



Peter Prevc ne špara jezika

Stela Mihajlović, foto Barbara Reya

Tako o preizkušanju skakalnih smuči pravi Peter Slatnar, ki je od begunjskega Elana nasledil proizvodnjo. S prvimi rezultati testiranja je zadovoljen, povpraševanja po smučeh je veliko. Kakšen posel so pravzaprav skakalne smuči?

Peter Prevc je narodni junak. Kako je delati z njim?

Zelo dobro, ker brez ovinkarjenja pove tisto, kar je treba. Bodisi v pozitivno bodisi v negativno smer, ne 'špara jezika'. Včasih zna tako povedati, da v prvem trenutku ne veš, kako modro je spustil.

Tole s skakalnimi smučmi je lepa zgodba. Kaj vi vidite, česar Elan ne vidi?

Tu ne smemo govoriti o Elanu, kot o nekakšnem parkeljnu. Slovenski del Elana dobro vidi in se zaveda, kaj skakalna smučka pomeni za Slovenijo in Elan, ki je iz njih nastal. Novi lastniki pa tega ne morejo razumeti in kot poslovneži so izračunali, da je to zanje prevelik strošek, saj je Elan skakalne smučke delal samo za promocijo, ne za zaslužek. Na trgih, kjer hočejo biti najboljši, recimo v ZDA, Kanadi in Franciji, je skakalni šport premalo prisoten, da bi se ga splačalo

promovirati. Oni skakalne smučke ne bi uknili, če bi jih imeli namen prodajati denimo v Nemčiji.

Kakšne rezerve še vidite v smučki?

Rezerv je veliko! Prej sem pet let govoril, kaj na smučki ni dobro, sedaj pa je na nas, da pokažemo, kako narediti boljšo. Smučka je vedno nedokončana zgodba. Nekaj koristnih popravkov smo že vdelali, a nas čaka še veliko dela. Je pa res, da bi te izboljšave prej ko slej vdelali tudi v Elanu. Smučke sedaj drugače funkcionirajo. Vsi tekmovalci, ki so jih preizkusili, menijo, da so boljše kot prejšnje, z izjemo enega, ki je vmes precej zrasel, in so se mu povsem podrli občutki. Zanj bomo naredili nove smučke. Če med dvajsetimi samo enemu ne odgovarjajo, je to zelo dobro.

So skakalne smučki tudi tako regulirane s predpisi, kot denimo kombinezoni?

Nobene svobode ni pri smučkah. Od dizajna vrhnje ploskve in napisov do gladkosti zgornje površine. Zelo ozko in strogo so predpisani tudi vsi robovi, maksimalne mere, krivine, teže ... Špica nove smučke ima zaradi oblike dva kvadratna centimetra večjo površino in je sedaj taka, kot jo imajo smučki ostalih proizvajalcev, in ki jo predpisuje FIS. Tam imajo namreč nekakšno merilno napravo, ki jo nataknejo na špico in ta se mora povsem prilegati.

Smučka je vedno nedokončana zgodba. Nekaj koristnih popravkov smo že vdelali, a nas čaka še veliko dela.

Serviser je sedaj v domeni Smučarske zveze. Ali bo tako tudi naprej?

Serviser je tam, ker si ga trenutno ne moremo privoščiti. V tekmovalnem letu pomeni namreč kar velik strošek. Bomo videli, kako bo. Morda bomo v prihodnosti morali imeti svojega serviserja. Upam pa, da to ne bo potrebno, ker je bila slovenska ekipa sploh zadnja, ki je dobila svojega serviserja. Prej so fantje hodili od enega kontejnerja do drugega, da so tovarniški serviserji postorili, kar je bilo treba. Sedaj imajo svojega, kar se je izkazalo za zelo dobro in učinkovito. Tudi Smučarska zveza težko dobi denar, kljub uspehom celotne ekipe. Saj ima ponudbe za sponzorstva, ki pa so majhna, nekaj sto evrov, stroški programov pa ogromni. Že tako se vse dela na minimumu, kupijo le najnujnejšo opremo. K sreči imamo sedaj Planico, zato bodo morali tekmovalci le za nekaj dni na priprave v tujino.

