovno mesto, pridobi višjo plačo ali zamenja delodajalca. Skratka, študij zaključujejo z namenom izboljšanja kakovosti življenja.«

Za vse veljajo enaka pravila

Polona, predstavnica druge generacije, se je z delovanjem podjetja spoznala že v študijskih letih, v njem pa je nadaljevala tudi s prvo redno zaposlitvijo. »Včasih je bilo težko, predvsem na začetku,« priznava. »Jasna je vztrajala, da za mene veljajo enaka - pravzaprav še strožja - merila kot za druge. Tu je imela trdo roko. Ko sem bila mlajša, prednosti tega še nisem dojemala, z vključitvijo pa sem videla, da ima mama prav.«

Jasna je prepričana, da bo DOBA z odlično ekipo uspešna še veliko let, pri čemer izpostavlja: »Izobraževanje je zelo zapleten proces. Držati se moramo področne zakonodaje, po drugi strani pa smo aktivni na trgu in se moramo znati 'prodati'. Prav zato imamo podporne službe, oddelek za marketing, IT podporo vsem vključenim deležnikom v študijski proces in še mnogo akterjev, ki jih druge fakultete nimajo.« Prav vidik družinskega podjetništva se je pri uspešnem soočanju z izzivi zdi odlična, če ne celo najboljša možnost, zato s pomočjo zunanjih svetovalcev že več let aktivno delajo na prenosu. Pri tem izpostavi, da morajo biti pozorni na dejavnike tveganja, tudi z vidika trajnosti:

»Imamo 41 zaposlenih - to so družine, ki so pri nas zaposlene več let in do njih čutim veliko odgovornost. Ne smemo zaspati, ampak moramo razvijati nove programe, kar zahteva dodaten angažma. Brez tega ni napredka.«

Kljub hitrem spreminjanju sveta in raznolikim napovedim o prihodnosti, se bodo v prihajajočem obdobju med drugim verjetno poglobili v razvoj programov, povezanih s poslovanjem in informatiko. Tako bodo še naprej nadaljevali tradicijo predavanja uporabnega znanja za boljšo prihodnost posameznikov in družbe.

Jasna Dominko Baloh in Polona Baloh Kremavc

solastnici

Ime podjetja:

DOBA Fakulteta

Število zaposlenih (2023):

41

Čisti prihodki od prodaje (2023):

7,7 milijona €

DOM TRADE d.o.o.

Polona Tičar, direktorica

Matjaž Tičar, namestnik direktorice

Jan Tičar, dela v komerciali

Eva Tičar, študentka in občasna pomoč v podjetju

Nej Tičar, študent in občasna pomoč v podjetju

Od temeljev do strehe in še dlje

Gorenjsko podjetje DOM TRADE je sinonim za kakovost v gradbeni trgovini, saj že več kot tri desetletja ponuja celostne rešitve za gradnjo in obnovo domov. Njihov slogan 'Vse za gradnjo od temeljev do strehe in obnovo' odraža zavezanost celostni storitvi in zadovoljstvu strank. Njihova osrednja dejavnost je prodaja gradbenega materiala, keramike in opreme za kopalnice, ki jo dopolnjujejo z dostavo blaga na dom ter svetovanjem kupcem k pravilni izbiri materialov. Kupca vodijo od nakupov osnovnega gradbenega materiala do specifičnih izdelkov za zaključna gradbena dela in nenazadnje še izdelkov za vzdrževanje ne le doma, ampak tudi vrta in okolice.

V zgodbo družinskega podjetja DOM TRADE se že vključuje tretja generacija družine. Direktorica Polona Tičar, je vodenje podjetje prevzela od očeta Marka Hafnerja, kot njen namestnik pa je v podjetju zaposlen tudi mož Matjaž Tičar. Poleg več kot 90 zaposlenih jima pomagajo tudi otroci Jan, Eva in Nej. Prvi dela v komerciali, Eva in Nej pa kot študenta občasno pomagata.



“

Ne želimo se primerjati z ostalimi, vesela sem, da se kot družina razumemo in da smo vsi skupaj ponosni na to, kar nam je uspelo ustvariti.

Polona Tičar,
direktorica





Poleg mame Polone Tičar in očeta Matjaža Tičarja, v podjetju pomagajo tudi njihovi trije otroci, Jan, Eva in Nej.

V domači hiši odprli gradbeno trgovino 'Dom'

Zgodba podjetja se je začela leta 1989 v stanovanjski hiši družine Hafner v Žabnici na Gorenjskem. Ustanovitelj podjetja Marko Hafner je imel izkušnje v gradbeništvu, kjer je prepoznal potrebo po lokalni ponudbi gradbenega materiala. Vrt pred hišo so spremenili v skladišče, sposodili so si viličarja in začeli z lastno trgovino z gradbenim materialom, ki se je imenovala Dom. Postopoma so se širili, kupovali parcele okoli trgovine, povečevali pisarne in v končni fazi prenovili celotno stavbo. Razširili so tudi svojo ponudbo in poleg gradbenega materiala odprli še salon keramike.

Leta 1993 se je podjetje preimenovalo v DOM TRADE d.o.o., kar je pomenilo prvi večji korak k prepoznavnosti. Rast se je nadaljevala s širitvijo skladiščnih kapacitet in odpiranjem novih prodajnih centrov. Leta 2000 so odprli prodajni center v Lescah, leta 2011 v Kranju.

Podjetje je tudi ustanovni član in solastnik današnje skupine TOPDOM, ki se je na začetku imenovala Mreža trading. V mrežo se je sprva vključilo pet podjetnikov z namenom boljših nakupnih pogojev. Skupaj so nabavljali večje količine materialov in ponujali bolj konkurenčne cene. Danes je podjetje eden izmed 12 družbenikov skupine TOPDOM, ki je danes vodilni ponudnik gradbenih materialov in keramike v Sloveniji.

Polona je že v srednješolskih letih skupaj z bratom začela pomagati v podjetju in se kmalu po končanem študiju v njem tudi zaposlila. Po zdravstvenih težavah očeta je bila cela družina primorana prevzeti vajeti. »To je bila življenjska izkušnja, ki nas je naučila sprejemati odgovornosti in delovne naloge. Mislim, da nam je to takrat kar dobro uspelo,« se spominja Polona, ki se zaveda, da podjetje ne prinaša le 'sladkih stvari', ampak tudi veliko odgovornosti.

Onkraj gradbenega materiala leži svet turizma

Leta 2021 so po 30 letih uspešnega gradbenega poslovanja svojo dejavnost razširili še v turizmu. V bližini Kranjske Gore so v Gozd Martuljku odprli Triangel Boutique Hotel, ki je zasnovan kot povezava med naravo in sodobnim luksuzom. Ideja se je Poloni in Matjažu porodila že pred leti med smučanjem, a je na izvedbo morala počakati na ustrezen čas. Za Matjaža, ki je strasten smučar in 'za dušo' še vedno ohranja tudi licenco učitelja smučanja, ta butični hotel predstavlja uresničitev dolgoletnih sanj.

»Zgraditi lep objekt je izziv, pravo delo pa se začne, ko ga moraš zapolniti,« pravi Matjaž. Projekt se je začel z obnovo starega Hotela Špik, ki so ga leta 2017 kupili z željo po trajnostnem razvoju. Po pridobitvi gradbenega dovoljenja so obstoječi objekt prenovili in razširili v sodoben hotelsko-apartmajski kompleks, ki združuje vrhunski dizajn in naravne materiale.



Zgodba podjetja se je začela leta 1989 v stanovanjski hiši družine Hafner v Žabnici na Gorenjskem.

Hotel je postal priljubljena destinacija za goste iz vsega sveta in predstavlja uspešen korak v razpršitvi poslovnih dejavnosti družinskega podjetja. »Naša vizija je bila ustvariti prostor, ki gostom ponuja udobje in stik z naravo, hkrati pa spoštuje okolje,« razloži Matjaž.

»Vedno stremimo k novim izzivom,« pa doda Polona. »V našem domačem gorenjskem okolju smo želeli ustvariti prostor, ki združuje udobje, naravo in trajnost. Triangel Boutique Hotel ni le poslovna priložnost, temveč tudi naš prispevek k oživitvi lokalnega turizma.«

Družina kot temelj uspešnega poslovanja

DOM TRADE je družinsko podjetje z veliko začetnico. Sin Jan, ki trenutno dela v komerciali, je najprej sicer obiskoval srednjo glasbeno šolo. »Nikoli nisva delala nekih pritiskov, češ da je nujno, da otroci delajo v našem podjetju,« poudarjata zakonca Tičar. Staršema je bilo bolj pomembno, da otroci naredijo vsak svojo šolo, so pridni, delovni in vsak po svoje uspešni. »Ni naju motilo, da je šel Jan najprej na srednjo glasbeno,« pove Matjaž, ki je vseeno vesel, da so se otroci po naravni poti nekako znašli v podjetju. Hči Eva in sin Nej sta trenutno še študenta. Eva se spominja, da je v podjetju začela pomagati z brisanjem prahu po trgovini. »Ne želim si biti v podjetju samo zato, ker sem domača, in nočem, da bi zame 'našli' neko pozicijo. V podjetju želim biti koristna,« razmišlja Eva.



Leta 2011 so odprli prodajni center v Kranju. Cilj je ostati vodilni ponudnik gradbenih materialov in keramike na Gorenjskem.

“

Že od leta 1994 so del skupine TOPDOM, ki se je sprva imenovala Mreža marketing. V mrežo podjetij so se vključili z namenom lažje nabave večjih količin materialov in z željo po bolj konkurenčnih cenah.



Imajo več kot 90 zaposlenih v obeh dejavnostih, najbolj ponosni pa so na jedro ekipe in tiste zaposlene, ki ostajajo z njimi že več kot 20 let.



Leta 2021 so po 30 letih uspešnega gradbenega poslovanja svojo dejavnost razširili še v turizem. V bližini Kranjske Gore so v Gozd Martuljku odprli Triangel Boutique Hotel.

Podjetje na kratko:

Tradicija, odgovornost, trajnost, družina, kakovost.

Poleg družinskih članov so nekateri sodelavci z njimi že več kot 20 let, seveda pa celotna ekipa podjetja pripomore k pozitivni klimi v podjetju in uspešnim poslovnim rezultatom. »Ob sebi potrebuješ ljudi, ki jim lahko zaupaš, seveda pa je nujna tudi urejena plačilna politika,« razlaga Matjaž. Polona omenja, da so v zadnjem času tako kot večina podjetij imeli težave s pridobivanjem kadrov na oddelkih logistike in skladišča, a stanje se izboljšuje. »Gorenjska je zelo razvito območje, predvsem Kranj in Škofja Loka se hitro razvijata v smeri industrije in logistike, zato je včasih težko pridobiti nove skladiščnike,« pove Polona.

Družinska harmonija se kaže tudi v načinu odločanja. Ne želijo se primerjati z drugimi podjetji in družinami, ampak so ponosni, da se kot družina razumejo in da so otroci rasli v zadovoljne in poštene ljudi. Kultura vključevanja krepi medsebojno zaupanje in omogoča boljše upravljanje podjetja.

Trajnostno naravnani projekti

Podjetje se ponaša z dolgoročnimi finančnimi uspehi, ki so rezultat strateškega vodenja in prilagodljivosti trgu. Polona pove, da z možem Matjažem v podjetništvu »tečeta na dolge proge« in da svojih podjetniških odločitev ne obžalujeta. V letu 2024 je podjetje zaposlovalo 94 ljudi, ustvarilo 25 milijonov evrov prometa in ohranilo stabilno rast. Trajnostno naravnani projekti kot je Triangel Boutique Hotel še dodatno utrjujejo njihovo družbeno odgovornost, pred leti pa so uspešno zaključili tudi projekt gradnje sedmih stanovanjskih hiš za prodajo na Šutni pri Kranju. Podjetje sodeluje tudi z izobraževalnimi ustanovami in mladim ponuja priložnosti za prakso in usposabljanje. Njihov cilj je ostati vodilni ponudnik gradbenih materialov in keramike na Gorenjskem in s svojo široko ponudbo, servisom, svetovanjem in logistiko omogočiti ugoden ter udoben nakup in pravo rešitev za vsak dom. Prav tako želijo skrbeti za zadovoljstvo zaposlenih, ohranjati pozitivno klimo in kulturo podjetja ter tudi tako kupcem nuditi najboljše možno uporabniško izkušnjo.

Kljub širitvam ostaja najpomembnejši stik z ljudmi

V prihodnjih petih letih so načrti podjetja usmerjeni predvsem v posodobitev in širitev prodajnih centrov. Polona pojasnjuje: »Naši centri z

gradbenim materialom so kapitalsko zahtevni, zato je njihova prenova velik finančni zalogaj. Obenem se soočamo s konkurenco spletne prodaje, kar zahteva prilagoditve.« Kljub temu je njihovo glavno vodilo kupcem ponuditi svetovanje v živo in možnost, da gradbene materiale vidijo ter občutijo, saj je to pogosto ključno.

Trenutno načrtujejo prenovo prodajnega centra v Lescah, kasneje tudi v Žabnici. Prav tako želijo razviti nove produktne linije, okrepiti svojo prisotnost na digitalnem trgu in hkrati kot dodatno poslovno panogo razvijati turizem. »Pomembno je, da razvijamo našo osnovno dejavnost in hkrati skrbimo za strokovno usposobljenost prodajnega osebja na področju poznavanja blaga, prodajnih tehnik in poslovnega bonton« dodaja Polona. Njihova zgodba je dokaz, da trdne družinske vezi, inovativnost in prilagodljivost vodijo k trajnemu poslovnemu uspehu.

Matjaž in Polonca Tičar

solastnika

Ime podjetja: **DOM TRADE d.o.o.**

Število zaposlenih (2023): **94**

Čisti prihodki od prodaje (2023): **25,6 milijona €**

GABRIJEL ALUMINIUM d.o.o.

Stane Gabrijel, ustanovitelj

Andrej Gabrijel, lastnik

Gabrijel Aluminium: 60 let rasti

Gabrijel Aluminium je slovensko družinsko podjetje, ki ga je Stane Gabrijel ustanovil v 60-ih letih prejšnjega stoletja. Iz skromnih začetkov je do danes zrastle v globalnega dobavitelja aluminijastih komponent za priznane svetovne znamke, kot so VW AG, Samsung, Philips, BSH, Bang & Olufsen in druge. Podjetje se ukvarja z izdelavo zahtevnih dekorativnih aluminijastih komponent, tako z mehansko kot s površinsko obdelavo aluminija. Leta 1999 so uvedli avtomatizirano eloksirnico aluminija na Lavrici, kar je podjetju omogočilo prehod na množično proizvodnjo. Njihove stranke ponujajo izdelke kot so: televizorji, zasloni, računalniki, avdio in akustične komponente, zvočniki, sodelujejo s proizvajalci gospodinjskih aparatov, pa tudi z avtomobilsko, pohištvno, navtično, letalsko, železniško industrijo in še bi lahko naštevali. Aluminij je v teh panogah privlačen in zaželen material zaradi svoje estetskosti, lahкости, enostavnega oblikovanja, prav tako pa ga je mogoče reciklirati.

Ustanovitelj Stane Gabrijel je z obrtjo skupaj z bratom Mirom začel že 1963, leto kasneje pa je uradno odprl svoje podjetje. Žezlo je 1991 predal sinu Andreju Gabrijelu, ki je večinski lastnik še danes.

Gabrijel Aluminium s svojo inovativnostjo in strokovnostjo ponuja konkurenčne rešitve na svetovni ravni, kar potrjuje dejstvo, da večji del svoje proizvodnje izvozi na tuje trge. Podjetje zaposluje skoraj 200 ljudi, njihovi prihodki pa vsako leto rastejo. Leta 2016 so ustvarili 8,4 milijona evrov prihodkov, leta 2023 pa približno 25,5 milijonov evrov. Andrej Gabrijel o njihovi zagnanosti pravi: »Ne poznamo besede 'ne' in gremo do konca, dokler ne najdemo rešitve.«



“

Do sedaj še nismo odstopili od nobenega izziva in zavrnila nobene stranke. Gremo do konca, dokler ne najdemo rešitve.

