

# Leto začeli kot Matjaž, končali kot Hörmann Slovenija

LUCIJA KOLAR ARHIV PODJETJA

Leta 2019 so ustvarili nekaj manj kot 15,6 milijona evrov prometa, kar je največ doslej (leta 2018 nekaj manj kot 14 milijonov evrov). Letos so poslovali bolje od pričakovanja zaradi epidemije, a 10 odstotkov manj kot lani.

Podjetje Matjaž iz Petrovč bi letos praznovalo 30 let, potem ko je leta 2019 zabeležilo najuspešnejše leto v svoji zgodovini. Februarja pa se je lastnik podjetja Matjaž Goršek odločil, da se umakne ter podjetje preda in proda nemškemu koncernu Hörmann, sicer partnerju vseh trideset let delovanja. O tem, kaj pomeni zamenjava in kako je v posebnem letu 2020 poslovalo podjetje, ki ga je začelo pod imenom Matjaž, končalo pa kot Hörmann Slovenija, smo se pogovarjali z direktorjem v prvem in drugem obdobju delovanja Primožem Osetom.

»Naš lastnik Matjaž Goršek se je odločil, da se umakne ter podjetje preda in proda nemškemu koncernu Hörmann, ki je bil naš dobavitelj in partner vseh trideset let. Podjetje je prodal v zelo »dobri kondiciji«, saj smo vsa leta poslovali uspešno, zaposlovali vedno več ljudi. Danes



Z leve: Solastnik koncerna Hörmann Christoph Hörmann, direktor Hörmann Slovenija Primož Oset, vodja prodaje Hörmann za vzhodno Evropo Natalja Greenyer in nekdanji lastnik podjetja Matjaž Goršek



Hörmanov terenski servis v novi preobleki

nas je redno zaposlenih 80, če še dodamo pogodbene monterje, pa presežemo številko 100. Novi lastnik Christoph Hörmann je januarja ob obisku pri nas vsem zaposlenim povedal, da se uspešne zgodbe ne spreminja, in zagotovil, da bomo lahko delali tudi naprej z našo energijo in našim načinom dela, ki je tudi za koncern Hörmann navdihujoč. Konec leta lahko potrdim, da se lahko malo pošalim, da se sprememba vidi predvsem v barvi, saj smo sivordečo barvo zamenjali za modro, ter slogan »Ustvarjamo pozdrave« spremenili v »Hörmann Slovenija – ljubimo vrata«. V ostalo poslovanje pa se razen kontrolinga novi lastniki niso vmešavali,« je povedal Primož Oset, ki je sicer ocenil, da je prodaja podjetja v letošnjem letu primerna razmeram.

»Do pandemije je bila prodaja dobra. Potem strah in podobno kot leta 2009, so čez noč »utihnil« telefoni. Vsako krizo vidimo tudi kot priložnost in takoj smo dodelali način prodaje preko interneta. Tam smo dodali spletne asistente, ki so jih stranke lahko kontaktirale na več načinov, povečali oglaševanje preko tiskanih medijev, bili aktivni preko socialnih omrežij, sodelovali v oddaji Ambienti na TVS in podobno. Zelo smo pogrešali seje, saj se jih letno udeležimo vsaj pet. MOS v Celju je za nas poseben dogodek, kjer povabimo v Petrovče preko 500 poslovnih

iz različnih podjetij iz Slovenije, Hrvaške, Srbije, Avstrije in Nemčije. Dogodek nadgradimo z ogledom naše lepe Savinjske doline, obiskom naših malih pivovarn, ogledom hmeljarskega muzeja in seveda fontane piva. Vsako leto so vsi gostje zelo navdušeni in presenečeni, kaj vse ponuja naša Občina Žalec. Vsega tega letos ni bilo in se je tudi to poznalo na prodaji skozi leto. Po prvem valu epidemije smo imeli od junija dalje zelo dobro prodajo, a se trije meseci žal ne morejo nadoknaditi. A tako je v poslu, treba se je prilagoditi razmeram, ne čakati, kaj bo, ampak se pogumno spopasti z razmerami. Je pa res, da imamo srečo, da se ukvarjamo s takšno dejavnostjo, da lahko izvajamo določene storitve nemoteno ali z nekaterimi omejitvami, saj gradbeno dejavnost, pod katero spadamo, Vlada RS ni popolnoma ustavila.«

V podjetju so od vsega začetka pandemije sodelavce opozarjali, kaj morajo upoštevati, preden pridejo v podjetje, in kaj, ko so v podjetju. »Kjer je narava dela takšna, del sodelavcev dela od doma. Seveda pa na montaže, servisa, logistike in podobno ni možno delati na tak način. V pisarnah je samo ena oseba. Veliko predavalnico in sejno sobo smo »uporabili« tudi za sodelavce, da lahko delajo na primerni razdalji. Na delo prihajamo v časovnih zamikih, da ni druženja. Prezračujemo prostore, nosimo maske, razkužujemo

roke, se držimo razdalje, merimo temperaturo – skratka pazimo, kolikor se da, saj si usodo krojimo sami, da nam ne bo potrebno zapreti podjetja zaradi covid. Moram pohvaliti sodelavce, da smo »zaenkrat« dobro krotili virus in da proces dela poteka skoraj nemoteno. Kljub temu da so nekaj okužb v podjetju imeli, so se temu uspešno prilagodili in prebradili, čeprav težko, ker je vsako delovno mesto optimizirano. Vsaka odsotnost pomeni dodatno delo za druge zaposlene.

Tudi na začetku zastavljene cilje so zato nekoliko prilagodili novi situaciji, a leto bodo, kot ocenjujejo, vendarle končali bolje, kot je kazalo. »Aprila smo bili črnogledi, prestrašeni pred neznanim in tudi cilji so bili dani na stranski tir. Potem poleti, ko da ni bilo nič, z drugim valom pa ponovna streznitev in strah pred prihodnostjo. Leto 2019 je bilo za naše podjetje najuspešnejše v zgodovini poslovanja, saj smo dosegli 15,6 milijona evrov prihodka. Letos ocenjujemo, da bomo ustvarili 10 odstotkov manj. Ob dejstvu, da smo bili spomladi mesec dni »zaprti« in smo tudi sedaj, ko se pogovarjamo, zelo omejeni pri delovanju našega podjetja, bo rezultat zelo dober in cilj dosežen. Hvaležen sem svojim sodelavcem, da so zdržali vse te pritiske, strahove, negotovost in da bomo čez 2 tedna potegnili črto za še enim uspešnim letom.«

V leto 2021 vseeno vstopajo optimistično. »Jaz sem vedno optimist. Zadnja leta osvežujemo ekipo, novi sodelavci dajejo novo energijo, tisti, ki so z mano že veliko let, pa so pripadni, željni dela in pripravljeni na spremembe brez »cone udobja«, in to se vidi tudi na rezultatih. Sem zelo ponosen in hvaležen, da lahko vodim takšno ekipo sodelavcev. V načrtu imamo izgradnjo novega modernega skladišča v velikosti skoraj 3.000 m<sup>2</sup>, nadgradili smo poslovno-informacijski sistem, da bomo lahko uvedli tablično poslovanje, poskušamo digitalizirati čim več procesov. Vlagamo v zaposlene, saj le zadovoljni in srečni sodelavci lahko zadovoljijo pričakovanja naših kupcev in še bi lahko naštevali. Verjamem, da bomo iz te epidemije prišli boljše in močnejši.«