Sedaj najemate Elanovo delovno silo in stroje. Ali jih nameravate v prihodnosti odkupiti?

Zagotovo jih bomo odkupili, opravlja se cenitev vrednosti. Odkupili bomo vse stroje za izdelavo skakalnih smuč, delali pa bomo še vedno v Elanu, ker je tam toliko znanja, v vsakem koraku postopka izdelave. Ko je treba, delavci pristopijo k izdelavi skakalnih smuč, ostali čas porabijo za izdelavo alpskih. Ker oni to znajo najbolje, jih nima smisla seliti, ker se proizvodnja zakomplicira in podraži. Na hitro zagotovo ne bo teh sprememb.

Nameravate opustiti izdelavo sestavnih delov za pralne stroje, avte in drugo. Zakaj?

Proizvodnja delov za avtomobilsko industrijo in industrijo bele tehnike ima tako hudo konkurenco in minimalne cene, da zaslužka praktično ni. Delaš le za plače, ostane ti le nekaj malega, ni dodane vrednosti za rast in razvoj. Mislim, da je čas, da se od te dejavnosti odmaknemo. V športnem delu želimo narediti nekaj svojega, peljati svojo zgodbo.

V klubih kronično primanjkuje denarja. Se vam zdi šport boljši posel kot druge panoge?

Nekdo mora te stvari v skakalnem športu delati, sicer bo prišel kdo drug. Če bomo to mi, imamo srečo, da smo v Sloveniji in smo cenovno nekoliko ugodnejši v primerjavi z drugimi. Možnosti, znanje in stroje imamo in trenutno dirigiramo razvoj. Srečo imamo tudi, da je skakalni šport butična zadeva, ne tako kot denimo smučarski teki ali alpsko smučanje. Če bi bil množičen, bi spet odpadli. Bilo bi podobno kot v avtomobilski industriji, ko te požrejo veliki koncerni ali konkurenca s Kitajske.

Boste s Fischerjem prihodnje leto edina proizvajalca skakalnih smuč?

Ne, edina ne bova. Sedaj smo trije, štirje proizvajalci – Fischer je največji in najstarejši, potem so tu še Sport 2000, namesto Fluege.de je na novo

prišel Verivox, pa češki Sporten, ki je kupil blagovno znamko Germina. In mi kot naslednik Elana. Verjetno pride še en proizvajalec, kar pa je še v rokah FIS, ki le počasi popušča glede svojih pravil, namreč, da bodo smuč lahko postale reklamni pano, kar je tudi nam v interesu.

Koliko lažje bi vam bilo, če bi lahko na smuč dali sponzorje?

Ne želim nikogar podcenjevati, ampak za slovenske firme dvomim, če so toliko močne, da bi si to lahko privoščile. Imeli smo že konkretne ponudbe tujih podjetij. Govorimo o sedemmestnih številkah. Oni bi financirali proizvodnjo smuč v celoti, s tem denarjem pa bi mi najeli oziroma zakupili tekmovalce, ki bi prišli k nam. Uporabljali bi smuč s to blagovno znamko in bili za to finančno nagrajeni. Mi bi dobili res najboljše tekmovalce, ker bi jih lahko dobro plačali. Smučke, ki jih naredimo, pa bi lahko prodajali, ne kot sedaj, ko jih najboljšim podarimo. Smuč naredimo, plačamo proizvodno ceno, torej smo v minusu, ki ga pokrivamo s smučmi, ki jih prodamo klubom, denimo za B in C reprezentance po svetu. Teh moramo prodati toliko, da si lahko privoščimo podariti določeno število parov.

Je prihodnost v tem, da bodo smuč Slatnar uporabljali vsi, tudi tisti, ki niso v top 10?