Andrej Gabrijel,
lastnik

GABRIJEL





Podjetje Gabrijel Aluminium si je v svojih častitljivih 60-tih letih zgradilo trden ugled na trgu kot proizvajalec visokokakovostnih aluminijastih komponent.

Od rezancev do aluminija

Podjetje Gabrijel Aluminium se je začelo z željo Staneta Gabrijela - ustvariti nekaj svojega. Zato je skupaj z bratom Mirom, ki je bil izučeni orodjar, v začetku 60-ih let preuredil svinjak v skromno delavnico in tam začel s proizvodnjo prvih kuhinjskih pripomočkov. »Najin prvi izdelek je bil lupilec krompirja, ki je bil v tistem času prava novost v Sloveniji,« se spominja Stane, ki pove tudi, da v tistih časih oblast ni bila najbolj prijazna do obrtnikov.

Kmalu za tem so začeli z izdelovanjem strojčkov za rezance, ki so postali prodajna uspešnica v bivši Jugoslaviji, predvsem v Vojvodini in na Hrvaškem. »Naši strojčki so v 101-ki potovali po vsej Jugoslaviji, kjer so jih uporabljale tudi 'jajčarice' - gospe, ki so na tržnicah prodajale jajca in rezance,« doda Andrej.

Z leti je podjetje iskalo nove trge, raslo je iz artikla v artikel, s tem se je večal tudi promet. Leta 1981 so v zdaj že nekdanjih prostorih na Škofljici pri Ljubljani odprli delavnico za eloksacijo aluminija. To je bil pomemben korak v preusmeritvi podjetja od kuhinjskih pripomočkov preko eloksiranja k dekorativnim aluminijastim komponentam. Prva večja naročila so prišla iz BSH v začetku tega stoletja, ko so se specializirali za izdelavo visoko kakovostnih dekorativnih aluminijastih komponent. Leta 2005 so se preselili v nove prostore v Grosuplje in začeli obdelovati aluminij na tehnološko najsodobnejših linijah.

Sinova ambicija podjetju dala krila

Podjetju se je leta 1972 pridružila Stanetova žena, Janja Gabrijel, ki je prevzela vodenje računovodstva. Tudi Andrej, drugi izmed treh otrok, je že kot deček pomagal očetu. »Že pri 10-ih letih sem v očetovi delavnici

razvrščal kose, kasneje pa začel delati tudi na strojih. Vedno sem hotel preseči norme; kasneje sem rad delal v eloksirnici aluminija,« se spominja Andrej, ki se je v podjetju zaposlil leta 1987.

Prevzem podjetja leta 1992 je bil za Andreja, ki je ob prenosu štel 25 let, velik korak. Očetovo obrt je popeljal na novo raven. »Oče mi ni nikoli vsiljeval svojih pogledov. Podpiral me je, ko sem želel podjetje razviti v industrijsko obratovanje,« pove Andrej. Njegova vizija je podjetje pripeljala do mednarodnih uspehov, saj danes sodelujejo z nekaterimi največjimi svetovnimi blagovnimi znamkami. »Vodila te je tvoja ambicioznost,« Stane pove Andreju.

Andrej je od očeta podedoval miselnost, da so kot podjetje vedno lahko še boljši, kar se mu je tudi obrestovalo. »Najprej je šlo malo na silo, delal sem tudi dan in pol brez prekinitve,« priznava Andrej in dodaja, da je hitro začel vlagati v osnovna sredstva in postavil avtomatsko linijo. Predvsem zato, da bi razbremenil zaposlene ter začel zaposlovati vodje in ne le delavce. »Znam oblikovati time in vizije za leta ali pa desetletje naprej, te senzorje imam dobro naravnane,« se je pošalil Andrej. To vključuje tudi postavljanje novih direktorjev, kot sta Marko Arzenšek in Andrej Pezdirc, ki uspešno vodita vsak svoj del podjetja. »Operativno delo sem prepustil njima, sam se



Stane Gabrijel je skupaj z bratom Mirom v začetku 60-ih let preuredil svinjak v skromno delavnico in tam začel s proizvodnjo prvih kuhinjskih pripomočkov.

ukvarjam s strateškimi stvarmi,« pove Andrej. Ponosen je tudi na timski duh in zaupanje, ki ga gojijo v podjetju.

Ne odlikuje jih le estetskost

Podjetje Gabrijel Aluminium si je v svojih častljivih 60-tih letih zgradilo trden ugled na trgu kot proizvajalec visokokakovostnih aluminijastih komponent. Te odločajo o estetski vrednosti izdelka, na katero podjetje veliko stavi, kljub temu pa čut za estetiko še zdaleč ni njihova edina odlika. »Najbolj ponosen sem, da smo edini ponudnik, ki smo uspeli razviti rešitev za enega naših projektov s Philipsom. To je bil skupek več izdelkov, ki so plašč oz. obleka za kavni aparat Senseo. Gre za zahteven izdelek z brušeno površino, ki ni bil izvedljiv z roboti. Za to priložnost smo namreč razvili poseben stroj za 3D brušenje,« pove Andrej.

Stavijo na kakovost, uresničevanje zahtev in pričakovanj strank ter njihovo končno zadovoljstvo. Kakovost skrbno načrtujejo, izvajajo in preverjajo, saj delujejo v skladu z ISO standardi; prav tako redno izvajajo vhodno kontrolo materialov in izhodno kontrolo izdelkov, na podlagi katere izdajo merilno poročilo, s katerim je opremljen vsak njihov izdelek. Veliko dajo tudi na zadovoljstvo in usposobljenost zaposlenih in so že dolgo zavezani tudi



Andrej je že kot deček pomagal očetu. »Že pri 10-ih letih sem v očetovi delavnici razvrščal kose, kasneje pa začel delati tudi na strojih.«



Gabrijel Aluminium ima dve ločeni proizvodnji, ki medsebojno sodelujeta, to sta mehanska in površinska obdelava aluminija, v katero spada tudi eloksirnica.

“

Podjetje Gabrijel Aluminium je leta 2024 praznovalo 60 let obstoja. Iz majhne obrtniške delavnice so zrasli v svetovno priznanega proizvajalca aluminijastih komponent, ki je zavezan kakovosti in odličnosti.



Kakovost skrbno načrtujejo, izvajajo in preverjajo, saj delujejo v skladu z ISO standardi; prav tako redno izvajajo vhodno kontrolo materialov in izhodno kontrolo izdelkov.

Podjetje na kratko:

Kakovost, estetika, inovativnost, globalnost, trajnost.

trajnosti. Leta 2020 so s strani javne agencije SPIRIT Slovenija prejeli priznanje za uspešno zaključeno Akademijo trajnostne poslovne strateške transformacije v letih 2019-2020.

Podporniki lokalnega okolja

Gabrijel Aluminium veliko vlaga v varovanje okolja, kar se odraža v njihovih proizvodnih procesih. Že v zgodnjih 80-ih so vzpostavili lastno čistilno napravo, danes pa deluje v skladu z najstrožjimi okoljskimi standardi. Njihova skrb za okolje je sestavni del poslovnega vodenja in organizacijske kulture podjetja. Težijo k preprečevanju vseh vrst onesnaževanja, njihovi izdelki pa so proizvedeni z najmanjšo obremenitvijo okolja.

So aktivni podporniki lokalne skupnosti, predvsem na področju športa. Andrej je v določenem obdobju kot direktor vodil košarkaški klub Grosuplje, sedaj pa ga aktivno spodbuja kot eden od sponzorjev. »Skozi šport sem spoznal, da je pomembno vračati družbi, in to je zame največja nadgradnja uspeha,« poudarja Andrej, ki je bil močno vpet v razvoj lokalnih košarkarskih društev, največ pa mu pomeni princip 'fair-play'.

Večja proizvodnja = več priložnosti

Gabrijel Aluminium ima dve ločeni proizvodnji, ki medsebojno sodelujeta, to sta mehanska in površinska obdelava aluminija, v katero spada tudi eloksirnica. Nedavno so vzpostavili novo linijo za eloksiranje, pomembno investicijo v vrednosti 10 milijonov evrov. S tem so povečali svoje proizvodne kapacitete, kar jim omogoča rast in izboljšanje kakovosti. V prihodnosti nameravajo širiti mehansko obdelavo in se osredotočiti na bolj zahtevne tehnične in dekorativne izdelke, specializirati stare linije za specifične proizvodne procese ter tako podjetju zagotoviti stabilnost in rast za naslednjih 5 do 10 let.

V bližnji prihodnosti načrtujejo širitev proizvodnih prostorov na več kot 12.000 kvadratnih metrov, kar jim bo omogočilo vstop na nova področja, kot je denimo e-mobilnost. »Naša vizija je ostati med vodilnimi na področju dekorativnih aluminijastih komponent v Evropi in se še naprej širiti,« pravi Andrej.

Andrej Gabrijel

lastnik, v osemdesetodstotni lasti podjetja GABRIJEL HOLDING d.o.o.

Ime podjetja: **GABRIJEL ALUMINIUM d.o.o.**

Število zaposlenih (2023): **180**

Čisti prihodki od prodaje (2023): **25,5 milijona €**

JASON, d.o.o

Uroš Gorjanc, (so) lastnik in direktor podjetij
Jason d.o.o., Olma d.o.o., MONTEROSSO d.o.o.

Barbara Gorjanc

Jan Gorjanc

Črt Gorjanc

Bor Gorjanc

Podjetniška žilica, pogum in zagnano delo so družinski DNK

Prelepa Stara pošta kot pomemben del starega kranjskega jedra. Več stanovanjskih ter poslovnih enot in zemljišč. Podjetje Olma, ki obvladuje dobršen delež proizvodnje maziv na slovenskem trgu in trgih jugovzhodne Evrope. Sanjsko istrsko posestvo Monte Rosso z oljčnim oljem in vinom, ki žanjeta nagrade. Podjetje GALVANOTEHNIKA d.o.o., v katerem nadaljujejo tradicijo kakovostnega cinkanja materialov. Pod vse to se - samostojno ali v partnerstvu - podpisuje družina Gorjanc.

Uroš Gorjanc z ženo Barbaro odločno sledi korakom svojih prednikov, predvsem deda Franca, naprednega podjetnika iz prve polovice 20. stoletja, in modrosti očeta Alojza Jurija, priznanega trenerja smučarskih skokov, ki je s svojo delovno etiko pomembno oblikoval miselno naravnost družine. V družinsko podjetniško zgodbo se počasi vključuje že četrta generacija, zlasti sinova Črt in Jan, medtem ko je Bor še dijak. Z medsebojnim spoštovanjem, spoštovanjem dogovorov, poštenostjo in odkritostjo družina Gorjanc ubira smer, ki jo nakazuje že njihov priimek: GOR.



“

Po dedu sem podedoval podjetniško žilico, od očeta prevzel delovne navade, poštenost in kanček trme. Vse to se trudim predati naprej sinovom in verjamem, da bodo s trdim delom, vztrajnostjo, poštenostjo in odgovornostjo ustvarjali priložnosti tudi za nove generacije družine.

Uroš Gorjanc,
lastnik





Uroš in Barbara sta sinove od malega spodbujala k samostojnosti in odgovornosti ter jih vzgajala v duhu, da človek ničesar ne dobi na pladnju.

Stara pošta: simbol družine in začetek nepremičninske zgodbe

»Podjetniško žilico in smisel za to, kako v rokah držati več niti hkrati ter upravljati različna podjetja in posle, sem najbrž podedoval od deda,« pripoveduje Uroš Gorjanc. Franc Gorjanc je bil namreč trgovec z lesom in lastnik kamnoloma, žage, elektrarne in skladišča. Leta 1929 je kupil kranjsko Staro pošto, kjer so nekoč ustavljali poštni vozovi. Dogradil jo je v enega večjih in modernejših hotelov na Slovenskem. Po vojni so Staro pošto nacionalizirali, leta 1994 pa del vrnilo dedičem. Uroš Gorjanc jo je s postopnim odkupom vrnil v družinsko last. »Stara pošta je nekakšen simbol naše družine, saj potrjuje načelo, da lahko s trdim delom, vztrajnostjo in poštenostjo dosežeš vse. Pri tem projektu se je dedova dediščina oplemenitila s tistim, ker me je učil oče: da se dobro z dobrim vrača in da zmoreš vse, kar si želiš.«

Opogumljena z uspehom Stare pošte sta Uroš in Barbara začela širiti portfelj nepremičnin. Krovno podjetje družine Gorjanc je Jason, d. o. o., ki ga je Uroš z očetom Alojzom Jurijem ustanovil v devetdesetih letih. Sprva svetovalno podjetje je kmalu postalo družba za nepremičnine in drugo premoženje ter izhodišče za poslovne podvige družinskih članov.

Od komercialnega direktorja do (so)lastnika

Uroš Gorjanc je po študiju na Fakulteti za strojništvo sprva delal v podjetjih Iskra Telematika, Gorenjska Biro in Teol, leta 1993 pa se je kot vodja prodaje za maziva pridružil ekipi podjetja Olma. Čeprav se je podjetniška žilica v njem vse glasneje oglašala, si takrat še ni predstavljal, da bo Olma nekoč družinsko podjetje. Toda s postopnim odkupom delnic se je zgodilo točno to in danes je Olma v stoddotnem lastništvu družin Gorjanc in Dubokovič. »Bogate izkušnje pri proizvodnji maziv smo nadgradili s sodobno tehnologijo in robotizacijo. Danes z Olmo obvladujemo pomemben delež trga maziv v Sloveniji, proizvajamo maziva za druge blagovne znamke in laboratorijske meritve izvajamo tudi za zunanje naročnike. Proizvedemo tudi velik delež tekočine AdBlue,« pojasnjuje Uroš.

Ko poprime vsa družina

Stara pošta je medtem postala družinski projekt več generacij. Uroševa žena Barbara je bila sprva zaposlena kot profesorica nemščine in zgodovine na gimnaziji Škofja Loka. Ker so posli od Uroša terjali veliko časa in energije, je prevzela tudi večjo vlogo pri vzgoji otrok. Po dobrih

dveh desetletjih poučevanja pa se je tudi sama vključila v družinsko podjetje: s sinom Črtom sta prevzela vodenje kavarne Panorama v Stari pošti. Kako pa se spominja prvih korakov v poslovnem svetu? »Delo v šoli, torej poučevanje, težko primerjam s podjetništvom. Če si namreč navajen na konstanten urnik, vnaprej planirane sestanke in dogodke, se težko navadiš na podjetniški kaos, torej prilagajanju nenačrtovanim situacijam. Dobro in slabe plati pa so seveda tako v javni službi kot v zasebnem sektorju.« pripoveduje Barbara.

V poslovno areno stopi četrta generacija

Kavarna Panorama je bila torej podjetniški ognjeni krst tudi za sina Črta, inženirja strojništva in bodočega magistra ekonomije, saj se je pri tem projektu poslov začel učiti iz prakse. »Danes mi ni žal, da sem vstopil v svet podjetništva tako zgodaj, torej v času študija. Velikokrat sem namreč namesto prostega časa sedel v pisarni in se ukvarjal s problematiko lokala. Sem se pa ob tem naučil delati z ljudmi in voditi podjetje tudi v kriznih razmerah (obdobje covida).« o svojih poslovnih začetkih pripoveduje Črt Gorjanc.

Prav na Črtovo pobudo so se v družini leta 2022 odločili tudi za nakup večinskega deleža podjetja GALVANOTEHNIKA d.o.o., ki se ukvarja s cinkanjem materialov. V podjetju Črt pridobiva pomembne izkušnje tako na področju razvoja poslovanja kot vodenja zaposlenih, hkrati pa je to odlična priprava na vodenje zahtevnejših sistemov v lasti družine. O svoji vlogi v



Franc Gorjanc je leta 1929 je kupil kranjsko Staro pošto, kjer so nekoč ustavljali poštni vozovi. Dograbil jo je v enega večjih in modernejših hotelov na Slovenskem.

