

# novo Glasilo

LETO 6

TOREK, 20. 2. 2007

ŠT. 30



SI  
ISO 9001 Q-130  
ISO 14001 E-052

CERTIFIED  
iNet  
MANAGEMENT SYSTEM

**lipbled**



## k a z a l o

2 DRAGI BRALCI

3  
PROIZVODNJA IN  
PRODAJA V LETU 2006

5 INDUSTRIJSKO PRODAJNI  
CENTER REČICA BLED-  
NOVA LOKACIJA IN NOV  
KONCEPT

7  
LIPLED NA SEJMU  
BAU 2007

9 GERMANDOR

10  
TOPLOTNA OBDELAVA  
IN SUŠENJE  
LESENEGA EMBALIRANEGA  
MATERIALA,  
BAROMETER SUGESTIJ

11 MARJAN KNAFLIČ  
VODJA NABAVE V LIPLED

12  
ODPOVED POGODBE O  
ZAPOSLOTVI IN PRAVICE  
DELAVCEV

14 REDNI LETNI SESTANEK  
PLANINSKE SEKCIJE  
LIPLED

15  
NOVOLETNO SREČANJE  
UPOKOJENCEV, RAZPIS  
ZA LIP-OV DAN,  
LETOVANJE

16 PRIJAVNICA ZA LETOVANJE

17  
CENA LETOVANJA 2007

18 KADROVSKE SPREMEMBE,  
STANJE ZAPOSLENIH,  
DOGAJANJE NA BLEDU

19  
NAGRADNA  
KRIŽANKA

### UREDNIŠKI ODBOR:

Glavni urednik: Anton Koncilja

### ČLANI:

Andreja Čoralič, Matej Mulej,  
Stojan Ulčar, Metod Purgar,  
Martina Šefman, Ciril Kraigher

Foto: Arhiv Lipbled



Spalnica AMELIA

## Dragi bralci,



Pred vami je prva številka glasila naše delniške družbe v letu 2007. Ob koncu leta 2006 in v začetku letošnjega leta se je zgodilo marsikaj zanimivega. Zato lahko danes preberete poročila o naši udeležbi na sejmu BAU v Münchnu, svečani otvoritvi novega industrijskega prodajnega centra na Rečici, novoletnem srečanju upokoјencev *lipbled*. Zanimive pa so tudi ostale stalne rubrike, ki nas spremljajo v vsaki številki, kot je poročilo o proizvodnji in prodaji, intervju, prosti čas, kadri in izobraževanje, križanka.... Objavljamo tudi razpis za letovanje v naših počitniških kapacitetah. Ker v letošnjem letu ni planiranih daljših kolektivnih dopustov, upamo, da bomo lahko lažje razporedili kandidate po terminih.

Pri pripravi gradiva imamo v uredniškem odboru večkrat težave s pripravo člankov. Čeprav se na sestanku uredniškega odbora dogovorimo za točno določene roke, gradivo večkrat ni pripravljeno ob pravem času. Razumemo, da v današnjem času, ko je tempo življenja vedno hitrejši, delovnih zadolžitve vedno več, zmanjkuje časa. Zato odlašamo s pisanjem in delamo vse zadnji hip. Toda obveščanje zaposlenih je tako pomembna stvar v družbi, da nam ne sme biti škoda časa za to, da napišemo prispevek, za katerega smo zadolženi, do dogovorjenega roka. Priprava člankov za tisk bo tako kvalitetnejša, napak bo manj, izognili pa se bomo zamudam, skratka prepričan sem, da bomo tudi zaradi tega brali kvalitetnejše glasilo.

Za novo ime našega glasila smo dobili veliko vaših predlogov, vendar se komisija zaenkrat še ni mogla odločiti, ker nobeno predlagano ime ni popolnoma v skladu s celostno grafično podobo podjetja, zato razpis podaljšujemo in čakamo na vaše dodatne predloge do 10. marca 2007.

Anton Koncilja







**Lipbled** je leto 2006 zaključil uspešno z rekordno prodajo v višini 40,1 mio EUR, ki za 11 % oziroma za 3,8 mio EUR presega doseženo v letu 2005 ter za 6 % oziroma 2,4 mio EUR načrtovano prodajno vrednost. Zaradi recesije in zasičenosti na nemškem trgu je bila v letu 2006 večja pozornost prodaje namenjena domačemu in ex Yu trgu, objektni prodaji lastnih izdelkov in ponovni oživitvi prodaje notranjih vrat, kar je zelo pomembno za nadaljnji razvoj našega podjetja.