Tako je že sedaj. V tem trenutku testira smuč več kot 20 tekmovalcev iz svetovnega pokala. Pred kratkim sem bil v Avstriji, z Norvežani in Nemci. Oni testirajo tri proizvajalce smuč, potem se bodo odločili za tiste, ki jim najbolj odgovarjajo. Fischer jim sicer da nekaj malega denarja, Sport 2000 je finančno še malo bolj ugoden, ker so čisto reklamno naravnani. Če bo nekdo vso sezono zmagoval, bo dobil premijo, recimo 20 tisoč evrov, kar ni ne vem kakšen denar. Vendar si mi česa takega ne moremo privoščiti. Ampak če bo naša smučka toliko boljša, bodo vzeli našo smučko.

Koliko je povpraševanja s strani tujih reprezentanc po smučkah Slatnar?

Zelo veliko! Veliko jih želi testirati naše smuč, ampak smo zadano sponzorsko kvoto sedaj že zapolnili. Z nekaterimi se menimo za malo večje prodajne popuste, ker interes je. Razširilo se je, da smučka funkcionira. Glede deleža, ki ga bomo potegnili, bomo še videli. Takšen, kot ga je imel Elan, bo glede na povpraševanje zagotovo, a bo najbrž še večji.

Skoki so trenutno zaradi uspehov naših zelo popularni. Kako boste posel ohranjali na dolgi rok, če bodo ti uspehi usahnili?

Ne smemo se oklepati uspehov naših fantov. Zdaj so priprave, eni zelo dobro skačejo, ampak jeseni gre števec na ničlo, od tam se štarta. Morda so v kakšni ekipi fantastično pripravljeni ali pa so pogruntali nekaj novega, in jim nihče ne bo mogel blizu. Naši

Smuč sedaj drugače funkcionirajo. Vsi tekmovalci, ki so jih preizkusili, menijo, da so boljše kot prejšnje, z izjemo enega, ki je vmes precej zrasel, in so se mu povsem podri občutki. Zanj bomo naredili nove smuč.



Imeli smo že konkretne sponzorske ponudbe tujih podjetij, govorimo o sedemmestnih številkah.

Izdelujemo tudi karbonski smučarski čevlji, ki je povsem naš izdelek, dele zanj pa izdelujejo v Sloveniji.

fantje imajo trenutno tako dobro dediščino, da bodo novo sezono lažje začeli. Zelo verjetno bodo mešali štrene v prvi deseterici.

Mi moramo na posel gledati širše, čeprav imajo naši fantje nekaj protekcije. Če se hočemo iti posel, imamo še tujce. Globalno je Slovenija glede smuči nepomembna, v primerjavi z Japonci, Norvežani, Rusi ... Videli bomo še, kaj bo z Avstrijci. Otroci bodo tako ali tako skakali, četudi morda ne tako masovno kot zdaj. Ne glede na uspehe naših, mi bomo zraven v tem športu. Se pa tako dobro dela v Sloveniji, da hudih pretresov ne pričakujemo kar nekaj let. Če bomo imeli dober material, ga bodo tekmovalci uporabljali, ne glede na to, kdo skače in kdo ne.



Izdelujete vezi in smuči, sodelujete tudi pri izdelavi čevljev za skoke ...

Pri čevljih je tako, da drugi sodelujejo z nami. Eno vrsto čevljev izdelujemo skupaj s češkim podjetjem, in večino teh čevljev tudi prodamo. Izdelujemo pa tudi karbonski čevlji, ki je povsem naš izdelek, dele zanj pa izdelujejo v Sloveniji. Karbonski del izdeluje Albatross Fly iz Begunj, notranji del pa podjetje Migi iz Tržiča. Z njimi sedaj razvijamo tudi otroški čevlji, to, kar sedaj za nas delajo Čehi. Ker pa so pri spremembah preveč nefleksibilni, smo rekli, da bomo ta čevlji raje izdelovali v Sloveniji. Načrtujemo, da bomo v prihodnjem letu imeli tudi že v Sloveniji narejene čevlje.

Boste čez nekaj let monopolist na področju smučarskih čevljev?

