

A professional portrait of a middle-aged man with a receding hairline, smiling slightly. He is wearing a dark navy blue suit jacket, a white dress shirt, and a patterned tie with small, repeating geometric motifs. The background is a plain, light grey studio backdrop.

**Dober glas
seže v japonsko vas**

Barbara Perko, foto: Barbara Reya

Marjan Batagelj

POSTOJNSKA JAMA, d. d., Postojna

Zadovoljni korejski in japonski turisti so s pripovedovanjem o pozitivni izkušnji v Postojnski jami pripomogli k umestitvi osmega čuda sveta, kot jami pravi Marjan Batagelj, v njihove turistične aranžmaje.

Ste prvi, ki je nagrado GZS prejel že drugič. Kakšni so občutki?

To je nekaj zelo posebnega. Ne morem mimo prve, saj si v življenju najbolj zapomnimo predvsem prve stvari. Bila je priznanje, da ljudje opazujejo, kaj delaš in da se izjemnost poslovanja tudi nagraduje. Ko dobiš nagrado za gospodarski uspeh, si rečeš, to je to. Sam pa veš, da zaradi nje ne bo življenje nič bolj enostavno. Če sem prvič rekel, da mi je spremenila življenje, ne vem, kaj bo sedaj. Morda sporočilo mladim, da neke formule uspeha vendarle obstajajo. To niso stvari iz poslovnih učbenikov, ampak je uspeh nekako zapisan v nas samih.

Kakšno težo ima ta nagrada?

Izjemno. Zelo sem prizadet, ko kdo reče, da je bil ta kipec komu podeljen, ker ga je moral dobiti. Če bi kdajkoli začutil, da sem sam del tega, bi ga vrgel v smeti. Tako pa vedno, ko ga pogledam, izraža nek ponos. Če teh nagrad ne bo v Sloveniji, ljudje ne bodo dobili samopodritve od gospodarstva. Vsak, ki ima ta kipec, mora vedeti, da je nekaj naredil. Verjamem, da je bila nagrada vedno dana ljudem, ki so v tistem trenutku naredili nekaj več kot vsi ostali. Čas pa pokaže, ali so delali tudi prav, zato se jih tudi kritizira.

Dve nagradi. To pomeni, da je vaša formula uspeha pravilna. Bi nam jo lahko zaupali?

Vedno se trudim, da v življenju delam stvari drugače, kot bi jih običajno naredili drugi. Nalogo, ko je za večino opravljena, vedno začnem nadgrajevati. To je

proaktiven način razmišljanja v podjetniškem svetu, ki nam prinaša večno nezadovoljstvo. Čeprav nekaj naredimo dobro, se zavedamo, da je jutri to lahko narejeno še boljše.

Se spomnite trenutka, v katerem ste se zavedli, da ste uspešni?

Da, ko sem bil drugi na svetovnem prvenstvu v balinanju. Nagrada ti pove, kje si in te postavi v nek okvir delovanja. Ljudje, ki smo bili športniki, si vedno želimo še več od tega, kar smo dosegli. Si predstavljate športnika, ki si ne bi želel še enkrat zmagati?

Nominacija za nagrado European Business Award je še en dokaz, da dobro delate.

To je priznanje na evropski ravni, ne prihaja iz tega okolja. V nominaciji smo se osredotočili na naše poslanstvo, da je naravna vrednota dediščina človeštva in ne neke države, ne pa toliko na poslovne uspehe. Vsak, ki deluje v turizmu, mora prvenstveno razmišljati trajnostno. Izjemni poslovni rezultati so praviloma le posledica prvega. Žal pri nas v vizije in strategije podjetij zapišemo ravno obratno. Zato najbolj preziram tiste, ki pravijo, da je Postojnska jama ekonomska kategorija. Če bi bila, in žal so se v preteklosti mnogi do nje obnašali tako, potem jo moraš neskončno izkoriščati in je jutri ne bomo imeli. Ko upravljaš z naravno ali kulturno dediščino, ekonomski učinki ne smejo biti vodilo razvoja. Je pa res, da je to najlažje meriti. Očitno pa je, da se trajnostno razmišljanje bogato obrestuje.

Ima pa ta služba eno slabost. Zdaj niti enkrat na leto ne morem nikamor, ker vsi hodijo k meni.