V **PC Opažne plošče** znaša dosežena prodajna vrednost 17 mio EUR, kar predstavlja 42 % prodajne vrednosti Lipbleda. Dosežena prodajna vrednost za 13 % oziroma za približno 2 mio EUR presega načrtovano in je tudi glede na leto 2005 višja za 11 % oz. za 1,6 mio EUR. Edino ta PC je v vseh mesecih leta 2006 presegel načrtovano prodajno vrednost in samo marca zaostal za prodajo predhodnega leta, pa še to zaradi težav pri zagotavljanju osnovnega repromateriala žaganega lesa. Stalni pritisk dobaviteljev na dvig cen hlodovine dodatno intenzivirajo aktivnosti prodaje za povišanje prodajnih cen opažnim ploščam.

V PC Opažne plošče je bilo konec leta zaposlenih 293 delavcev. V zadnjih treh letih je odšlo 87 delavcev, na novo so se zaposlili 103 delavci, kar je dobra tretjina vseh zaposlenih. Zaradi nemotenega obsega poslovanja so poleg notranjih prerazporeditev delavcev začasno najemali tujo delovno silo. Vse to je zahtevalo dodatne aktivnosti na usposabljanju, izobraževanju in razvijanju polivalentnosti, kar omogoča, da delavci lahko in znajo delati na različnih delovnih mestih glede na potrebe proizvodnega procesa. Prodajne rezultate so zaposleni podprli z doseženimi proizvodnimi rekordi:

- izdelali so 1.476.000 m<sup>2</sup> opažnih plošč,
- razžagali so 61.876 m<sup>3</sup> hlodovine,
- stisnili so 210 ton briketov.

Glede na gospodarski načrt so v PC Opažne plošče za 9 % presegli načrtovani obseg proizvodnje ter za 12 % presegli obseg proizvodnje leta 2005. Delo je potekalo v treh izmenah. V letu so znižali zaloge za 32 %, veliko na račun nezadostne količine vhodnih surovin, kot sta hlodovina, žagan les.

V **PC Masivno pohištvo** znaša prodaja 3 mio EUR in za 19 % zaostaja za načrtovanim obsegom ter 28 % za doseženim v letu 2005. Nižja prodajna vrednost je dosežena zaradi načrtnega umika s trgov s pre nizko stopnjo kritja. Intenzivno so in še potekajo naloge s ciljem prestrukturiranja proizvodnega programa, ustrežnejše prostorske prerazporeditve znotraj tovarne v Bohinju in optimalnega števila zaposlenih, ki se je v letu 2006 znižalo za 43 (prerazporeditve v PC OP in PC NV) in konec leta

znaša 40 zaposlenih. V prihodnje načrtujejo intenzivno vlaganje v razvoj moderne masive, ki bo vključevala prodajni program za vse bivalne prostore, s poudarkom na izdelavi pohištva po izmerah. Na pohištvenem sejmu v Ljubljani je bil nagrajen program Amelia, kar je zelo dobrodošlo. V zadnjih mesecih so proizvedli večje število razstavnih eksponatov zaradi razvoja in širitve prodaje na domačem trgu in trgih ex Yu. V PC Masivno pohištvo je dosežena proizvodnja za 17 % zaostala za gospodarskim načrtom ter 38 % za proizvodnjo leta 2005. Kljub skromnejšim rezultatom pa je bil storjen velik premik v smeri zniževanja stroškov poslovanja ter znižanja zalog. Prav v PC Masivno pohištvo so najbolj uspešno znižali vse vrste zalog ter s tem sprostil finančna sredstva v zalogah.