Ni naš cilj postati monopolist, čeprav pri okovju tako zgleda, ker v tem trenutku z njim pokrivamo 95 odstotkov svetovnega pokala. Zavedati se moramo, da morda ta trenutek nekdo razvija boljši izdelek, s katerim nas lahko z lahkoto izrine. Zato pri razvoju ne smemo zaspati, saj se je kasneje težko vrniti na nekdanjo raven.

V Sloveniji se oživljajo stare športne blagovne znamke, denimo Rog, Toper. Kaj mislite o tem?

To je super! Včasih smo imeli toliko uspešnih znamk. Lahko bi se bolj zgledovali po tujini, saj ko prideš domov, vidiš, koliko znanja, volje in inovativnosti imamo, dokler se ne pojavi nekaj frajerjev, ki firmo pošljejo v napačno smer. Ko grejo naši športniki na velika tekmovanja v tujino, bi morali recimo tudi z oblačili predstavljati državo – spomnite se Mure včasih.

Ste zagovornik gesla 'Kupujmo slovensko'?

To pozdravljam! Kdaj so to že počeli Hrvatje, Nemci, Avstrijci, seveda ne na glas, ampak po tihem. V nekaterih državah nimajo nobenih ambicij, da bi stvari izboljšali. Slovenski izdelki pa so cenjeni. Denimo tudi na Japonskem, kjer se dogovarjamo za posel z menedžerji Sare Takanashi. V Aziji je namreč sedaj moderno vse, kar ni azijsko, zlasti je cenjeno evropsko.

Kje kupujete materiale?

Čim več doma. Vendar najboljših aluminijev, kakršne potrebujemo za okovje, v Sloveniji ne izdelujejo, jih pa kupujemo prek slovenskih uvoznikov.

Ste že dobili sponzorja, ki bo natiskan na otroških smučeh, za katere so pravila ohlapnejša?

Pogovarjali smo se, vendar bi najprej vsi želeli najboljše, šele iz teh bi šli na otroški del. Težko bo doseči, da bomo medklubski del postavili v neko znamko, da bomo na smuči recimo lahko dali enega pajacka, da bo nekdo v to investiral. Ko pa bo FIS spremenil pravila, bo tudi otroški del pisan.

Zakaj je FIS tako trmast?

Pravijo, da nočejo še ene Formule 1, čeprav že prihaja do sprememb. Elan je odstopil iz svojih razlogov, Fischer je zaradi zelene zime odpustil 140 ljudi, predvsem zaradi težav v tekaškem programu. Fluege.de je imel na drugih delih poslovanja slabše rezultate od pričakovanih, zaradi vojn in beguncev, saj prodajajo tudi turistične aranžmaje in letalske karte. Če ne bi mi nasledili skakalnega dela Elana, bi bil morda prisoten samo še en pravi, čisti proizvajalec skakalnih smuči – Fischer, ki, tako kot mi, več kot 90 odstotkov izdelkov naredi za šport.

FIS bo moral popustiti. Proizvajalci bodo tako dobili svoje smuči plačane in iz tega bo nastal resen posel, ne bo več hobi program. Pa tudi tekmovalci bodo imeli nekaj od tega, saj zmagovalec v skokih dobi približno 30 odstotkov premije zmagovalca v alpskem smučanju. Tudi druga sponzorstva so bistveno nižja. Sedaj je znak Gorenje na čeladah naših tekmovalcev, dogovarjali so se že tudi z drugimi sponzorji, ampak v tem primeru bi Gorenje odstopilo od celotne slovenske smučarske zveze, kar pa bi bilo nedopustno, saj je vodilni sponzor v skakalnem športu. Če pa bi nam uspelo denimo čokolado spraviti na smuči, bi bil reklamni učinek dober, s pogodbo pa bi dobro zaslužili tudi tekmovalci. gg

Zavedati se moramo, da morda ta trenutek nekdo razvija boljši izdelek, s katerim nas lahko z lahkoto izrine.