GALVANOTEHNIKA d.o.o. ter postopnem prevzemanju vse večje vloge v družinskih poslih pravi: »Galvanotehniko smo prevzeli, ker je ta dejavnost komplementarna naši največji dejavnosti v skupini. V podjetju imam proste roke, česar sem zelo vesel, saj s tem pridobivam na podjetniški samozavesti. Kljub temu pa mi je oče vedno na voljo za vse nasvete. Prihodnost vidim v domači skupini.«

Kraljestvo oljk in vina z rajskim razgledom na Piran

Poleg Olme Gorjančevi z družino Dubokovič skupaj pišejo še eno uspešno podjetniško zgodbo. Petinšestdeset hektarjev veliko posestvo Monte Rosso na Crvenem vrhu je s petdeset tisoč trtami, štirinajst tisoč oljkami, dva tisoč češnjami, šeststo mandljevci in figami pravi raj sredi prelepe istrske pokrajine. Ko bodo oljke in trte v polni rodnosti, bodo na posestvu pridelali preko trideset tisoč litrov oljčnega olja in več kot petdeset tisoč steklenic vina. Tako za olje kot vino že zdaj prejemajo priznanja in nagrade na mednarodnih tekmovanjih.

Zgodbo soustvarja tudi najstarejši sin Jan, ki za posestvo upravlja družbena omrežja. Čeprav je njegova prva strast glasba - dodiplomski študij je zaključil v Londonu, zdaj pa zaključuje dvojni magistrski študij na glasbeni akademiji v Trstu in deluje kot zborovodja - ga zanimajo tudi posli družinskega podjetja.



Uroš Gorjanc je po študiju na Fakulteti za strojništvo sprva delal v različnih podjetjih, leta 1993 pa se je kot vodja prodaje za maziva pridružil ekipi podjetja Olma.

“

Portfelj nepremičnin in zemljišč, podjetja Jason d.o.o., Olma d.o.o. in GALVANOTEHNIKA d.o.o., posestvo Monte Rosso ... Družina Gorjanc s svojimi posli ubira smer, ki jo nakazuje že njihov priimek: GOR.



Ker se v posle vse bolj vključuje že četrta generacija, so pripravili družinsko ustavo, kjer so določili ključne načine delovanja in temeljne vrednote, ki pravzaprav že od nekdaj odražajo DNK družine Gorjanc.



Monte Rosso degustacija vina in oljčnega olja.

Podjetje na kratko:

Podjetniški duh, pogum, raznolikost, priložnosti, odgovornost.

Tudi v domačem podjetju si je priložnost treba zaslužiti

Uroš in Barbara sta sinove od malega spodbujala k samostojnosti in odgovornosti ter jih vzgajala v duhu, da človek ničesar ne dobi na pladnju in da si je treba tudi priložnost v domačem podjetju zaslužiti. Vsi so v domačih podjetjih opravljali dijaška in študentska dela. Na resnejši vstop v poslovno arena sta jih pripravljala oziroma jih še pripravljata postopoma. »Želiva si, da bi sinovi razumeli, kaj pomeni odgovorno lastništvo, in da bi v njem videli priložnost tako za sedanje kot za prihodnje rodove,« pravi Uroš Gorjanc. Ker se v posle vse bolj vključuje že četrta generacija, so pripravili družinsko ustavo, kjer so določili tudi ključne načine delovanja in temeljne vrednote, ki pravzaprav že od nekdaj odražajo DNK družine Gorjanc: spoštovanje, stabilnost, podjetništvo, znanje in zdrav način življenja.

Kaj pa prinaša prihodnost? Mogoče ni odveč o tem povprašati najmlajšega člana družine, Bora, ki načrtuje študij tehniške smeri. Tudi on vidi svoje mesto v katerem od družinskih poslov? »Moj prvi cilj je čim bolj opraviti četrti letnik oziroma maturo in se seveda vpisati na izbrano fakulteto. Tudi jaz želim pomagati v domačem podjetju, kaj točno, bomo pa še videli.«

Uroš, Barbara, Jan, Črt in Bor Gorjanc

solastniki

Ime podjetja:	JASON, d.o.o.
Število zaposlenih (2023):	2
Čisti prihodki od prodaje (2023):	2,3 milijona €

MALALAN d.o.o. Ljubljana

Peter Malalan, direktor

Karmen Malalan, vodja nabave

Jure Malalan, vodja podjetja v Zagrebu

Tjaša Malalan, glavna oblikovalka nakita in kreativna vodja

Ivana Malalan, vodja draguljarne v Ljubljani in digitalizacije podjetja

Večnost, vtkana v ure in nakit

Podjetje Malalan je zgodba o vztrajnosti, prepleteni z ljubeznijo do nakita in časomerov, ki jo pripoveduje že tretja generacija družine. Temeljna beseda podjetja je večnost, njihov slogan Vaše sanje kujemo v večnost pa velja tudi kot zaveza, ki jo izpolnjujejo že tri četrta stoletja.

Draguljarna Malalan stoji v centru Ljubljane in je že sama po sebi vredna občudovanja, izdelki, ki jih najdemo v njej, pa sodijo v svetovni vrh urarstva in draguljarstva. Ukvarjajo se s prodajo prestižnih ur in nakita, so certificirani serviser najbolj eminentnih švicarskih urarskih hiš, v hiši pa imajo tudi zlatarski atelje, v katerem se rojevajo njihove lastne kolekcije nakita iz zlata in diamantov. Nabor urarskih in draguljarskih partnerstev so gradili skozi leta, postopoma. Danes je hiša Malalan partner svetovnim velikanom urarstva, kot so Rolex, Cartier, IWC Schaffhausen, ter prestižnih draguljarskih imen, kot so Pomellato, Pasquale Bruni, Messika. Njihova ponudba zajema kar 25 izjemnih blagovnih znamk.

Malalanovi so v prvi vrsti predani družinskim vrednotam, ki presegajo poslovne cilje. Oče Anton Malalan je tri sinove v posel vpeljal še na rodni Opčini. Najmlajši sin Peter, direktor podjetja Malalan v Ljubljani in Zagrebu, je skupaj s soprogo Karmen pred več kot dvajsetimi leti svoje življenje in delo preselil v Ljubljano, kjer sta začela svojo samostojno zgodbo o uspehu. Kasneje so poslovanje razširili tudi na Hrvaško, kjer imajo v samem centru Zagreba čudovito draguljarno z enako ponudbo. Danes je v zgodbo vključena že tretja generacija Malalanov - vsi trije Petrovi otroci Tjaša, Jure in Ivana.

Družina Malalan želi skozi svoje izdelke obuditi in ustvariti dragocene spomine, ki jih bodo lastniki cenili celo življenje. Zaposlujejo več kot 40 sodelavcev, ki skupaj z družino ustvarjajo v treh poslovalnicah - dve sta v Ljubljani in ena v Zagrebu, ki jo vodi sin Jure z ženo Natali. V svoje vrste si prizadevajo privabiti nove kakovostne in predane sodelavce, zaposlenih imajo 7 svojih urarjev in 7 zlatarjev, uvajajo in finančno podpirajo pa tudi mlade bodoče strokovnjake, ki se še učijo veščin urarstva.



“

Prodajamo čustven, dragocen družinski nakit, ki se prenaša iz generacije v generacijo in z leti postane neprecenljiv.

Peter Malalan,
direktor





Vsak uspeh podjetja Malalan je bil plod večletnega dela in velike mere potrpljenja.

Verjel v trdo delo in natančne roke

Malalanovi imajo dolgo in bogato zgodovino, ki sega v čas povojnega obdobja. Leta 1949 je Anton Malalan, ki je bil usposobljen urar, preuredil hlev in v domačih Opčinah pri Trstu odprl majhno urarsko delavnico. Poslovno okolje je bilo tedaj zelo zahtevno, a Anton je verjel v svoje trdo delo in natančne roke. »Oče je popravljajl ure na čisto svoj način. V prodajalni je čez dan mehanizme samo razdiral in čistil, zvečer pa jih je za domačo mizo ob radiu sestavljal,« se spominja Peter.

Družinsko podjetje je ob podpori Antonove žene Angelce raslo počasi, a vztrajno. Poleg popravljanja ur so se kmalu začeli ukvarjati tudi s prodajo ur in nakita, saj so želeli razširiti nabor svojih storitev. Malalanovi so se dokazali na zahtevnem trgu, kar jim je omogočilo, da so se začeli povezovati s prestižnimi blagovnimi znamkami.

Malalanova sta bila hkrati vizionarja in praktična. Svoje tri sinove sta vključila v svoj posel ter jim pomagala izbrati perspektivna poklicna področja. En se je izšolal za urarja, drugi za optika in tretji za draguljarja.

Leta 1992 je najmlajši od sinov, Peter, skupaj s soprogo Karmen, odprl prvo poslovalnico v Ljubljani. Sprva je bilo to zgolj razstavno okno, kjer so si ljudje lahko ogledovali kolekcije, nato pa nakup opravili na Opčinah. Leta 1998 se je Peter z bratoma poslovno razšel in naredil velik korak v tako v svojem življenju, kot tudi v življenju svoje družine - preselili so se v Ljubljano. Brata s svojima družinama še vedno živita in delata na Opčinah, Darko uspešno vodi draguljarno, Milko pa optiko, ki je zelo priljubljena tudi med Slovenci. Petrova soproga Karmen, po poklicu živinozdravnica, se tega časa spominja kot prelomnega: »Na začetku nisem bila prepričana ali naj se posvetim svojemu poklicu ali naj se pridružim podjetju. Kmalu sem ugotovila, da se v tem podjetju vse dela zelo srčno in to sem prepoznala

kot nekaj res dobrega, zato sem se vključila.« Karmen občutki niso varali in vsa leta je ostala nepogrešljiv del podjetja, kar ob treh odraščajočih najstnikih nikakor ni bil mačji kašelj. S Petrom sta tudi ta del opravila z odliko, saj so vsi trije otroci našli svoje poslanstvo in področje znotraj družinskega podjetja. Skozi leta so rasli, odprli še dve poslovalnici in zaposlili kar nekaj mladih urarjev, oblikovalcev nakita in prodajnih svetovalcev.

Osem let snubili Rolex

Vsak uspeh podjetja Malalan je bil plod večletnega dela in velike mere potrpljenja. Ena pomembnejših zgodb, ki jim je odprla vrata do mnogih sodelovanj, je dolgoletno prizadevanje za certifikat Rolex. Peter se spominja, kako je potoval v Švico in osem let vztrajno obiskoval sejme, kjer pa ni bil takoj uspešen. A vztrajnost se je izplačala. Danes so certificirani prodajni in servisni partner številnih prestižnih urarskih znamk kot so Rolex, Cartier, Breitling in Tudor. Sin Jure je certificiran za popravila prestižnih Rolexov, za kar je moral opraviti zahtevno usposabljanje v Švici.

Njihova predanost kakovosti se kaže tudi v vzpostavitvi servisa za stranke, ki z nakupom ure začnejo pisati dolgoletno zgodbo. Družina Malalan namreč skrbi, da se njihovi izdelki čim dlje časa ohranijo v popolnem stanju in kot taki prehajajo iz generacije v generacijo. Nakup dragocene ure ali kosa nakita vidijo kot posebno izkušnjo in dejanje, povezano s prelomnimi življenjskimi dogodki in ljubljenimi osebami. »Naš čar je brezčasnost; vse, kar prodajamo, bo čez 50 ali 60 let še vedno aktualno,« pravi Tjaša.



Malalanova sta bila hkrati vizionarja in praktična. Svoje tri sinove sta vključila v svoj posel ter jim pomagala izbrati perspektivna poklicna področja.

Trud, ki živi naprej skozi otroke

Družinsko življenje pri Malalanovih je prepleteno s poslovanjem. Za Karmen družina pravi, da ne opravlja vloge nabavnika ampak zakladnika, saj skrbi za nabavo nakita, odnose z dobavitelji in je pravzaprav hrbtenica podjetja.

Otroci so se skozi leta v podjetje začeli vključevati vsak po svoje. Tjaša, ki je študirala industrijsko oblikovanje, je danes v podjetju glavna oblikovalka kolekcij nakita in kreativni vodja. Sprva se je upirala družinski tradiciji, a kmalu ugotovila, da svet nakita in ur ni le površinski. »Veliko je prispeval oče, ki me nikoli ni silil v delo, a vendar me je vedno spodbujal, nekako izzival mojo kreativnost in mi skozi ta pristop pomagal najti način, da sem resnično vzljubila ta posel. Cenim njegovo mnenje; nanj se vedno lahko obrnem za nasvet, ko želim oblikovati nekaj drugačnega in svežega. Res ima oko za estetiko,« zaupa Tjaša.

Jure je začel v podjetju delati že med študijem ekonomije. V Italiji se je izučil za urarja, od leta 2016 pa vodi poslovalnico v Zagrebu, kjer tudi živi s svojo mlado družinico. Če bi imel na izbiro nakit ali ure, bi se, pravi, odločil za ure: »Kupec se z nakupom ure obdari in nagradi. Je kos moškega nakita, ki je neprecenljiv skozi leta.«

Najmlajša hči Ivana se je po končani srednji šoli sicer tri leta v Franciji šolala za slaščičarko, a je v podjetju prevzela vlogo vodenja draguljarne v Ljubljani, v zadnjih letih pa se poleg tega veliko posveča projektom digitalizacije podjetja in administrativne podpore.



Podjetje Malalan se ponaša s številnimi dosežki. Poleg certifikatov za prestižne znamke so razvili tudi lastno kolekcijo nakita Malalan, ki jo prodajajo v Sloveniji in na Hrvaškem.

“

Malalanovi letos praznujejo 75 let obstoja družinskega posla. Začetek v majhni urarski delavnici je prerastel v velik posel in partnersko sodelovanje z največjimi imeni prestižnega urarstva in draguljarstva, kot so Rolex, Cartier, Breitling in Tudor.



Leta 1949 je Anton Malalan, ki je bil usposobljen urar, preuredil hlev in v domačih Opčinah pri Trstu odprl majhno urarsko delavnico.



Leta 1992 je Peter Malalan skupaj s soprogo Karmen odprl prvo poslovalnico v Ljubljani.

Podjetje na kratko:

Družina, brezčasnost, tradicija, kakovost, zgodba.

Peter in Karmen se zavedata, da je pred njimi pomemben korak prenosa na naslednjo generacijo. Želita, da bi otroci v podjetju delali složno in skupaj nosili težo družinske dediščine. »Vidim, da najina zgodba in trud živita naprej skozi najine otroke. To mi daje moč in optimizem za naprej,« je ponosen Peter, ki še doda, da se bodo otroci lahko svobodno odločali o prihodnosti podjetja.

Prodajajo le naravne diamante

Podjetje Malalan se ponaša s številnimi dosežki. Poleg certifikatov za prestižne znamke so razvili tudi lastno kolekcijo nakita Malalan, ki jo prodajajo v Sloveniji in na Hrvaškem.

Odločili so se, da ne bodo prodajali laboratorijskih diamantov, ampak le naravne, saj verjamejo v trajnost. Peter poudarja, da njihovi naravni kamni nosijo zgodbo, ki se prenaša skozi generacije. »Izbira naravnih kamnov je za nas način spoštovanja okolja in dediščine našega poklica,« pove direktor. Pozorni so tudi na izvor kamnov, ki ne sme biti etično sporen. Njihovi dobavitelji diamantov so zato certificirani in vpisani na borze diamantov.