V **PC Notranja vrata** je prodajna vrednost dosežena v višini 18 mio EUR in predstavlja 45 % delež v celotni prodaji Lipbleda. Prodajni rezultat leta 2005 je za 2,6 mio EUR oziroma za 17 % presežen in za 1,4 mio EUR oziroma 8 % je presežena tudi načrtovana prodajna vrednost. Predvsem v zadnjem četrtletju je bilo pridobljeno zadostno število naročil, s čimer je bil uspešno nadoknaden primanjkljaj izpada naročil kupca MB Nemčija. Pri pridobivanju novih kupcev je bilo veliko vloženega v razvoj prodajnih poti, v



drugem četrtletju je oživila prodaja na ex Yu trgih, povečala se je prodaja preko lastne maloprodajne mreže in inženiring poslov, kar za PC Notranja vrata pomeni tudi višji donos zaradi cenejšega lastnega trženja. Naročila so vse bolj zahtevna, posamična, nesorijnska, pojavljajo se novi proizvodni materiali. S poostrojitvijo končne kontrole v procesu proizvodnje se je znižal delež mehanskih poškodb, še vedno pa so prisotne reklamacije zaradi neustrezne manipulacije z izdelki v skladišču in pri transportu do kupca ter zaradi površne montaže na objektu.

V PC Notranja vrata je bilo konec leta 2006 zaposlenih 251 delavcev, to je 10 delavcev več kot na začetku leta. Med letom so se soočili s perečo problematiko nepravočasnih odprem tudi na račun problematike fluktuacije kadrov, zaradi česar so bili sprejeti posebni ukrepi, tako da se



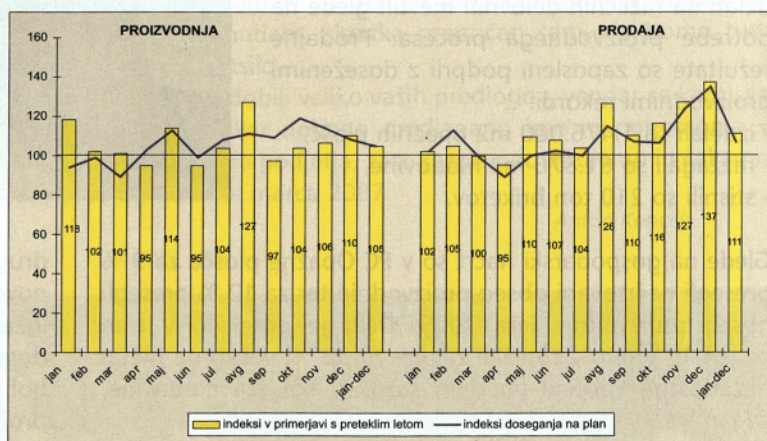


poveča število zaposlenih v skladišču in na odpremi ter podaljša odpremi čas.

Proizvodnja notranjih vrat in podbojev je v letu 2006 za 14 % preseгла proizvodnjo leta 2005 ter za 7 % obseg po gospodarskem načrtu. Zaradi specifičnih, razdrobljenih, posamičnih naročil, so se povečale zaloge – predvsem materialov in izdelkov, podražili pa so se tudi izdelavni stroški na enoto izdelka, kar je posledica predvsem novih in različnih vrst materialov.

V **PC Maloprodaja in inženiring** dosežen obseg prodaje kar 40 % presega prodajo leta 2005 ter malenkostno presega načrtovano. Dosežena vrednost prodaje lastnih izdelkov znaša 5,4 mio EUR, trgovskega blaga in storitev pa 2,1 mio EUR. V primerjavi z letom 2005 se je za 62 % povečal predvsem obseg prodaje pri objektnih - inženiring poslih, kjer znaša realizacija 2,1 mio EUR in je za 16% nad načrtovano vrednostjo. Med maloprodajnimi poslovalnicami je bila najuspešnejša Poslovalnica na Rudniku v Ljubljani, ki je dosegla 1,6 mio EUR prodaje, kar predstavlja 30 % prodaje v maloprodaji. Načrt je presežala tudi Poslovalnica Kranj in dosegla 0,8 mio EUR prodajne vrednosti. V Poslovalnici Murska Sobota so dosegli 0,7 mio EUR prodaje, vendar gospodarskega načrta niso dosegli. Precej slabše rezultate je dosegla Poslovalnica Bled. Prodaja preko franšiznih prodajaln v Mariboru, Novi Gorici in v Trebnjem beleži solidne rezultate v skupni višini 0,9 mio EUR. Dne 3.11.2006 je bila odprta franšizna prodajalna v Kopru (poleg Supernove), ki pa v zadnjih dveh mesecih še ni beležila opaznejših prodajnih rezultatov.