POSTOJNSKA JAMA, d. d., Postojna

- V lanskem letu so imeli milijon obiskovalcev.
- V zadnjih treh letih so zabeležili skoraj 26-odstotno povečanje obiska oz. 29 odstotkov več tujih gostov, ki predstavljajo kar 94 odstotkov vseh gostov.
- Prodajni prihodki družbe so naraščali po 11-odstotni letni stopnji.
- Osnovni moto je »Delamo le, kar je dobro za jama in gosta«.
- V letošnjem letu bodo odprli hotel Jama ter gostom ponudili VIP izkušnjo in speleoterapijo.

Letošnji nagrajenci

Marketing ni to, kako bom jaz sredi Hongkonga predstavljaj Postojnsko jamo, ampak kako bo Hongkonžan, ki je bil tu, lepo govoril o Postojnski jami.

Pogosto se šalim, da imamo lahko kje spodaj še eno Postojnsko jamo.

Zakaj ste se odločili vstopiti v družbo Postojnska jama?

Čeprav sem v ta posel na začetku vstopal kot svetovalec pri nakupu, se je na koncu izkazalo, da sem edini zares verjel, da se da iz tega narediti nekaj velikega, kljub ne najboljšim ekonomskim kazalcem. Večina tistih, ki so se zanimali za nakup, je kasneje odstopila, saj niso dobili zagotovil, da bo naložba uspešna.

Kakšen je bil vaš cilj takrat?

Naš cilj je bil popeljati Postojnsko jamo na pota stare slave, jamo predstaviti kot to, kar je – največja turistična znamenitost Slovenije ter zame še vedno osmo čudo sveta. Držimo se tudi načela, da delamo samo to, kar je dobro za Postojnsko jamo.

Kako so vas ob prihodu v podjetje sprejeli zaposleni?

Skrbelo jih je, koliko jih bom odpustil. Kdo bo pa potem delal? Kdo pa pozna jamo bolje od njih? Stvari so se hitro umirile in šle v pravo smer. Ob mojem prihodu je bil na uniformah napis Turizem Kras in prva stvar je bila, da smo te uniforme vrgli v smeti in podjetje preimenovali v Postojnsko jamo. Rekel sem jim, da s tem izražamo svojo identiteto in odgovornost do jame. Ljubezen do nje so imeli v sebi že prej. Manjkal jim je samo pravičen odnos do gosta. Rekel sem jim, naj tak odnos, kot ga imajo do jame, imajo tudi do gosta. Spoštljiv in pozoren. Vsakega gosta se moramo razveseliti, ker mu s svojim delom lahko polepšamo dan. Včasih je dovolj že iskren pogled in nasmeh.

Pomembna je bila tudi odločitev za združitev ponudbe v okolici. Zakaj ste se odločili za to?

Vprašanje izvira iz kompleksa majhnosti Slovenije. Če svetovnega popotnika vprašaš, kaj je blizu, kaj daleč, bo govoril v stotinah kilometrov. Če vprašaš Slovenca, pa presoja po drevesih, ali rastejo skupaj ali narazen. Na območju 30 kilometrov imamo vse: Postojnsko jamo, Predjamski grad, Štanjel, Lipico, cel Kras. Globalnemu gostu moramo sporočiti, da je vse tukaj in vse tako zelo blizu. V tem se razlikujemo od držav, kjer moraš od ene znamenitosti do druge potovati z letalom.

Radi bi oblikovali turistični polmesec. Kako kmalu se vam zdi, da bi bila ideja izvedljiva?

Kritičen bom. Povezovanje je v slovenskem turizmu največkrat izrabljena beseda, ker povezovanje iščejo tisti, ki hočejo nekoga v turističnem razvoju izrabljati. Turistični polmesec je del turističnega razvoja, kjer so povezane izjemno močne točke - Bled, Ljubljana, Postojna, obala s Piranom - stvari, ki so jih turisti že priznali in kjer obstaja interes vseh, da bi to predstavili kot celoto. Popolnoma drugo vprašanje je, kdo si to sploh želi. Videti je, kot da je vsak zadovoljen na svojem vrtu. Za nas je ta vrt postal premajhen, zato smo dali to pobudo.



Josip Topolovec,
sodelavec, o Marjanu Batagelju

»Premalo gleda na svoje zasebno življenje.«

»Našega direktorja najbolje opišejo besede vztrajen, natančen in učinkovit. Pri njem najbolj cenim doslednost, organiziranost in predanost. Od drugih direktorjev se razlikuje po zahtevnosti in uspešnosti. Včasih pa mogoče malo premalo gleda na svoje zasebno življenje in zdravje. Besedi, ki ju največ uporablja, sta 'hočem' in 'fino'.«

T. K.

V zadnjih letih beležite rast obiskovalcev. Lani ste imeli milijon obiskovalcev. Raste obisk tujih gostov. Na kakšen način privabljate neevropske goste?