Trdnost in trajnost za nadaljnjo rast

Prihodnost podjetja Malalan je tesno povezana z digitalizacijo in uvajanjem novih tehnologij, ki bodo omogočile bolj učinkovito poslovanje in višjo raven kakovosti. Jure, ki vodi prodajalno v Zagrebu, pravi, da je digitalizacija ključna za njihovo nadaljnjo rast. Veliko vlagajo tudi v strukturo podjetja, interne postopke in organiziranost ter v kakovosten kader in optimizacijo delovnih procesov. »Želimo se prilagoditi sodobnim zahtevam trga, ne da bi pri tem izgubili svojo zgodovinsko vrednost,« pravi Jure.

Kljub prizadevanjem za modernizacijo podjetje sloni na tradiciji. Peter poudarja, da mora biti vsak izdelek izdelan z največjo možno mero kakovosti in natančnosti. Svojo poslovno filozofijo pojasni: »Ko sem ob kosilu prijel žličko za sladico, sem v njej hitro našel vzporednice z našim delom. To žličko zna narediti vsak, vsakodnevno proizvajati enako kakovostno žličko in jo potem še izboljševati - tega pa ne zna vsak.«

Peter Malalan

lastnik

Ime podjetja: **MALALAN d.o.o. Ljubljana**

Število zaposlenih (2023): **40**

Čisti prihodki od prodaje (2023): **13,5 milijona €**

MAROVT GROUP d.o.o.

Tomaž Marovt, lastnik in ustanovitelj skupine podjetij Marovt Group

Metka Marovt, lastnica in ustanoviteljica skupine podjetij Marovt Group

Pet povezanih podjetij, tri povezane generacije

Več kot 50-letna tradicija napredne proizvodnje. To je slogan skupine Marovt Group, ki pod svojim okriljem združuje savinjsko-zasavsko gazelo, podjetje Marovt, d. o. o., ob njem pa še MTEH, d. o. o., Inkolteh, d. o. o., Aklimat, d. o. o. in Enset, d. o. o. Zgodba danes sinergično povezanih specialistov s posameznih področij, ki segajo od visokokakovostnega kovanja, avtomatizacije, robotizacije in digitalizacije proizvodnje, izdelave dizajnerskih aluminijastih radiatorjev do ponudbe energetskih rešitev (s poudarkom na lastnih produktih in proizvodnji), se je začela s skromno obrtno delavnico.

Pod taktirko Tomaža in Metke Marovt, podjetnikov leta 2021, pa sta podjetje Marovt in Marovt Group zrasli v eno najhitreje rastočih slovenskih podjetij in trdno krovno skupino. In čeprav večina podjetnikov zagovarja strogo ločevanje poslovnega od zasebnega, je njun recept za uspeh ravno obraten, saj že več kot dve desetletji skupaj preživita tako rekoč 24 ur na dan. Tudi njuni trije otroci, Tijan, Mišel, Tim, so zrasli s podjetjem in se že aktivno vključujejo v njegovo delovanje.



“

Naša prioriteta je vsekakor ohranitev podjetja v družinski lasti, vendar ne za vsako ceno. Pomembno je, da lastništvo podpira rast in razvoj podjetja. Čas bo pokazal, kaj bo za podjetje najboljša pot naprej.

Tomaž Marovt,
direktor

MAROVIT[®]

MISSION FORGING





Pod taktirko Tomaža in Metke Marovt sta podjetje Marovt in skupina Marovt Group zrasli v eno najhitrejših rastočih slovenskih podjetij in trdno krovno skupino.

Po stopinjah staršev

Začetek izvirnega podjetja Marovt sega v leto 1971, ko je Oto Marovt, oče današnjega lastnika in direktorja, stopil na lastno podjetniško pot, čeprav klima podjetništvu takrat ni bila naklonjena. Ob ustanovitvi je v podjetje vložil vse svoje prihranke, zato ni bilo poti nazaj. Kljub številnim težavam in oviram, s katerimi se je srečeval, je vselej odločno zrl naprej. Začel je izdelovati odkovke, poskrbel za lastno orodjarno, v nekaj letih pridobil proizvodne prostore in dolgoročne stranke. V podjetje je bila vse od začetka, sprva ob redni zaposlitvi, vključena tudi Otova žena Olga, ki je skrbela za finance in knjigovodstvo.

Podjetniško in zasebno življenje družine Marovt je bilo torej tesno prepleteno že v prejšnji generaciji. Tomaž je bil že v zgodnjem otroštvu vključen v poslovne aktivnosti in izzive: »Vse to je vplivalo na moje odraščanje in pogosto sem moral osebne načrte prilagajati potrebam posla. A bile so tudi prednosti, denimo potovanja v tujino, ki so bila za tisti čas redka in zanimiva izkušnja.«

Preskok v drugo generacijo

Tomaž danes ugotavlja, da je bila odločitev o prevzemu podjetja »naravna in smiselna, saj sem že od malih nog čutil, da je to prava pot zame«. Tako je z lahkoto sprejel odločitev o študiju na Fakulteti za strojništvo na Univerzi v Ljubljani. Z očetom Otom in mamo Olgo so lep čas delali skupaj: »Prenos lastništva in direktorskega položaja se ni zgodil čez noč, temveč postopoma,« pripoveduje in dodaja, da so krmarili tudi skozi obdobje sočasnega lastništva obrtnega podjetja in družbe, lastništvo katere je prevzel leta 1999. »Starša sta se počasi umikala,« se spominja, »žal pa nam je načrte prekrizala mamina nenadna bolezen. Po njeni smrti se je oče umaknil iz operativnega poslovanja in prevzel vlogo mentorja.« Starša sta brezpogojno podpirala moje odločitve in mi pomagala začrtati tako poklicno kot zasebno pot,« dodaja.

Na prelomu tisočletja se je podjetju pridružila tudi Tomaževa žena Metka. Takrat, pravi Tomaž, je dom postal pisarna in pisarna dom: »Nisva več ločevala zasebnega od poslovnega življenja in tako živiva še danes, kar nama odlično ustreza in tega ne nameravava spreminjati.«

Družinsko lastništvo, a ne za vsako ceno

Tudi Metkini in Tomaževi otroci, sinova Tijan in Tim ter hči Mišel, so že od malih nog povezani z družinskim podjetjem in zdaj tudi že vsi vsaj projektno vključeni v posel. Vsi trije delijo ljubezen do športa, zaradi katerega so, tako pripoveduje Metka, »razvili delavnost, vztrajnost, disciplino in potrpežljivost, kar so neprecenljive vrednote tudi v poslovnem svetu«.

Tijan, ki je še vedno aktiven v profesionalnem smučanju, in Tim zaključujeta univerzitetni študij, hči Mišel je na podiplomskem študiju v ZDA, kjer vodi poslovanje na ameriškem trgu, pred tem pa je širila poslovno dejavnost na nove trge. Tim je po težki športni poškodbi razvil patentirano rehabilitacijsko napravo, s katero so se v podjetju poleg avtomobilske, letalske, obrambne in navtične industrije začeli spogledovati tudi z medicino. »Projekt razvoja rehabilitacijske naprave temelji na njegovih osebnih izkušnjah z rehabilitacijo po poškodbi, ki ga je pripeljala od invalidskega vozička do udeleženca svetovnih maratonov,« pojasnjuje Metka. Tijan se osredotoča zlasti na razvojne in inovacijske projekte, v podjetju pa je kot vodja oddelkov za promocijo in industrijsko oblikovanje zaposlena Tijanova partnerka Aneja. Ta odločitev je bila strateška, saj so v skupini Marovt Group dejavnost nedavno razširili s ponudbo izdelkov lastnih blagovnih znamk.

In četudi ima družinsko lastništvo svoje prednosti, saj v kriznih situacijah družina lažje stopi skupaj, ima tudi svoje pasti, zlasti ko je vključenih več generacij. Zato sta pri vprašanju lastniške strukture Tomaž in Metka precej pragmatična. »Naša prioriteta je vsekakor ohranitev podjetja v družinski lasti, vendar ne za vsako ceno. Pomembno je, da lastništvo podpira rast in razvoj podjetja,« poudarja Tomaž.

Neizogibne, a neprecenljive spremembe

Kot eno ključnih sprememb v delovanju podjetja Tomaž izpostavlja premik od »tradicionalnega 'obrtniškega' pristopa k bolj industrijskemu, digitaliziranemu in robotiziranemu«. Na ta način, pravi, se lažje soočajo tako s pozitivnimi kot tudi negativnimi izzivi tehnološkega napredka in modernizacije. Zaradi obojega sta se preoblikovali tudi njegova in ženina vloga, ki danes obsegata predvsem strateško usmerjanje. V duhu časa se v podjetju zavedajo pomena trajnostnega razvoja, pri čemer prihodnost vidijo predvsem v trajnostni transformaciji, ki zahteva vključitev vseh deležnikov. »Znotraj podjetja Marovt smo se že intenzivno lotili razvojnih načrtov, katerih izvajanje bomo usklajevali v naslednjih petih letih, da zagotovimo trajnostno in svetlo prihodnost,« pojasnjuje Metka. Pomembne korake so že naredili na področju energetske učinkovitosti, samooskrbe in optimizacije procesov.



Ena glavnih sprememb v podjetju in krovni družbi je bila sprememba mišljenja od tradicionalnega 'obrtniškega' do bolj industrijskega, digitaliziranega in robotiziranega.

NA STRANICAH STROJNO KOVAŠTVO

Z ZNANJEM IN ODLOČNOSTJO NAPREJ

Oto in Olga Marovt poznata pravo pot

Ob robu gozda, ki skriva pred pogledi in duši hrup, je na Stranicaх zrasla delavnica Ota in Olge Marovt. V njej s sedmimi delavci ustvarjajo kovaške, orodjarske in ključavničarske izdelke. Res lahko rečemo, da jih ustvarjajo, saj se vse izoblikuje doma – od zama-

si, do izdelane tehnologije, sami naredijo orodje, s katerim potem izdelujejo odkovke, ki jih še obdelajo. V zaključnem krogu lahko uredijo celo naročila. Tako verjetno tudi želja, da bi posamezne izdelke finalizirali, ni daleč od ureditve. Pri tako odločnih obetnikih, ki

znajo svoje znanje tako dobro uporabiti, je mogoče doseči skoraj vse. Tudi pretekla leta to dokazujejo.

Oto je vrsto let kot strojni tehnik preživel v Kovski industriji v Zrečah, kjer se je srečal s vsimi deli, vse do obratovnice. Kot so praviloma vsi začelniki, je bil tudi njegov samostojen začetek v kovaštvu skromen in tih. Toda majhna delavnica v Vitanju je imela pravega mojstra, ki je znal pomisliti potrošnikom, zlasti pa avtoindustriji prave odkovke. Po tem, ko so se preselili na Stranice, je delo kmalu zahtevalo še več rok in Oligino izdelavo drolnih kovinskih predmetov so pridružili kovaštvu. Tako je lažje voditi knjigovodstvo.

Danes izdelujejo zlasti strojno izdelane odkovke, pri katerih obdelujejo kakovitne materiale. Delo zahteva veliko točnost, vendar se to obrestuje. Odkovki iz njihove delavnice potujejo po vsej Jugoslaviji, največ v sodelovanju s rekaterskimi delovnimi organizacijami. Z Rudarskim elektroenergetskim kombinatom Velenje so na primer osvojili komplet hidravlični sistem za nadihalno opremo, z Železarno Štore sodelujejo pri izdelavi traktorjev in še ki lahko na-

ševali. Značilno je, da je pri njih vsako delo dolgočrno, vezano na večje serije. Vedo za koga in kaj bodo delali. Prilagodijo se skupno tako v kvaliteti kot v rokih. Pravzaprav je to recept za uspeh, za nekatere naraščanje naročil. Saj je bilo potrebnih skoraj deset let vestnega dela, da so si ustvarili pri velikih delovnih organizacijah polno zaupanje.

Kljub vsem dosežkom niso tujci problemi. Takšni, s kakršnimi se pač danes pri nas srečujemo. Material. Ne le, da je trži-

šče z njimi slabo oskrbljeno in je zaradi tega le z veliko večjimi napori mogoče doseči iste rezultate kot na primer tani, tudi kvaliteta ni prava. Materiali, ki jih pri nas ne izvozimo, so kar praviloma slabše kvalitete in iz njih je le težko narediti prvotne odkovke za izvoz. Veliko energije in odločnosti je treba vložiti v premagovanje teh težav.

Cprav pri Marovtovi namenajo toliko pozornosti tehnologiji in izdelkom, nikoli ne pozabljajo,

da jih delajo ljudje. Sedem delavcev je pri njih zaposlenih. Navadili so se svojega dela in vse kaže, da so se tudi dobro uveli. Vsi Upoštevajo pravice drug drugega, pri čemer jim pomaga tudi kolektivna pogodba. Tako imajo vsi kolektivni dopust julija in kar je tudi pomembno vsak dan toplo malico, ki jo pripravljajo na straniški osnovni šoli. Dobri delavci, dobi delovni pogoji in dobra organizacija dela so in zagotovo tudi bodo pri Marovtovi še godili srečo.



Olga in Oto Marovt pred delavnico na Stranicaх.



Delavnica je še potrebno razširiti, tako da bo prostor tudi za izdelavo orodja za rinka potrebna.

“

Ena glavnih sprememb v podjetju in krovni družbi je bila sprememba mišljenja od tradicionalnega ‘obrtniškega’ do bolj industrijskega, digitaliziranega in robotiziranega.

Začetek izvornega podjetja Marovt sega v leto 1971, ko je Oto Marovt, oče današnjega direktorja, stopil na lastno podjetniško pot, kasneje se mu je pridružila tudi žena Olga.



Pomembne korake so v podjetju naredili na področju energetske učinkovitosti, samooskrbe in optimizacije procesov.

Podjetje na kratko:

Robotizacija, sinergija, povezovanje, pragmatičnost, preplet družinskega in poslovnega.



Ker je usklajevanje vodenja petih podjetij zahtevno, postopoma že vzpostavljajo samostojne vodstvene strukture po podjetjih.



Izdelki podjetja Marovt se uporabljajo tudi v kirurgiji in na področju implantantov.

Strukturiran pogled v prihodnost

Krovna skupina Marovt Group je na dan 31.12.2023 ustvarila 43,6 milijonov prometa, od tega 68,8 odstotkov na tujih trgih, in je imela 227 zaposlenih. V prihodnosti si bodo prizadevali za čim boljši izkoristek sinergij podjetij ter zmanjšanje tveganja z razpršitvijo po različnih trgih in dejavnostih. Ker je usklajevanje vodenja petih podjetij zahtevno, postopoma že vzpostavljajo samostojne vodstvene strukture po podjetjih: »Te strukture bodo lahko v prihodnje vodili bodisi družinski člani bodisi zunanji strokovnjaki - odločitev bo temeljila izključno na sposobnostih in rezultatih posameznika,« pojasnjuje Metka. Tomaž pa dodaja: »Verjamem, da smo na pravi poti in da bomo s skupno odgovornostjo in zavedanjem o pomenu podjetništva uspešno prebrodili vse izzive ter nadaljevali z rastjo in razvojem.«

Metka in Tomaž Marovt

solastnika

Ime podjetja: **MAROVT GROUP d.o.o.**

Število zaposlenih (2023): **227**

Čisti prihodki od prodaje (2023): **43,6 milijonov €**

METALIKA d.o.o.

Igor Arh, lastnik in prokurist

Katarina Uršič, zaposlena v administraciji ter računovodstvu

Lovro Arh, vodja priprave dela

Vito Arh, študent, zadolžen za prodajo in delno tudi nabavo

Metalika: z lesnimi izdelki opremljajo mega jahte

Metalika je posavsko podjetje, ki združuje tradicijo, inovativnost in predanost družinskim vrednotam. Danes je podjetje specializirano za opremljanje notranjih prostorov velikih ladij in jaht, nišna usmerjenost pa jim je prinesla tudi tržni uspeh in rast. »V zadnjih šestih, sedmih letih se bolj vključujemo še v segment opremljanja mega in super jaht, kjer poleg izdelave pohištvo še zmontiramo, zraven pa smo razvili še kompletni inženiring in svoj projektni menedžment,« pravi lastnik podjetja Igor Arh in doda, da lahko projekt sami izpeljejo od začetka do konca. Uvajajo tudi industrijo 4.0 in svojo inovativnost dokazujejo z drznim produktom Nautilus Sleeping Pods - kapsulami za spanje na ladjah.