Z 18. januarjem 2007 je pričel poslovati novi industrijsko – prodajni center na Rečici, ki z novim prodajnim konceptom zajema kombinacijo showrooma in industrijske prodajalne rednih, opuščeni programov in nekurantnih zalog. Poseben poudarek je na sodelovanju z različnimi ciljnim skupinami, kot so mizarji, manjša gradbena podjetja, arhitekti, projektanti ter trženje storitev mizarске delavnice na področju izdelkov hobi programa (tudi dodelava, predelava lastnih izdelkov). Uradna otvoritev je bila 25. januarja 2007.



Širjenje lastne maloprodajne mreže in inženiringa omogoča direktni tržni pristop in daje največjo dodano vrednost vsem proizvodnim profitnim centrom, saj je lastno trženje bistveno cenejše. V septembru je bila uradno odprta poslovalnica lipbled Zagreb d.o.o., ki ima nalogo razviti objektno prodajo in pospešiti prodajo preko salona.

Irena Cepič



## INDUSTRIJSKO PRODAJNI CENTER REČICA BLEĐ – NOVA LOKACIJA IN NOV KONCEPT



### Otvoritev za kupce

18. januarja 2007 ob 11.00 je novi Industrijski prodajni center Rečica Bled (v IPC) odprl vrata svoja kupcem. Otvoritveni popust je privabil veliko število potencialnih kupcev, nekatere že krepko pred otvoritvijo. Brata Franci in Janko Gregorc iz Tupalič pri Preddvoru sta prišla že dan prej, Janko že ob 15.30! Pri čakanju se mu je zvečer priključil še brat Franci, pa tudi še nekaj drugih kupcev. Do 11.00 ure, torej do otvoritve se je nabralo kar lepo število kupcev.



### Koncept in vsebina

Zgodba o pričetku delovanja celotnega Industrijskega prodajnega centra pa se je pričela že v zadnjih dneh leta 2006, ko sta se v nove prostore preselila oddelka inženiring in nabava PC MPI. Že pred tem pa se je pričela oblikovati podoba razstavno-prodajnega salona. Dela so potekala pod budnim očesom vodje projekta Petre Pajk, ki je hkrati tudi avtorica oziroma oblikovalka projekta.

Petri, zunanjim in notranjim sodelavcem ter monterjem PC Notranja vrata in PC Masivno pohištvo gre zahvala za odlično postavitev razstavno - prodajnega salona ter za pravočasen zaključek del.

V razstavno - prodajnem salonu so predstavljeni izdelki iz obstoječega prodajnega programa (notranja vrata **lipbled**, pohištvo iz masivnega lesa **lipbled**, vhodna vrata Doors in Gradles, okovje Hoppe in Rosseti, posteljni program Optimo, talne obloge Joka itd. Pri predstavitvi pohištva iz masivnega lesa je poudarek na ambientalnosti ter sposobnosti opremljanja celotnih bivalnih prostorov. Predstavitev stavbnega pohištva pa poudarja izjemno široko paleto izdelkov ter sposobnost zadovoljitve vseh potreb kupcev po stavbnem pohištvu ob opremljanju objektov.



Čakajoči



Vstopite

Kupce je sprejela prodajna ekipa Industrijskega prodajnega centra Rečica Bled, okrepljena s komercialistoma iz Rudnika. Iz razgovorov s kupci lahko zaključim, da so bili zadovoljni tako s prodajnimi storitvami kot tudi z novim konceptom predstavitve prodajnega programa IPC.

V kratkem razgovoru je Janko Gregorc povedal, da sta z bratom kupila 35 kompletov notranjih vrat in da sta se takoj po ogledu oglasa odločila, da bosta izkoristila popust. Dolgotrajno, več kot 19 – urno čakanje se je na koncu izplačalo, česar sta zelo vesela. Obenem se je zahvalil za korekten odnos ter izrazil presenečenje glede korektnega in mirnega vedenja čakajočih.



Prodajni utrip



Zmagovalec





Notranja vrata "DOMINE"



"AMELIA"



"TARA"



"AMELIA"

Z otvoritvijo IPC za kupce pa smo v njem pričeli tudi z novim konceptom trženja.