Ko smo prišli v podjetje, je bilo neevropskih gostov sedem odstotkov. Za cilj smo si zadali dvomestno rast. Danes jih je že 27 odstotkov. Iskali smo trge s turističnim potencialom, ki so naklonjeni obiskovanju Evrope in ki ne potrebujejo vize. Začeli smo delati na Japonskem in v Koreji po principu, naj se dober glas širi v deveto vas. Naše dobro delo je zaokrožilo med njihovimi turističnimi operaterji, ki so nas umestili v svoje turistične aranžmaje. Dober glas se že širi tudi na Kitajsko, Tajvan in Tajsko. Ameriški trg je zanimiv zaradi velikosti in močnega dolarja. Južna Amerika je tako kot Južna Afrika speči turistični trg. Upal bi si celo reči, tako kot arabski trgi. Imajo denar, ljudje želijo potovati in mi, ki delamo v turizmu, ne ločujemo ne barve kože ne kulture ne vere. Mi delamo za turista, ker je cena vstopnice za vse enaka.

Kaj novega boste letos ponudili gostom?

Najprej bomo ponudili VIP izkušnjo. Projekt, kjer bomo pokazali, kako gledati temo in poslušati tišino. Gre za izjemno doživetje, prikazano na zelo inovativen način. Ne gre za klasični turistični ogled, saj si jama sam razsvetljuješ in doživljaš njeno tišino. Tukaj gre za drugačnost, presenečenje, prvinskost. Druga stvar je speleoterapija, panoga, ki jo bomo razvili skupaj s hotelom, ki ga odpiramo junija.

Vsako leto nadaljujete z raziskovanjem jamskega sistema. Kako daleč ste?

Lani smo odkrili še štiri kilometre in prišli do 24.120 metrov. Kot geograf in krasoslovec vem, da bomo postojnski in planinski jamski sistem enkrat povežali, zato tudi financiram in podpiram raziskovanje podzemlja. Zame je čisto podzemlje odraz človekovega odnosa do okolja na površju. Bolj kot so onesnažene podzemne vode, bolj se človeška ribica umika v njegovo notranjost. Žal pa se o tem veliko govori, malo pa naredi.

Kaj bi ta potrditev pomenila za vas?

Poleg svetovne promocije, da smo preplavali tako dolg sistem in da imamo primat v podzemnem svetu, jasno sporočamo, da imamo Slovenci največ znanja o krasu. Drugo pa je, da imamo toliko znanja, da se od nas lahko učijo vsi. Pogosto pa se šalim, da imamo lahko kje spodaj še eno Postojnsko jamo.

Kdo je vaš vzor nasploh in kdo v poslovnem svetu?

Moji vzori izvirajo iz športa. Njihovo psihologijo, željo in pot do uspeha najbolj poznam. Petindevetdeset odstotkov je trdega dela in pet odstotkov talenta. Ko greš v telovadnico, delaš za nek cilj. Veš, da vsak trening pomeni napredovanje. Vedno lahko dosežeš še več. Moj pokojni trener mi je enostavno razložil življenje: vse je stvar tega, kako se jaz odločim. Lahko spiš ali tečeš. Če ne bi bilo športa, ne vem, kakšen človek bi bil.

Na kakšen način si v zelo kratkem času napolnite baterije?

Sploh nimam nikoli praznih. Dva dni dopusta si želim, tretji dan se že dolgočasim. Ali je sploh mogoče, da bi jih se človek z nekim dopustom, enkratno dejavnostjo, napolnil, če to ne počne iz dneva v dan z drobnimi stvarmi. To je tako kot pri nas v jami. Kapniki so nastali iz drobnih kapljic, ki kapljajo vsak dan že pol milijona let. Ima pa ta služba eno slabost. Pred nakupom Postojnske jame sem veliko potoval in z nakupom družbe sem mislil, da bom še več. Zdaj niti enkrat na leto ne morem nikamor, ker vsi hodijo k meni. Namesto da bi jaz šel k poslovnim partnerjem, pridejo oni k meni, ker vsi hočejo videti jamo in grad. gg

Več o nagrajencu



Formula uspeha:

Globalnemu gostu moramo sporočiti, da je vse tukaj in vse tako zelo blizu.

Iskali smo trge s turističnim potencialom, ki so naklonjeni obiskovanju Evrope in ki ne potrebujejo vize.

Tak odnos, kot ga imamo do jame, imamo tudi do gosta.