Na domačem trgu neposredne konkurence skoraj nimajo, saj v Sloveniji obstaja le še eno podjetje, ki se ukvarja z izdelavo podobnih izdelkov. Njihovi glavni trgi so Nizozemska, Nemčija, Italija in Finska, kjer je konkurenčnih podjetij bistveno več. Rast podjetja se odraža tudi v številkah. V zadnjih petih letih so prodajo povečali za skoraj 70 %, pri čemer so celoten prihodek ustvarili na tujih trgih, od Španije do Rusije. Omeniti velja tudi, da je dodana vrednost v lanskem letu znašala 59.677 evrov na zaposlenega, kar je skoraj 40 % nad povprečjem dejavnosti.

Svoj uspeh opisujejo kot kombinacijo tradicij in sodobnih pristopov - gre namreč za družinsko podjetje, pri katerem dediščino mizarstva vodi že četrta generacija. Vsem v družini je pomembno, da podjetje ostane močno vpeto v lokalno okolje in da hkrati gradi na mednarodni prepoznavnosti.





“

Podjetništvo je res način življenja, to ni floskula. Cela družina je, hočeš nočeš, vpeta v to.

Igor Arh,
lastnik in prokurist



Prvo mizarско delavnico v družini je odprl Igorjev praded, tam okrog leta 1902.

Niso želeli izdelovati kuhinj in sob, odločili so se za ladje

Zgodba Metalike se je uradno začela leta 2002, ko je inženir lesarstva Igor Arh postavil temelje podjetja s fokusom na izdelavi notranjih elementov za ladje. Že od vsega začetka je bil njegov cilj preseči klasične lesarske dejavnosti in poiskati svojo nišo na trgu. »Nisem želel biti vezan na gradbince in izdelovati kuhinj ter sob kot vsi ostali. Po razmisleku smo prišli do ladij, kjer sem imel svojo vizijo in začel iz nič,« se spominja. Prvi projekt so izpeljali brez lastne proizvodnje, z organizacijo dela po različnih delavnicah. Lastno proizvodnjo so zagnali marca 2003 na 300m² v najetih prostorih, leta 2005 pa so proizvodnjo preselili v lastne prostore v Sevnici in od takrat naprej postopoma povečevali število zaposlenih - danes jih imajo 32.

Sinova Lovro in Vito sta odraščala z Metaliko. »Lesarskega posla verjetno nisva prvič videla v podjetju, ampak kar doma, kjer smo imeli par strojev, na katerih sta delala oče in dedek. Kot otroci smo si rezali igrače ali kakšne modelčke bark iz lesa,« pove Lovro, ki trenutno zaključuje magistrski študij lesarstva in je vodja priprave dela. Tudi Vito je, tako kot Lovro, svojo pot v družinskem podjetju začel s študentskim delom v proizvodnji že v srednji šoli. »Proti koncu srednje šole sem se prestavil v nabavo, danes pa sem zadolžen za kalkulacijo in prodajo ter del nabave,« razloži Vito, ki trenutno v Milanu študira projektni management.

V podjetju je zaposlena tudi Igorjeva partnerka Katarina, ki skrbi za administracijo in kadrovske zadeve. Večinoma dela od doma, saj imata z Igorjem poleg dveh sinov še tri hčerke. »Pravijo da žena podpira tri vogale v hiši, moja podpira tri in pol. Omogoča mi, da lahko delam in vodim svojo podjetniško vizijo ter mi nudi podporno okolje,« pove Igor.

Prvi zasnovali spalne kapsule za potniške ladje

Metalika se je uveljavila kot specialist za nišne rešitve v navtiki, kjer združuje vrhunsko mizarstvo z naprednimi kompozitnimi materiali in inženirskimi pristopi. Prvi na svetu so zasnovali spalne kapsule za potniške ladje, ki so že našle svoje mesto na več ladjah. Poimenovali so jih Nautilus Sleeping Pods in so kombinacija praktičnosti ter estetike. »Opazili smo, da bi se trend kapsul iz hostlov in hotelov lahko preselil tudi na ladje,« razloži Igor. Doda, da so jih lastniki ladij prvo leto na sejnih gledali, češ »kaj so to ene škatle«. Zanimanje za tovrstne spalne kapsule se je postopoma povečevalo in letos so jih kupile štiri ladje, tri že plujejo, eno pa končujejo. »Imamo izdelek, ki je morda malo pred svojim časom. Na nas je, da ugotovimo, kako ga kar najbolje tržiti,« razmišlja Igor.

Posebnost Metalike je tudi uporaba vrhunskih materialov in sodobnih tehnologij. Svoje izdelke prilagajajo zahtevam naročnikov, kar pomeni, da je vsak projekt unikatni. »Na koncu je vedno najbolj pomembno to, kaj želijo

kupci od nas. To diktira tudi smer, v katero se bomo razvijali kot podjetje,« pojasnjuje Lovro.

Sinova sta se nad delom v podjetju navdušila postopoma

Delovanje v družinskem podjetju prinaša tako prednosti kot izzive. Čeprav se trudijo ločiti delo od družinskega življenja, se o službenih temah pogosto pogovarjajo celo pri kosilu. »Ločujemo posel in zasebno življenje, čeprav so v resnici naša življenja kar preveč povezana s poslom,« pove Igor.

Prenos poslovanja na naslednjo generacijo je proces, ki ga v Metaliki izvajajo preiščeno in postopoma. Lovro ter Vito sta vsak na svojem področju že zelo aktivna in sta ključna stebra prihodnosti podjetja. »Sinova delata na polno, še jaz včasih dobim pospešek od njunih novih idej,« je ponosen oče. Poudarja, da jima dela v podjetju ni nikoli vsiljeval, prav tako jima ni nikoli postavljajl pogoja, da morata delati v družinskem podjetju. »Sam nisem nikoli



Podjetje ponuja vajeništvo, podeljuje štipendije, zaposluje lesarje in nasploh veliko sodeluje z mladimi.

“

V zadnjih petih letih so prodajo povečali za skoraj 70 %, pri čemer so celoten prihodek ustvarili na tujih trgih, od Španije do Rusije.



Posebnost Metalike je uporaba vrhunskih materialov in sodobnih tehnologij. Svoje izdelke prilagajajo zahtevam naročnikov, kar pomeni, da je vsak projekt unikaten.

Podjetje na kratko:

Tradicija, inovativnost, kakovost, povezovanje, nišnost.

čutil kakšnega pritiska; mislim, da sva se oba z bratom postopoma navdušila nad tem delom. Vse skupaj nama je čisto naravno,« pove Vito.

Igor se dobro zaveda pomena delitve dela, zato se je leta 2019 umaknil iz direktorske pozicije. Kot lastnik in prokurist je še vedno ključno vpleten v podjetje, vendar je določene vidike vodenja zaupal Matjažu Kitku, ki na direktorskem mestu ostaja do danes.

Dolenjsko-posavska gazela 2024 je ...

Metalika je letošnja prejemnica prestižne poslovne nagrade gazela dolenjsko-posavske regije, ki jo medijska hiša Dnevnik podeljuje najhitreje rastočim podjetjem v Sloveniji. Igor Arh je bil lani nominiran tudi za Podjetnika leta in na koncu prejel priznanje Podjetniški vzor 2023: »Vesel sem, da smo bili nominirani, biti med petimi najpodjetniki v Sloveniji, je zelo lep rezultat. To pomeni, da smo bili boljši od povprečja.«

Poleg odličnih poslovnih rezultatov podjetje že vrsto let aktivno sodeluje z lokalnimi izobraževalnimi ustanovami, podeljuje pa tudi štipendije. Veliko vlagajo v mlade, saj jim je prenos znanja na nove generacije zelo pri srcu. Mladim želijo predstaviti sodobno tehnologijo v lesarstvu, ki ni sinonim le za težko fizično delo. »Trudimo se, da bi dobili šolano delovno silo, ki jo potem do konca izpilimo. Počasi nam uspeva, a smo v to vlagali vsaj deset let dela,« razloži direktor.

Vlaganje v zaposlene bo ena ključnih prioritet

V prihodnosti se podjetje želi osredotočiti na nadaljnjo digitalizacijo in optimizacijo procesov. »Naš glavni cilj je optimizirati in nadgraditi naše znanje in ga kar se da uspešno prenašati na mlade,« pravi Vito. Prav tako je njihov cilj povečati obseg projektov na ključ in hkrati ohraniti visoko fleksibilnost ter kakovost. Trenutno imajo, kot veliko ostalih podjetij, težave s pridobivanjem kadra. Dodatno želijo okrepiti sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami in še naprej podeljevati štipendije ter predstavljati svoj poklic preko vajeništva, v okviru katerega sodelujejo s ŠC Krško-Sevnica in ŠC Novo mesto. V naslednjih letih želijo še več vlagati v zaposlene in ljudem približati njihov način razmišljanja ter dela.

Ker nimajo tipskega izdelka, bodo tudi v bodoče morali skrbno spremljati trg in se prilagajati potrebam, ki jih ta narekuje. »Spalna kapsula bi lahko štela

kot naš tipski izdelek, ampak je vseeno zasnovana tako, da jo lahko stranki prilagodimo,« razloži Igor. Svojo prilagodljivost obravnavajo kot prednost, ki igra ključno vlogo pri razvoju in tem, da se stranke vračajo.

Podjetje Metalika je zgled, kako lahko drznost, predanost in družinska povezanost pripeljejo podjetje do mednarodnega uspeha.

Igor Arh

lastnik

Ime podjetja:

METALIKA d.o.o.

Število zaposlenih (2023):

32

Čisti prihodki od prodaje (2023):

5,8 milijona €

RLS d.o.o.

Janez Novak, ustanovitelj in direktor
Matija Novak, direktor

Prvaki merilnih sistemov

Velikost ni merilo pomembnosti. Družinsko podjetje RLS Merilna tehnika po besedah direktorja in ustanovitelja Janeza Novaka »izdeluje majhne stvari, ki običajno končajo v velikih«. RLS je slovensko podjetje z 290 zaposlenimi, njihove senzorje pa najdemo v različnih industrijah, vključno z robotsko, medicinsko in celo vesoljsko tehnologijo. Senzorji namreč omogočajo natančno merjenje položajev in premikov, kar je ključno za nadzor hitrosti, kota in drugih parametrov v številnih visoko tehnoloških napravah. 95 odstotkov svojih prihodkov ustvarijo v tujini, predvsem na trgih EU, ZDA, Japonske, Kitajske in Južne Koreje.

Podjetje iz Komende je že več kot tri desetletja sinonim za inovacije v merilni tehniki in naprednih senzorjih. Izdelujejo senzorje pomika in zasuka, ki jih prvenstveno najdemo v robotih in kolaborativnih robotih v proizvodnji, uporabljajo pa se še v e-mobilnosti in vesoljski industriji, kjer so vgrajeni v satelite. Lansko poslovno leto so sklenili z 9-odstotno rastjo in dodano vrednost na zaposlenega v višini 101.210 evrov. Podjetje zaznamuje družinske vrednote, sodelovanje z mednarodnimi partnerji in organizacijska kultura, ki združuje odgovornost, ustvarjalnost in močno pripadnost lokalnemu okolju.

Vajeti podjetja, ki je ime dobilo po svojih izdelkih, rotacijskih in linearnih senzorjih premika (rotary and linear motion sensors), danes prevzema sin Matija Novak, Janez pa ostaja s podjetjem povezan kot svetovalec in nadzornik.



Rast pride organsko.
Tudi jaz sem v tem
podjetju, v Sloveniji,
zrastle.

Janez Novak,
direktor



URLS
JANEZ



URLS
MATIJA





Najprej so v RLS izdelovali naprave za industrijo, kmalu pa so se preusmerili v razvoj merilnih inštrumentov za zaznavanje premikov in magnetnih senzorjev.

Podjetniški preboj v negotovih časih

Leta 1989, v času ko je v Jugoslaviji vladala visoka inflacija in so bile gospodarske razmere negotove, je Janez, sveže poročen in z otrokom na poti, dal odpoved v Iskri in nekaj mesecev kasneje odprl svoje podjetje. V času, ko so se dinarji še menjali za marke, je začel pisati svojo podjetniško zgodbo. Čeprav je podjetje ustanovil skupaj z nekdanjim sodelavcem iz Iskre, sta se kmalu strinjala, da bo Janez podjetniško pot nadaljeval sam. Najprej so v RLS izdelovali naprave za industrijo, kmalu pa so se preusmerili v razvoj merilnih inštrumentov za zaznavanje premikov in magnetnih senzorjev. »Razmišljal sem o tem, kako bi lahko stvari boljše naredil. Povezal sem se s fakulteto za elektrotehniko in skupaj smo začeli z bolj naprednimi senzori in integriranimi vezji za priklop teh signalov,« pripoveduje ustanovitelj.

Eden prvih preskokov se je zgodil, ko so v RLS razvili sistem za zaznavanje premikov magneta, inovacijo, ki jo danes najdemo v mnogih industrijskih aplikacijah.

Z zanesljivimi partnerji do gazeljih skokov

Na prelomu tisočletja se je Janez na enem od sejmov srečal z Davidom McMurtryjem. Ideja je dala idejo in rodilo se je partnersko sodelovanje z angleškim podjetjem Renishaw, ki je ob Janezu Novaku tudi solastnik podjetja RLS. Da gre za resnično vzajemen odnos, ki združuje koristi za oboje, potrjuje Janez: »Imamo sinergijo na trgu, imamo podobne kupce, delimo pa si tudi prodajno mrežo.« Tako Janez kot Matija ocenjujeta, da sta si podjetji podobni, da se lahko pri marsikateri stvari Komendčani zgledujejo po njih in da so jim večkrat tudi referenčna točka, a kljub temu v RLS stvari optimizirajo in naredijo po svoje. Čeprav mednarodno povezan, RLS ostaja trdno zasidran doma. Sodelovanje prepletajo tudi z drugimi: veliko se povezujejo z univerzami, kar jim omogoča še hitrejši razvoj. Ta je bil zadnja leta skokovit, gazelji bi lahko rekli, saj so med številnimi nagradami in priznanji, ki so jih doslej prejeli, leta 2015 postali tudi zlata gazela – najhitreje rastoče podjetje v Sloveniji.

Z vlaganjem v razvoj in inovacije postavljajo trdne temelje za prihodnost, ki je, po številkah sodeč, še naprej svetla. Lani so namreč ustvarili 44 milijonov prihodka, čisti dobiček pa je znašal 7,95 milijonov evrov.

Skrbeti nas mora, ko izzivov ne vidimo več

Janez je ves čas skrbel, da njegovi otroci - poleg Matije ima še tri hčere - niso čutili moralne obveze, da nekoč morajo delati v podjetju. Pri izbiranju kariernih poti sta jim z ženo puščala proste roke. So bili pa otroci ves čas nekako v stiku s podjetjem. »Bili smo zraven, risali logotipe, kopali pesek pred podjetjem in pomagali tlakovati dvorišče - ampak to je bilo bolj za hec,« se spominja Matija. Slednji je v podjetju opravljal tudi študentsko delo v proizvodnji, bolj kot to pa ga je pritegnilo poslovno upravljanje. Zanimala sta ga tako tehnologija kot posel. Ker družinsko podjetje uspešno združuje oboje, se je Matija po študiju ekonomije in začetku študija na fakulteti za elektrotehniko zaposlil v RLS, ki ga danes tudi operativno vodi.