**lipbled** je s prodajo poslovnih stavb na Bledu pričel s procesom dezinvestiranja in s tem tudi dolgoročno spremenil način trženja v Industrijsko prodajnem centru. Ob preselitvi nas seveda čaka še veliko dela na povečanju prepoznavnosti nove lokacije prodajnega centra, kar zaradi toge politike Občine Bled pri postavitvah oglasnih in usmerjevalnih tabel ne bo ravno lahka naloga.

Nova lokacija omogoča boljšo logistiko, tako znotraj podjetja kot tudi navzven, izboljšanje pogojev dela, poleg že uveljavljenega načina dela pa omogoča dodatne vsebine ponudbe tako izdelkov kot storitev v proizvodno prodajnem programu **lipbled**.

Koncept trženja je kombinacija vrhunškega showrooma in industrijske prodajalne s posebnim kotičkom za opuščene programe in nekurantne zaloge, in sicer za pohištvo v salonu, medtem ko bo lokacija za tovrstne izdelke notranjih vrat v skladišču, ki je lociran poleg njega .

Razvoj Industrijsko prodajnega centra bo v osnovi potekal na dva načina. Še naprej bo izvajal funkcijo maloprodaje in veleprodaje (mizarji, manjša gradbena podjetja, arhitekti, projektanti, direktna obdelava manjših gradbišč, ki vključuje opremo stanovanjskih hiš itd.), ob ustrezni podpori marketinških aktivnosti. Marketing bo usmerjen v prodajo rednega blaga in akcijsko odprodajo izdelkov opuščениh programov. Nov način trženja se bo izvajal preko lastnih zaposlenih in agentov oziroma zunanjih sodelavcev. Drugi, razširjen način prodaje glede na obstoječe stanje predvideva prodajo storitev mizarске delavnice, in sicer na področje izdelkov Hobi programa (furnir, spojen furnir, letvice, razne plošče, raznih storitev in drugo) in že uveljavljenega načina predelav in prodaje lastnih izdelkov iz zaloge.

## lipbled®

### Uradna otvoritev

25. januarja 2007 ob 13.00 uri je novi Industrijski prodajni center doživel še svečano otvoritev. Vabilu so se odzvali številni poslovni partnerji, člani nadzornega sveta in drugi pomembni gostje.

V pozdravnem govoru je Matej Novak, državni sekretar Ministrstva za gospodarstvo poudaril, da je lesna industrija v slovenskem prostoru pomembna gospodarska panoga, kjer ima seveda lipbled vodilno vlogo.

Slavnostni govornik je bil predsednik uprave Alojz Burja. V govoru je poudaril, da se z otvoritvijo novega prodajnega centra simbolno zaključuje prenova celotne družbe. Ob tem je poudaril dosežene uspehe v preteklem obdobju, kot so uspešno prestrukturiranje prodajnih trgov,





posodobitev organizacije podjetja, preseženih 40 mio EUR prodajne vrednosti v letu 2006 in presežen planirani dobiček za leto 2006.

Župan občine Bled, Janez Fajfar, je v svojem govoru poudaril pomembnost podjetja lipbled in novega prodajnega centra v občini Bled.

Salon so z rezanjem traku svečano odprli predsednik uprave Alojz Burja in vodja Industrijsko prodajnega centra Tomaž Kunčič ter župan Janez Fajfar.

Otvoritveni govor predsednika uprave



Vrhunec svečanosti

V prijetnem ozračju so si prisotni ogledali razstavno - prodajni salon in hkrati srečanje izkoristili tudi za poslovne razgovore.

Primož Debelak



Salon Lesnina v Zadru - naše pohištvo je lepo predstavljeno

## lipbled na sejmu BAU 2007



Na udeležbo na sejmu BAU, ki je bienalni sejem, torej poteka vsako drugo leto v Münchnu, vmes pa v precej šibkejši obliki skuša časovno vrzel premostiti s sejmsko predstavitvijo v Berlinu, smo dolgo čakali. Na podlagi ekskluzivne pogodbe z našim dolgoletnim partnerjem MB Bremen nam je bila udeležba prepovedana. A časi se spreminjajo, vse hitreje se spreminjajo tudi tržna dogajanja. Ta so se še posebno trdo spremenila za MB, saj je bil v oktobru leta 2005 prisiljen objaviti planirani stečajni postopek, ki ga je sicer uspešno izpeljal, vendar z veliko spremembami, ki smo jih žal s prekinitvijo prodaje močno čutili tudi v lipbled.