Prenos vodenja na drugo generacijo je potekal postopoma in z veliko očetove podpore. Janez, ki pravi, da je podjetniško pot začel skromno in tudi pri »najbolj umazanih opravilih«, se je vedno zavedal, da bo moral podjetje nekega dne prepustiti, a nikoli ni razmišljal o prodaji podjetja. Matija, ki je v podjetju videl kombinacijo napredne tehnologije in poslovne priložnosti, je predajo štafetne palice od očeta videl kot veliko čast in hkrati odgovornost za

prihodnost podjetja. »Podjetje je živ organizem. Ves čas se spreminja, vedno so izzivi. Pred tridesetimi leti so bili drugačni, kot so danes. Takrat je bilo podjetje manjše, imelo je okrog 20 zaposlenih, zdaj pa jih je že slabih 300,« razmišlja Matija in dodaja, da nas mora skrbeti takrat, ko izzivov ne vidimo. Krmarjenje med izzivi je Janezu, tako Matiji, ves čas odlično uspevalo, saj je »skozi leta vedno videl, kaj podjetje potrebuje za uspešen razvoj in nadaljnjo rast.«

Zavezani napredku, rasti in sodelavcem

V RLS-ju zase pravijo, da so vključujoči in da je za njih naravno, da stremijo k napredku. »Naše gonilo je, da vedno hočemo nekaj več,« poudarja Matija. Med zaposlenimi spodbujajo čut za odgovornost. V podjetju imajo tudi dobro razvito managersko ekipo, ki je strokovna, izkušena in kompatibilna s kulturo, ki jo želijo graditi in ki v ospredje postavlja zaposlene.

Zato svojo energijo vlagajo tudi v ustvarjanje takšnega delovnega okolja, kjer se vsakdo počuti cenjenega in motiviranega za prispevanje k uspehu podjetja. Janez pripoveduje, da so od nekdaj »gradili na osnovi tega, da je vsak, ki je kaj znal, prišel zraven in prispeval.« Poudari, da so vedno spodbujali ustvarjalnost med sodelavci in z njimi tudi delili dobiček.



Eden prvih preskokov v podjetju se je zgodil, ko so v RLS razvili sistem za zaznavanje premikov magneta, inovacijo, ki jo danes najdemo v mnogih industrijskih aplikacijah.



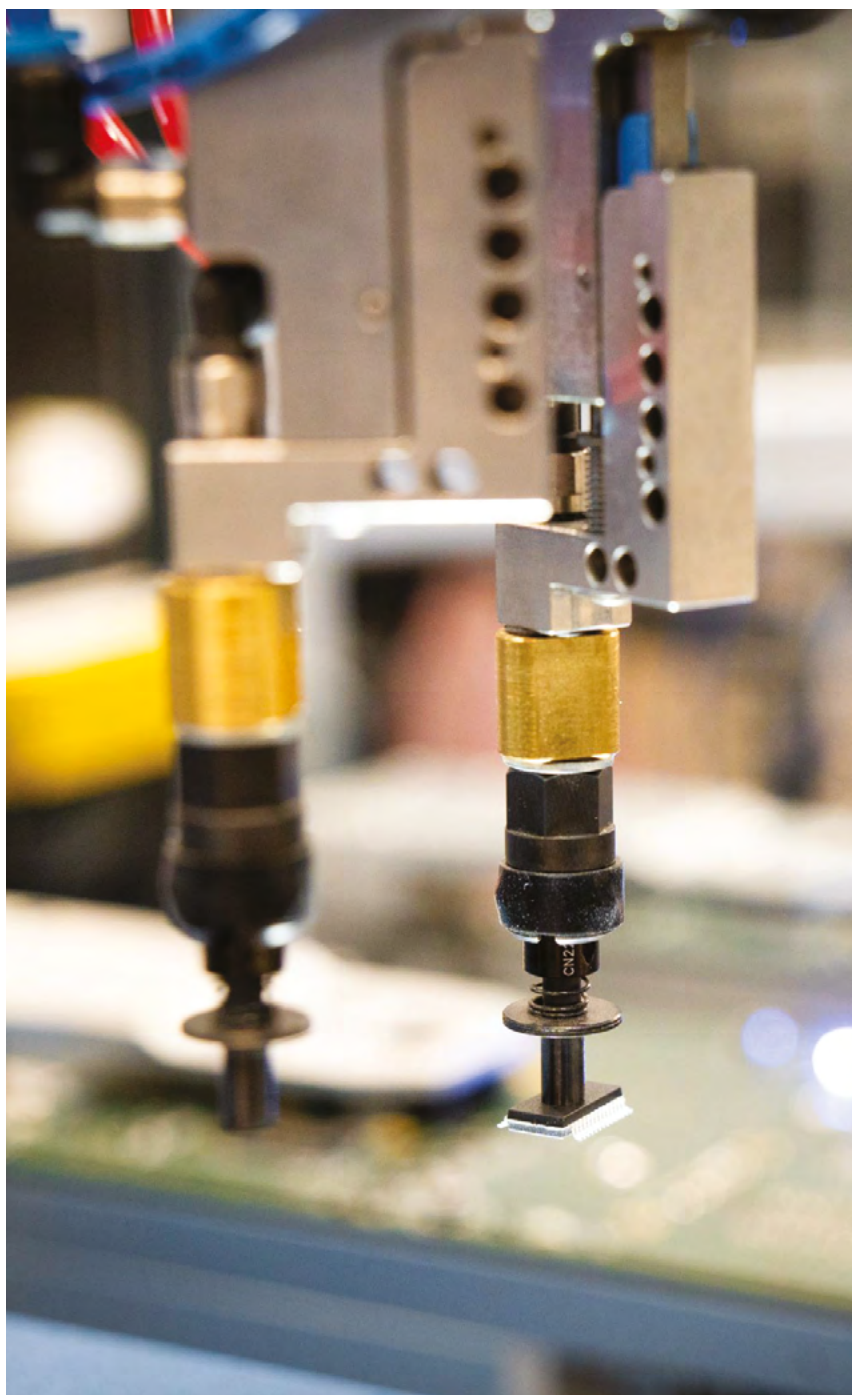
Med zaposlenimi spodbujajo čut za odgovornost oz. »sense of ownership«. Tako vsak ve, za kaj je zadolžen in se čuti odgovornega, da to delo uspešno opravi.

“

95 odstotkov svojih prihodkov RLS ustvari v tujini, predvsem na trgih EU, ZDA, Japonske, Kitajske in Južne Koreje. Na te trge so zakorakali tudi s pomočjo dolgoletnega partnerja, britanskega podjetja Remishaw.



Veliko sodelujejo s fakultetami, na Fakulteti za elektrotehniko so denimo opremili laboratorij, kjer študentom ponujajo strokovne izzive, kar podjetju omogoča še hitrejši razvoj.



Utrinek iz proizvodnega obrata.

Podjetje na kratko:

Inovacije, razvoj, partnerstvo, zaupanje, lokalnost.

Lokal patrioti, ki stavijo na kakovost, inovativnost in odličnost

Podjetje RLS namerava še naprej rasti in se širiti tako na obstoječih kot novih trgih. Matija, Janez in njuna ekipa se zavedajo, da živimo v hitro spreminjajočem se svetu in da morajo, če želijo ohraniti finančno stabilnost, ostati inovativni. Vodenje podjetja danes prehaja v roke mlajše generacije, vendar pa Janez ostaja vpleten kot mentor in svetovalec, kar zagotavlja, da bo podjetje še naprej ohranjalo svoje temeljne vrednote in tradicijo družinskega podjetništva. »Podjetje je finančno stabilno, imamo dobro izhodišče, močno tehnologijo in dobre stranke,« komentira Matija.

Eden izmed njihovih številnih zanimivih projektov je razvoj tehnologije za uporabo v vesoljskih satelitih, kar kaže na to, da njihovi senzorji niso omejeni le na 'zemeljske' aplikacije. Osredotočajo se tudi na širjenje prodajnih aktivnosti na nove trge, kjer je robotizacija v porastu.

Kljub globalnim uspehom, ostajajo z nogami trdno doma. »Slovenija nam je veliko dala, zato želimo tudi mi nekaj vrniti. Smo 'lokal patrioti' in ponosni, da zaposlujeemo ljudi iz naše okolice,« pove Matija, ki verjame, da lahko kot slovensko podjetje še naprej rastejo in prispevajo k razvoju lokalne skupnosti.

RLS Merilna tehnika tako ostaja podjetje, zavezano inovativnosti, družinskim vrednotam, lokalnemu okolju in trajnostnemu razvoju. Sledijo svoji viziji ustvarjanja inovativnih in visokotehnoloških rešitev na področju senzorike in cilju ostati globalni igralec na področju merilnih tehnologij ter nadaljevati razvoj inovacij, ki bodo prispevale k rasti avtomatizacije in digitalizacije industrijskih procesov. Njihova zgodba pripoveduje, kako se je podjetje z organsko rastjo zasluženo povzpelo med vodilne svetovne inovatorje na področju merilnih sistemov.

Janez Novak

50% lastnik

Ime podjetja:

RLS d.o.o.

Število zaposlenih (2023):

290

Čisti prihodki od prodaje (2023):

44 milijonov €

ROBOTEHNIKA d.o.o.

Andrej Orovič, direktor in ustanovitelj

Marija Orovič, prokuristka

Jernej Orovič, solastnik, odgovoren za področje komercialne

Janja Orovič, odgovorna za upravljanje sistema za vodenje kakovosti in strateški management

Na obronkih Markovcev se skriva tehnološki biser

Na severovzhodu Slovenije stoji podjetje Robotehnika, ki že od ustanovitve leta 2007 strankam ponuja rešitve na področju CNC obdelave kovin in avtomatizacije ter robotizacije proizvodnih procesov. Sedež imajo v Novi vasi pri Markovcih, kjer trenutno tudi gradijo novo proizvodno halo. Danes zaposlujejo 47 ljudi, njihovi prihodki pa so v letu 2023 znašali skoraj štiri milijone evrov. Skoraj dve tretjini svojih izdelkov izvozijo, predvsem v nemško govoreče države in v ZDA, kjer jih stranke cenijo zaradi izjemne kakovosti in prilagodljivosti.

Direktor in ustanovitelj podjetja Andrej Orovič vodi podjetje s pomočjo družine, kjer vsak član prispeva svoj košček k uspehu. Poleg njega so v podjetju zaposleni namreč tudi žena Marija ter otroka Jernej in Janja.

Na začetku so se ukvarjali izključno s strojogradnjo. Hitro so ugotovili, da obstaja tudi potreba po CNC-obdelavi polizdelkov, so kmalu kupili prvi rezkalni stroj, ki so se mu kasneje pridružili še trije. Za družinsko podjetje je bilo prelomno leto 2017, ko so se preselili v nove proizvodne prostore, povečali zmogljivosti in okrepili ekipo. Takrat so tudi začeli z mehansko obdelavo delov za različne industrije, kot sta lesna industrija, transportna tehnika in hidravlika. Robotehnika je tako postala sinonim za inovativne rešitve in prilagojene projekte, kar podjetju omogoča stalno rast in razvoj na globalnih trgih. Njihova vizija je ohraniti vrednote družine in hkrati graditi podjetje, ki se bo tehnološko in trajnostno razvijalo, njihov glavni cilj pa si do leta 2028 zagotoviti mesto med najboljšimi tremi ponudniki rešitev s področja avtomatizacije v Sloveniji.



“

Kljub robotizaciji so v podjetju še vedno potrebni dobri delavci, brez tega tudi roboti ne delajo.

Andrej Orovič,
direktor





Podjetje Robotehnika strankam ponuja rešitve na področju CNC obdelave kovin in avtomatizacije ter robotizacije proizvodnih procesov.

Brez strahu, da ne bi uspeli

Andrej je svojo podjetniško pot začel z izdelovanjem raznih strojev, da bi si olajšal delo na kmetiji, ob enem je kmetijske stroje tudi popravil. Zato je leta 2007, ko je bil še redno zaposlen drugje, odprl svoje podjetje kot dopolnilno dejavnost. S takšnim tempom je delal vse do leta 2016. Žena Marija je spremljala moža in ugotovila, da je včasih delal tudi po 16 ur na dan. »Zdravje mu je začelo nagajati in rekla sem, da bo treba nekaj spremeniti,« se spominja Marija. To je bil povod, da je Andrej pustil redno službo. Pravi, da odločitev o samostojni poti ni bila težka: »Imel sem svojo skupnost strank, tako da je bilo dela dovolj. Strahu, da nam ne bi šlo, ni bilo.«

Najprej sta kupila parcelo in leto zatem zgradila prostore. Leta 2018 se je Andreju v podjetju tudi uradno pridružila še Marija. Sprva so se ukvarjali z manjšimi projekti, a ker se je kmalu pokazala potreba po CNC obdelavi polizdelkov, so postopoma povečevali svoj strojni park.

Robotehnika se je usmerila v mehansko izdelavo za končne kupce in dobila partnerja v Nemčiji, kar se je izkazalo za dobro potezo. Skozi leta so rasli in pridobivali nove stranke. »Začel sem po malem, nisem se veliko promoviral,« pravi Andrej in doda, da so ga stranke z zanimanjem kontaktirale same. Danes sodelujejo z več kot 20 različnimi podjetji, med katerimi so tudi globalni koncerni. 45 % strank prihaja iz Slovenije, 55 % iz tujine. Veliko stavijo tudi na lasten razvoj – vsakoletni dobiček namreč ponovno vlagajo v nakup strojev, opreme in v avtomatizacijo proizvodnje.

Vsak projekt je zgodba zase

V podjetju se osredotočajo na edinstven pristop do strank in optimiziranje rešitev za podjetja. Vsak njihov projekt je zasnovan povsem po meri naročnika, kar jim omogoča, da ustvarjajo rešitve, ki natančno ustrezajo potrebam stranke. Direktor Andrej poudarja: »Če kakovost ni na visoki ravni, se stranke ne bodo vračale.« Večji del dejavnosti v podjetju predstavlja CNC obdelava, vendar velik

poudarek dajejo avtomatizaciji proizvodnih procesov, saj ima to področje ogromen potencial. Avtomatizacija namreč vključuje skrajševanje rokov izdelave in zmanjševanje potrebe po rutinskem delu, s čimer lahko delavci prevzamejo naloge z višjo dodano vrednostjo, kar vodi k večji učinkovitosti.

Veliko stavijo na kakovost, ki jo zagotavljajo s konstantnim izobraževanjem zaposlenih, vlaganjem v vrhunske merilne naprave in vzdrževanjem ISO standardov kakovosti, za katere skrbi hči Janja. S tem izpolnjujejo želje in zahteve kupcev, dobaviteljev, zaposlenih in lokalnega okolja.

Decembra leta 2023 so zastavili novo vizijo in poslanstvo podjetja. Robotehnika pravzaprav temelji na vrednotah, ki izhajajo iz družine Orovič - strokovnost, trajnostna naravnost, usmerjenost v razvoj, prilagodljivost, požrtvovalnost in pripadnost. Te vrednote niso le njihov navigacijski sistem v poslovnem svetu, temveč so vtakane v družinsko jedro. »Tega se želimo držati kot podjetje in seveda tudi kot družina,« pravi Janja in poudari, da nič v podjetju ne bi bilo mogoče brez idej in vizije očeta.

Uspešno združujejo poslovne in osebne vezi

Seveda Hčerka Janja in sin Jernej sta že od majhnih nog vpeta v družinsko podjetje. »Vedno sva na nek način pomagala, če ne drugega je bilo treba delavcem skuhati čaj ali malico,« se spominja Janja, ki je sprva nameravala

študirati zgodovino, a se kasneje odločila za ekonomijo in management ter letos samostojno vodila postopek ohranitve ISO standardov, to so kakovostni industrijski standardi, v podjetju. Oba so poti nekako vodile v družinsko podjetje, kjer sta našla delo vsak na svojem področju. »Magistrirala bom iz projektne in strateškega managementa, kar je tudi koristno pri nas,« meni Janja.

Jernej bo doštudiral računalništvo, ki ga je zanimalo že od osnovne šole. V srednji šoli in med študijem je pomagal v Robotehnici in se nato odločil, da ostane v družinskem podjetju. »Računalniška izobrazba mi pri delu v podjetju pride zelo prav. Še posebej mi je pomagala, ko smo uvajali nov sistem ERP,« pravi Jernej.

Priprave na prehod na naslednjo generacijo že potekajo. Jernej ima že 25-odstotni delež v podjetju, ki ga je dobil, ko je dopolnil 25 let, enako načrtujejo tudi za Janjo. Je bila vključitev od nekdaj želja staršev? »Če zrastejo ob podjetju je to, da so vpeti v delo že od majhnega, prednost. Seveda pa ne gre pod prisilo,« poudarja Marija.

Robotehnika je družinsko podjetje v polnem pomenu besede, tu sta zaposlena tudi Jernejeva žena Maja in Janjin partner Tomaž. Robotehnika je zgled uspešnega sodelovanja med družinskimi člani. »Vsak ima svojo



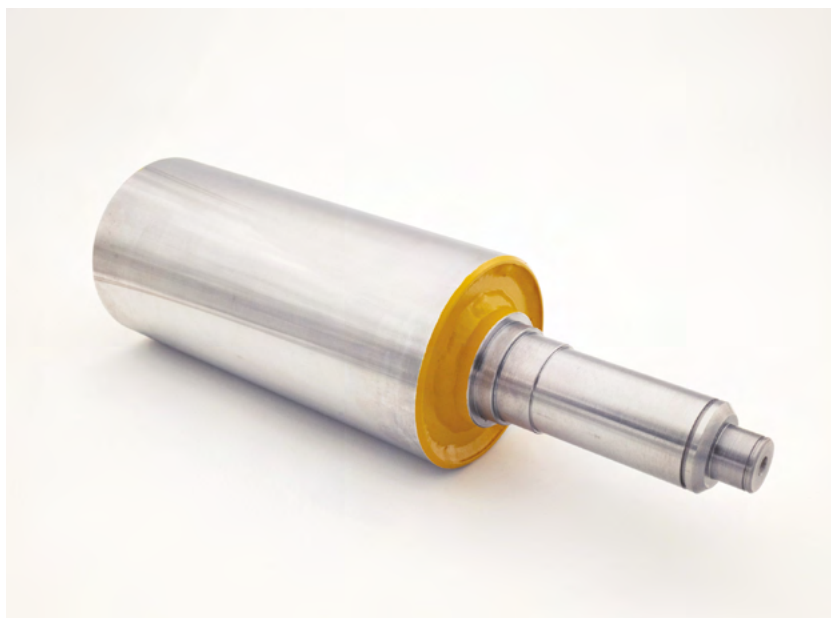
Leta 2022 so bili nominirani za Delovo podjetniško zvezdo in gazelo Podravske pomurske regije.



Leta 2017 so se s tremi zaposlenimi preselili v nove proizvodne prostore. Sedaj, sedem let kasneje, zaposlujejo že 45 sodelavk in sodelavcev.

“

Ena izmed njihovih odlik je nišna usmerjenost, potrebam stranke se prilagajajo na edinstven način, njihove rešitve pa so optimalne in kakovostne.



Robotehnika je prepoznana kot podjetje, ki jim je mar za družbeno odgovornost in trajnostni razvoj.



Veliko stavijo na kakovost, ki jo zagotavljajo s konstantnim izobraževanjem zaposlenih, vlaganjem v vrhunske merilne naprave in vzdrževanjem ISO standardov kakovosti

Podjetje na kratko:

Inovativnost, kakovost, pripadnost, avtomatizacija, nišna usmerjenost.

vlogo in naloge, kar nam omogoča, da se med delom ne vmešavamo v delo drug drugega,« razlaga Marija. Družina uspešno združuje in hkrati ločuje delo in zasebno življenje, kar Jernej povzame: »Včasih je težko ne govoriti o podjetju, a smo našli dobro ravnotežje. Nimamo pravil, kdaj se o delu govori in kdaj ne.«

Lastna elektrarna in čebelnjak

Robotehnika je prepoznana kot podjetje, ki jim je mar za družbeno odgovornost in trajnostni razvoj. Zadnja leta aktivno delajo na samooskrbi z energenti, nameščeno imajo svojo sončno elektrarno, uporabljajo električne viličarje, imajo minimalno odpadno emulzijo, prav tako pa ponovno uporabijo pakirne škatle. Pri svojem delovanju tako zmanjšujejo svoj odtis, kar dokazuje okoljski standard ISO 14001. Da bo njihova prihodnost še bolj trajnostna, razmišljajo tudi o nakupu hranilnikov energije in električnih dostavnih vozil, poleg tega pa so pred sedežem podjetja postavili panje za čebele in lani pridelali 150 litrov medu, ki ga razdelijo v podjetju in uporabljajo kot darila za stranke.

Podjetje se ponaša tudi z več nominacijami in priznanji. Leta 2022 so bili nominirani za Delovo podjetniško zvezdo in gazelo Podravsko-pomurske regije, kar potrjuje njihovo kakovost in uspešnost.

Fokus na avtomatizaciji in robotizaciji

Vizija podjetja je osredotočena na nadaljnjo avtomatizacijo proizvodnih procesov. Tega se lotevajo z robotizacijo in digitalizacijo proizvodnje, kjer so v proizvodni proces uvedli proizvodno celico s tremi CNC-stroji in robotom za posluževanje. Kupili so tudi dodatne robote, s katerimi povečujejo produktivnost in razbremenijo zaposlene. Druga smer digitalizacije sta bili uvedba celovite informacijske programske opreme, ki je podjetju olajšala izvedbo notranjih procesov, ter uvedba avtomatskega planiranja in nabave.

Obsežna paleta projektov zahteva tudi več sodelavcev. »Na žalost moramo včasih celo zavrniti stranke; po eni strani se želimo širiti, po drugi strani se ne moremo, ker ne dobimo zelenega specifičnega kadra,« pojasni Janja. Zaposleni k njim na delo prihajajo tudi iz sosednje Hrvaške. Kakšne sodelavce imajo in kakšnih si želijo? Po besedah Jerneja je pomembno, da so prilagodljivi, samoiniciativni in iznajdljivi: »V manjših podjetjih ne delaš osem ur istih stvari, ampak delaš malo tega, malo onega.«

Andrej in Jernej Orovič

solastnika

Ime podjetja:	ROBOTEHNIKA d.o.o.
Število zaposlenih (2023):	47
Čisti prihodki od prodaje (2023):	3,8 milijona €

TULI d.o.o., Ljubljana

Danica Pleško, ustanoviteljica podjetja

Jože Pleško, prokurist - solastnik

Erika Pleško, direktorica

Jure Pleško, tehnični direktor

Urška Rubin, računovodstvo in administracija

Z drugo generacijo iz domače garaže v več kot 70 držav sveta

Z optimizirano spletno stranjo in vrhunsko uporabniško izkušnjo danes skrbijo za dobavo strojnih elementov po skoraj vsem svetu in v svoji panogi veljajo za vodilne. V več kot 72 državah pomagajo reševati zagate na področju ležajev, linearne in pogonske tehnike, z znanjem in bogatimi izkušnjami pa strankam ponujajo tudi svetovanje in tehnično podporo. Cilji, o katerih Danica Pleško, ustanoviteljica podjetja Tuli, ob skromnih začetkih v domači garaži ni niti razmišljala, se zdaj uresničujejo pod taktirko njenih otrok, Urške, Jureta in direktorice Erike.





“

Ko sem videla, da pokrivamo samo Slovenijo, sem rekla, da tako ne gre - mi moramo ven. Naš cilj mora biti, da bomo prodajali v vseh državah sveta. Danes pokrivamo 72 držav in se še širimo.

Erika Pleško,
direktorica



Eriki, Urški in Juretu, drugi generaciji, ki danes nadaljuje zgodbo družinskega podjetja, delo v Tuliju ni bilo nikdar odveč. Danica je na svoje otroke in njihovo delo zelo ponosna.

Kuha je včasih »trpela«

Danica Pleško je podjetje Tuli, d. o. o. ustanovila s sodelavcem Markom Hostnikom, katerim sta bila v času Jugoslavije zaposlena v Metalki. Strokovnjakinja za administracijo in strokovnjak za komercialo sta združila znanje in začela v garaži pisati zgodbo, ki se danes širi po vsem svetu. »Prvi prodajni program so bili samo ležaji, ker sta bila slovenski in jugoslovanski trg takrat dovolj velika,« pripoveduje ustanoviteljica.

Danici je bilo vse od začetka samostojne podjetniške zgodbe pomembno usklajevanje družinskih in službenih obveznosti: »To je bil preplet družine in 'firme', med delom sem poskusila še kaj skuhati. Včasih sem kaj tudi prismočila,« se spominja v smehu. »Ko so otroci še hodili v šolo, mi je bilo pomembno, da sem jim na razpolago.« V veliko oporo ji je bilo, da se je pri delu lahko zanesla na sodelavca.

Po njegovi upokojitvi se je podjetju pridružil tudi njen mož Jože Pleško, ki se je do takrat ukvarjal z lastno dejavnostjo, prevozništvom. »Na začetku je partnerski odnos malo trpel. Ampak uspelo nama je in zmagali smo, da je lahko podjetje zdaj tam, kjer je,« iskreno pripoveduje.

Podmladek, ki je odraščal z ležaji

»S kar dvema podjetjema na domačem pragu so Daničini otroci zelo kmalu pridobili delovne navade: »V delo smo jih hitro vključili, saj je bilo vedno treba urediti kakšne papirje, pospraviti poslovni prostor ... S tem so rastle,« pojasnjuje Danica. V smehu se spominja, kako so se na suverenost hčerke Erike, današnje direktorice, odzvale stranke: »Ko sem šla od doma, sem ji povedala, da bo prišla stranka, vendar še nismo dogovorjeni, katere ležaje bo vzela. Ko je stranko povprašala, kaj točno želi, je ta kar debelo gledala, češ desetletni otrok me sprašuje o ležajih.«

Eriki, Urški in Juretu, drugi generaciji, ki danes nadaljuje zgodbo družinskega podjetja, delo v Tuliju ni bilo nikdar odveč. Kot pravi Urška: »Včasih smo morali poleti pomagati tudi na kmetiji in delati na vrtu. Tako smo hitro ugotovili, da je boljše delati v senci s papirji.« Erika pa dodaja: »Ko si otrok, misliš, da tako pač je, zdi se ti normalno, ne razmišljaš, kako je v drugih družinah. Treba je delati, to je tvoj vsakdanjik.«

Tuli nikoli ni bil breme - zdaj pa je velika priložnost

Kljub zgodnji povezanosti s podjetjem svoje prihodnosti v njem kot otroci še niso videli, prav tako pa se to od njih ni pričakovalo: »Mama je vedno rekla, da noče, da je Tuli breme - da je to njen projekt, mi pa naj si ustvarimo svoja življenja,« pojasnjuje Erika, ki se je podjetju pridružila po sedemletnem raziskovanju sveta. Pritrdi ji tudi Jure, inženir strojništva: »Kot bolj tehnični tip sem bil jaz še najbližje temu, da bom ostal doma, vendar nikoli nisem čutil bremena pričakovanj ali pritiska.« Spominja se trenutka, ko se je po zaključku študija pridružil ekipi: »Odločil sem se, da svojo pot začnem v domačem podjetju, in če v dveh letih ne naredimo napredka, bom svojo pot nadaljeval drugje. Uspelo nam je in še vedno sem tukaj.«

Najstarejša hči Urška se je na področju administracije sprva deset let kalila v drugem večjem podjetju: »Nisem bila srečna, saj dela ni bilo mogoče usklajevati z družino. Ko je družinsko podjetje zrastle, sta me brat in sestra povabila v ekipo, saj so potrebovali nekoga, ki zna s papirji. Vesela sem, da sem se jima pridružila.«

Časi in poslovanje se spreminjajo

Ena prvih vrednot, ki jih je Danica prenesla na otroke, je bilo postavljanje stranke na prvo mesto: »Marsikdo je kdaj pozvonil tudi v soboto, nedeljo. Otroke sem vedno učila, da je treba biti ustrežljiv, saj si za to nagrajen,« se spominja. Erika hitro doda: »Mama je vedno rekla, da stranke, ki je prišla z odprto denarnico, res ne bomo poslali drugam.«

Vendar so se časi spremenili - zdaj je kdaj treba znati reči tudi ne, česar si prej niso upali: »Če se ujameš v to zanko, da vedno rečeš da, ni uspeha. Potem prihaja do reklamacij, slabe volje, podre se sistem,« ugotavlja Erika.

Danes pred začetkov vsakega projekta najprej preverijo, ali je skladen z njihovimi vrednotami. V podjetju na prvo mesto postavljajo odnose, inovativnost, uspeh, prilagodljivost in odgovornost. Da so njihove vrednote zares zaživele, jim je pomagala Tanja Skaza, Plastika Skaza d.o.o ter Skaza IP in ustanoviteljica Inštituta Skaza, ki je postala njihova



S pomočjo digitalizacije in avtomatizacije so na poti k temu, da ustvarijo najboljšo izkušnjo za stranke.

“

Ključ uspešne predaje podjetja je bilo zaupanje, ki sta ga starša imela v znanje in sposobnosti svojih otrok.



Danica Pleško je podjetje Tuli, d. o. o. ustanovila s sodelavcem, s katerim sta bila v času Jugoslavije zaposlena v Metalki.



Danici je bilo vse od začetka samostojne podjetniške zgodbe pomembno usklajevanje družinskih in službenih obveznosti.

Podjetje na kratko:

Strojni elementi, spletna trgovina, odnosi, stranke v središču, zaupanje.

mentorica. »Prej smo mislili, da moramo vse narediti takoj in v enem dnevu. Tanja nam je rekla, da mail lahko počaka tri ure, da plačila lahko opraviš le enkrat na teden, da si moraš nujno vzeti tiho uro za delo. Dala nam je pomembna znanja, da smo lahko uvedli spremembe, ki jih prej nismo upali,« se hvaležno spominja Urška.

Druga generacija je seveda marsikaj zastavila na novo, vsi pa se strinjajo, da je prenos med prvo in drugo generacijo potekal gladko: »Z možem sva podjetje predala z velikim zaupanjem. V odločitve otrok se nisva vtikala, saj sva vedela, da imajo veliko znanja in da so odgovorni.« Erika ji pritrjuje in dodaja: »Hvaležni smo mami, da se je tako odločila. Da sta z očetom izpustila vajeti.«

Šibkost so spremenili v prednost

Danica je na svoje otroke in njihovo delo zelo ponosna: »Na začetku s Tulijem nismo imeli velikih ciljev. Cilj so bile plače. Nismo stremeli k temu, da bi zadevo hitro nadgradili – to zdaj delajo otroci.« Danes izdelke distribuirajo že v 72 držav, za prodor onkraj slovenskih meja pa je odgovorna tudi Erikina popotniška duša, saj se ji je zdelo nesprejemljivo, da bi jih omejevale meje lastne države: »Sprva smo poslovne kontakte v tujini iskali s pomočjo močne volje, prilagodljivosti in gugljanja. Potem smo postavili spletno trgovino. V življenje jo je spravil Jure, to je njegov projekt.« Ko se je pridružil ekipi, je podjetje odločno zakorakalo na pot digitalizacije. »Gonilo naše rasti sta globalna in spletna prisotnost. Razvijamo spletno trgovino s strojnimi elementi z najboljšo uporabniško izkušnjo,« pojasnjuje Jure.

Največji preboj pa jim je uspel, ko so se povezali z velikimi skladišči v tujini. »Naročilo stranki z našimi papirji pošljejo oni, kar pomeni, da ni vmesne postaje v Sloveniji. Tako smo skrajšali roke dobave in zmanjšali stroške, s skrajšanjem poti pa tudi negativen vpliv na okolje,« je ponosna Erika, ki dodaja, da so »svojo največjo šibkost – to, da nimamo svojih zalog – spremenili v naš največji plus.«

Za okolje skrbijo tudi tako, da že lep čas sodelujejo z organizacijo Treecelet, ki v njihovem imenu po svetu sadi drevesa.