A vsako zlo prinese s seboj tudi nekaj dobrega. S prekinitvijo dolgoletne, pred leti zelo trde ekskluzivne pogodbe, je lipbled dobil letos možnost, da se sam predstavi na tako eminentni sejmski prireditvi, kot je BAU, in to ne samo ozkemu krogu ljudi, ki za nas na najbolj razvitih evropskih trgih vedo in nas cenijo kot spoštovanja vrednega konkurenta, ampak tudi širši javnosti. Zaradi tega je bila odgovornost moštvu, ki je sejmsko predstavitev pripravljala, še toliko večja, skrb pa še globlja. Vprašanja o konceptu predstavitve, izboru in načinu predstavitve razstavljenih izdelkov, pravočasnosti in kvaliteti priprav ter izvedbe sejmske prireditve, pa nepregledni množici ostalih drobcev, brez katerih ni dobre predstavitve, so kljub vrsti pripravljalnih sestankov zadolženega moštvu kar nekaj mesecev močno odzvanjala v delu te ekipe. Zato smo proučili tudi specializirano nemško literaturo na temo sejmske predstavitve in vsega, kar je pod tem pojmom zaobseženo in je treba postoriti. V tem moštvu smo prvič delovali tudi skupaj z našim nemškim agentom Walterjem Röthingerjem, kar je delu prineslo novo kvaliteto, predvsem pa dodalo nekaj pregovorne nemške natančnosti in doslednosti.

Glavnino razmišljanj smo seveda namenili temu, kaj želimo povedati z našo sejmsko predstavitvijo in kako se bodo kupci nanjo odzvali. Zato je bilo najvažnejše oblikovati dovolj stvarne in hkrati ambiciozne, pa kljub temu dosegljive cilje naše sejmske predstavitve. Odločili smo se, da bomo pripravili zgodbo v furnirju, zato smo na stojnico napisali dve gesli: prvo je bilo **kompetenca v furnirju**, drugo pa **novosti pridejo in gredo, furnir ostane**. Odločili smo se, da bomo našo zgodbo zasnovali še na dodatni novosti, in sicer smo vse obloge, tako zaobljene kot ostrorobe, predstavili v širini 65 mm, s tem da smo glavnino poudarka namenili ostrorobim oblogam in pokončnikom, ki so lepo dopolnjevali moderno oblikovana vratna krila, predvsem v dražjih furnirjih, kot so oreh, češnja, javor in breza. Pravilnost tovrstne odločitve in predstavitve je potrdil ogled predstavljenih izdelkov stojnic vodilnih nemških proizvajalcev stavbnega pohištva, ki so bili locirani predvsem na razstavnih prostorih hal B4 in B5. Predstavili smo torej zanimiv program izdelkov, v katerem ni manjkalo trenutno modernih temnejših furnirjev z zelo pisanimi furnirskimi slikami in načini sestave furnirjev. Kot dodaten tehničen





akcent je bil prikazan vzorec vrat z zvočno izolativnostjo 42 dB, za kar je bilo opravljen test in prejet certifikat na inštitutu IFT Rosenheim v Nemčiji.

Kot glavni cilj smo si zadali pridobitev novih **4-5 ciljnih kupcev** na našem tradicionalnem nemškem trgu, to je trgovcev specialistov, ki poslušajo s skladiščem. Seveda smo si želeli novih kupcev tudi na ostalih tržiščih, predvsem na hitro rastočih vzhodnih trgih, kot so Češka, Slovaška, Madžarska, Bolgarija, Romunija in Rusija, ciljali pa smo še na nove zahodne trge, predvsem dežele Beneluxa. Tu smo si kot cilj postavili pridobitev vsaj **enega novega ključnega potencialnega kupca** na vsakem od omenjenih tržišč.