Prihodnost je v digitalizaciji in umetni inteligenci

In kaj jih čaka v prihodnje? V koraku s časom bodo dodobra izkoristili prednosti in priložnosti, ki jih ponuja umetna inteligenca: »Naš glavni projekt je lokalizacija spletne trgovine po državah in avtomatizacija procesov. V idealnem scenariju bomo enkrat v prihodnje samo še gledali, kako se naročila pošiljajo sama od sebe,« se pošali Jure. Da so na pravi poti, je potrdila tudi zmaga na prvem natečaju za B2B e-commerce projekt, ki ga je oktobra 2024 organiziral Časnik Finance.

Ambicioznosti navkljub pa ostaja z nogami trdno na tleh: »Skoraj vsaka država ima svoje zahteve pri dokumentaciji, pošiljanju ... Naši partnerji vedo, da se poskušamo vnaprej pripraviti na vse mogoče scenarije, zato so zadeve kompleksne – ampak gremo korak za korakom.«

Erika, Jure, Danica, Jože Pleško in Urška Rubin

solastniki

Ime podjetja: **TULI d.o.o., Ljubljana**

Število zaposlenih (2023): **7**

Čisti prihodki od prodaje (2023): **2 milijona €**

EY Slovenija in družinsko podjetništvo

EY Slovenija se zavedamo pomena družinskega podjetništva, zato se z veseljem udeležujemo dogodkov s tega področja doma in v tujini, delimo svoje znanje in izkušnje ter sklepamo nova poznanstva.

Družinska podjetja kot gonilna sila gospodarstva



01 Aprila 2024 je EY Slovenija svoje znanje in izkušnje delil na konferenci »Družinska podjetja kot gonilna sila gospodarstva«, ki jo je v Zagrebu organiziral Glas Poduzetnika. Mojca Emeršič, vodja svetovanja na področju družinskega podjetništva v EY Slovenija, je predstavila razmere na področju družinskega podjetništva v Sloveniji in naslovila nekatere izzive, s katerimi se družinska podjetja soočajo, kot je prenos lastništva in usposabljanje prihodnje generacije.

EY EMEIA Family Office srečanje



02 V maju 2024 smo se udeležili šestega EY EMEIA Family Office srečanja na Dunaju z naslovom »Pripravljenost uprave družinskega podjetja na prihodnost«. Program je vedno dobro obiskan, udeležijo se ga tudi nekatere najpomembnejše poslovne družine iz Evrope. Skupni letni promet vseh prisotnih podjetij iz 15 držav je znašal kar 60 milijard dolarjev.

Iz EY Slovenija se je dogodka udeležila Mojca Emeršič, vodja svetovanja na področju družinskega podjetništva, ki je s sabo pripeljala solastnika skupine G4, Gašperja Gregorčiča in Francija Gregorčiča ml., ter solastnika skupine Jagros, Aleša Jagra, in njegovo hčerko Uršo Jager, ki skrbi za področje računovodstva.

družinsko podjetništvo

Izid pete knjige o družinskem podjetništvu v Bolgariji



03 V septembru 2024 smo se v Bolgariji udeležili dogodka ob izidu nove, pete izdaje Knjige o družinskem podjetništvu, ki jo pripravlja EY Bolgarija. Dogodka se je kot gostja udeležila tudi Mojca Emeršič, vodja svetovanja na področju družinskega podjetništva v EY Slovenija, ki je predstavila izkušnje na področju svetovanja družinskim podjetjem pri prenosu na naslednjo generacijo oziroma oblikovanju tako imenovanih družinskih ustav.

Navdušeni smo, da tudi v Bolgariji pripravljajo svojo različico knjige o družinskem podjetništvu, saj verjamemo, da je pomembno, da družinska podjetja delijo svoje zgodbe in izkušnje. V EY Bolgarija so v projektu Knjiga o družinskem podjetništvu skupaj predstavili 42 podjetij, v EY Slovenija pa smo jih s to izdajo predstavili že kar 100.

Dobri temelji za globalno prihodnost



04 V januarju 2025 smo se udeležili letnega srečanja prevzemnikov in naslednikov podjetij, ki ga je pod naslovom »Dobri temelji za globalno prihodnost« organiziral SPIRIT Slovenija. Dogodka se je udeležila Mojca Emeršič iz EY Slovenija, ki je predstavila svoje izkušnje, ki jih je pridobila pri svetovanju družinskim podjetjem, skupaj s Črtom Gorjancem z Jason d.o.o. pa sta delila tudi praktično izkušnjo pri pripravi družinske ustave.

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

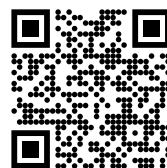
Naš izviren DNK model rasti družinskih podjetij vključuje odgovore in rešitve za vsa vaša osebna in poslovna vprašanja. Omogoča namreč prilagoditev naših osebnih poslovnih storitev vašim specifičnim potrebam z vidika upravljanja s kapitalom, trajnostnega razvoja, učinkovite davčne obravnave in ravnovesja 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 vprašanih nasledstva v kontekstu organizacijskih, davčnih, pravnih in drugih vidikov kot tudi pri drugih vidikih razvoja in (mednarodne) rasti.



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

- Dohodnina
- Davek od dohodkov pravnih oseb
- Davčne polemike
- Mednarodna vprašanja in transferne cene
- Upravljanje družinskega sklada

- Obvladovanje nepredvidenih dogodkov
- Družinska ustava
- Imenovanje vodstvenih kadrov, ki niso iz vrst družinskih članov
- Organizacija
- Združitve, sodelovanje in prevzemi

- Načrtovanje nasledstva
- Upravljanje prihodnosti podjetja
- Dedovanje in davek na dediščine in darila
- Prenos lastništva
- Navzkrižja interesov

- Upravljanje s kapitalom/denarnim tokom
- Bančne funkcije v družinskem podjetju
- Optimizacija portfelja
- Priprava napovedi denarnega toka
- Nakupi in odprodaje



- Ravnotežje med tveganji in priložnostmi
- Proaktiven odnos do tveganj
- Odločanje
- Varstvo vašega premoženja

- Uvajanje zunanjih oseb v družinski krog
- Pridobivanje talentov, ki niso iz vrst družinskih članov
- Motiviranje s spodbudami
- Upravljanje z vodstvenimi kadri
- Izgradnja blagovne znamke zaposlenih
- Mobilizacija delovne sile

- Trajnostni razvoj
- Družbena odgovornost
- Upravljanje z deležniki in trajnost poročanja
- Kultura podjetja
- Upravljanje organizacije

- Dolgoročni cilji
- Optimizacija tržnega dosega
- Učinkovito izpolnjevanje potreb strank

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

EY Growth Navigator™

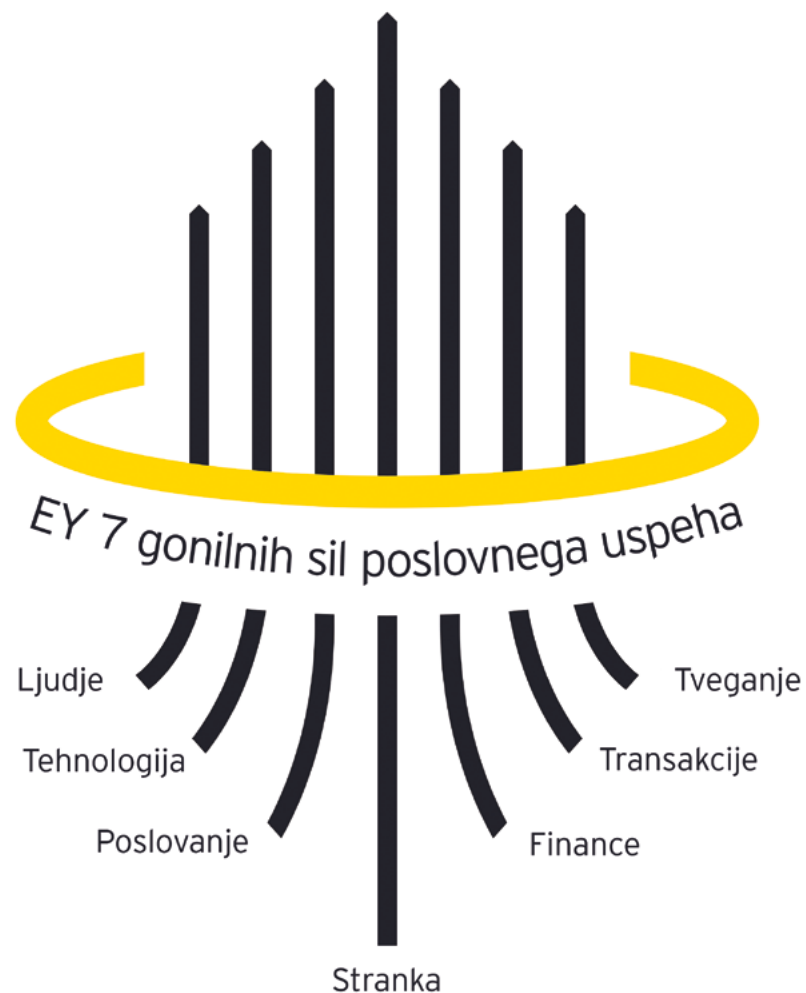
Pospešite razvoj in si zagotovite vodilni tržni položaj

Kadar podjetja razmišljajo o strategiji, navadno presojujejo 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 nov in 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

Pravočasna priprava podjetij na prenos lastništva predstavlja dobre temelje za globalno prihodnost

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

Družinska podjetja so gonilna sila slovenskega gospodarstva, saj pomembno prispevajo k njegovi stabilnosti in rasti. Njihov uspeh temelji na inovativnosti, trdnih družinskih odnosih, rasti, skrbi za lokalno okolje in zaposlene ter poslovanju na regionalnem in globalnem trgu.

Na SPIRIT Slovenija izvajamo številne aktivnosti za podporo družinskim podjetjem, s poudarkom na prepoznavanju izzivov prihodnosti. Posebno pozornost namenjamo vprašanju nasledstva, saj je prenos lastništva eden ključnih in pogosto zahtevnih korakov v življenjskem ciklu podjetja.

Prenos lastništva je kompleksen proces, ki vključuje finančne, pravne, organizacijske in psihološke vidike. Zato je nujna skrbna in načrtovana priprava. Ob koncu leta 2019 smo na SPIRIT Slovenija ustanovili Nacionalno točko za prenos lastništva, ki združuje podporne institucije za ozaveščanje in strokovno pomoč podjetjem na tem področju.

Namen Nacionalne točke za prenos lastništva je podjetnike spodbuditi k pravočasni pripravi na nasledstvo. Prek različnih aktivnosti ozaveščamo, informiramo, usposabljam in svetujemo podjetjem. Točka ponuja predavanja, delavnice in izmenjavo dobrih praks ter omogoča diagnostična svetovanja in dostop do nepovratnih sredstev za izvedbo prenosa

lastništva. Od njene vzpostavitve smo izvedli več kot 500 diagnostičnih intervjujev, 170 podjetij je prejelo vavčer za prenos lastništva, organizirali pa smo tudi več kot 100 predavanj in delavnic, ki so privabile več kot 4000 podjetnikov.

Celovite aktivnosti Nacionalne točke so spodbudile vse več podjetij k pravočasnemu začetku postopka prenosa, kar dokazuje, da dosegamo zastavljene cilje.

Za podporo dejavnostim, sofinanciranim z vavčerjem za prenos lastništva, smo vzpostavili bazo strokovnjakov in katalog usposabljanj za naslednike. Program vključuje finančno pomoč pri različnih oblikah prenosa lastništva in se osredotoča na specifične izzive prenosa med generacijami v družinskih podjetjih.

Ponosni smo, da pri promociji družinskega podjetništva sodelujemo z EY Slovenija, ki mednarodno prepoznavnost slovenskih družinskih podjetij krepi z vključevanjem v mednarodne programe in projekte. S podporo SPIRIT Slovenija so ta podjetja predstavljena tudi v knjigi Družinsko podjetništvo Slovenija, ki utrjuje njihov ugled doma in v tujini.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO



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

Utrinki iz pretekle izdaje



01 Uradna predstavitev knjige Družinsko podjetništvo Slovenija 2022. **02** Mojca Emeršič je otvorila slavnostni dogodek ob predstavitvi knjige Družinsko podjetništvo Slovenija 2022. **03** Družinsko podjetje VARIS Lendava je eden od vodilnih evropskih specialistov za razvoj in proizvodnjo gotovih kopalnic. **04** EY nagrado odličnosti za družinsko podjetje 2022 je prejelo podjetje VARIS Lendava. **05** Družinska podjetja in njihove zgodbe, združene v knjigi Družinsko podjetništvo Slovenija 2022. **06** Proslavljanje izjemnih dosežkov v družinskem podjetništvu.

Družinsko podjetništvo Slovenija 2024

Kontaktne informacije in avtorji

EY Slovenija

Janez Uranič

Direktor 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

Domen Zdravec

Vodja oddelka za strategije in transakcije, vodja oddelka za tehnološko svetovanje in vodja EY-Parthenon za osrednjo skupino v regiji CESA
domen.zdravec@parthenon.ey.com

Mojca Emeršič

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

Publikacija

Mojca Emeršič

Glavna urednica

Taja Gorjan

Urednica

Prevajalska agencija GORR

Prevodi

Taja Gorjan

Lektoriranje slovenskih besedil

Tsvetomil Ivanov

Grafično oblikovanje

Izdajatelj

Ernst & Young Svetovanje, d. o. o.

Dunajska cesta 111, Ljubljana
Slovenija

Maloprodajna cena publikacije
10,95 EUR

Naklada
550 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



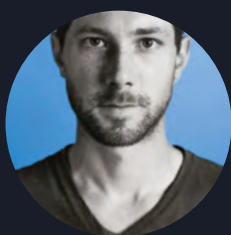
Jani Ugrin

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.



Andraž Jenkole

Profesionalni fotograf specializiran za fotografiranje izdelkov, hrane in portretov. Odlikuje ga strast do premagovanja kompleksnih kreativnih izzivov ter nenehno izboljševanje tehničnih in kreativnih pristopov. Poleg fotografiji se vse bolj posveča tudi video produkciji, kar mu omogoča ustvarjanje vsestranskih vizualnih vsebin za digitalne medije. Svojo kreativnost črpa iz raznolikih športnih aktivnosti, kot so kajtanje, kajak, kolesarjenje, potapljanje, snowboarding in letenje s jadralnim padalom.

Fotografije in avtorske pravice

Naslovna fotografija

Avtor: Valentin Valkov

DOBA Fakulteta

Avtorica naslovnega portreta je Urška Lukovnjak, druge fotografije pa so last avtorskih pravic DOBA Fakulteta.

DOM TRADE d.o.o.

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

GABRIJEL ALUMINIUM d.o.o.

Fotografije so last avtorskih pravic GABRIJEL ALUMINIUM d.o.o.

JASON, d.o.o.

Avtor naslovnega portreta je Andraž Jenkole, druge fotografije pa so last avtorskih pravic JASON d. o. o.

MALALAN d.o.o. Ljubljana

Avtor naslovnega portreta je Andraž Jenkole, druge fotografije pa so last avtorskih pravic MALALAN d.o.o.

MAROVTV d.o.o.

Fotografije so last avtorskih pravic MAROVTV d.o.o.

METALIKA d.o.o.

Avtor naslovnega portreta je Andraž Jenkole, druge fotografije pa so last avtorskih pravic METALIKA d.o.o.

RLS d.o.o.

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

ROBOTEHNIKA d.o.o.

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

TULI d.o.o., Ljubljana

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

Utrinki iz preteklih izdaj

Avtor vseh fotografij je Luka Svetič



Shape the future
with confidence

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.

© 2024 Ernst & Young Svetovanje, d.o.o., Slovenija
Vse pravice pridržane.

Zaščiten in zaupno. Prepovedano razmnoževanje brez pisnega dovoljenja.

ISSN 2385-9520



9 772385 952007