Pomembno vlogo so imela tudi srečanja z našimi obstoječimi ključnimi kupci, ki jim je bila stojnica všeč, hkrati pa so imeli možnost oceniti naš napredek na razvojnem področju v zadnjem času ter na podlagi predstavljenih izdelkov naročiti vzorce vrat, ki bodo osvežili njihove prodajne kolekcije. Nekateri naši ključni kupci so pred sejmom želeli skupen nastop na stojnici, vendar smo se raje dogovorili, da jim



bomo po sejmu posredovali v obdelavo naslove obrtnikov, ki so njihovi kupci in izhajajo iz njim bližnjih regij, kar smo tudi že storili.

S slikovnim gradivom in video - predstavitevjo smo poleg Slovenije ter Bleda in Bohinja na kratko predstavili vse naše prodajne programe, poudarek pa je bil na prikazu proizvodnje notranjih vrat na Rečici.

Če ocenimo naš nastop v primerjavi s tujo konkurenco, moramo zaključiti, da še vedno zaostajamo za vodilnimi nemškimi proizvajalci, ki so pred sejmsko predstavitevjo celo oblikovali pomembno združenje z imenom »Germandoor«, da bi se razločevali od ostalih konkurentov in dosegali boljše cene na trgu na račun svojih blagovnih znamk in porekla »made in Germany«. Zato bomo razvojno delo morali še pospešiti, da bi se jim čim bolj približali; vendar nam tudi nemški proizvajalci priznavajo, da imamo kvalitetne proizvode, ki se jih ni treba sramovati, ampak smo nanje lahko ponosni. Seveda pa nas po drugi strani predvsem na storitvenem področju čaka še veliko dela, največ pri dobavni pripravljenosti ter zanesljivosti odprem. Viden je bil tudi napredek nekaterih vzhodnih proizvajalcev, ki jih tudi ne smemo podcenjevati, še posebej zaradi nižjega nivoja stroškov dela. Prav na teh trgih se bomo v prihodnosti srečevali v ostrem konkurenčnem boju tako z zahodnimi kot vzhodnimi tekmeci, saj potrebe po stavbnem pohištvu na teh trgih rastejo hitreje kot na zasičenih zahodnih trgih, hkrati pa so kvalitetne zahteve nekoliko nižje, doseči pa je moč boljše cene in višjo razliko v dodani vrednosti kot na zahodu.

Naš prvi nastop ocenjujemo kot dober in primeren, seveda pa bo posejmska obdelava pokazala in dokazala njegovo dejansko vrednost. Predvsem nismo bili zadovoljni s halo, v kateri je bila umeščena naša stojnica, naslednjič bomo poskušali pridobiti prostor bližje glavnim igralcem, torej v prej omenjenih obeh glavnih »vratarskih« halah. Zadovoljni smo tudi z obiskom, ki pa bi bil še boljši, če ne bi konec tedna pihal orkanski veter, ki je marsikateremu kupcu, ki je takrat računal na obisk sejma, preprečil prihod zaradi težav s prevozi, še posebej letalskimi in železniškimi.

Naš sklep je, da se bomo naslednjega sejma BAU 2009 ponovno udeležili kljub relativno visokim stroškom tako zahtevne sejmske predstavitve. Tudi na ta način bomo ugled blagovne znamke **lipbled** gradili in večali ne samo na nemškem, ampak tudi na ostalih evropskih trgih, ki so pomembni za prodajo naših izdelkov in storitev, tako zahodnih kot vzhodnih.

Josip Tartara



## GERMANDOOR

ali res nekaj novega na BAU 07



Za nami sta dve v svetovnem merilu verjetno najpomembnejši mednarodni prireditvi na področju gradbeništva in notranje opreme. To sta vsakoletni sejem pohištva IMM – Köln (15. – 21.01.2007) in bienalni sejem gradbeništva BAU – München (15. – 20.01.2007), ki bosta slej ko prej tako ali drugače vplivala tudi na slovensko gospodarstvo in lesno industrijo.

Seveda ni naključje, da sejma potekata na začetku leta, ko smo po tradicionalno družinskih božičnih in vedno bolj globalnih novoletnih praznikih napolnjeni s pričakovanji in načrti ter zanje pripravljene tudi kaj storiti. In najmanj, kar je, da pokrijemo razmeroma visoke vstopnice (25 in 26 EUR za 1 dan) ter še kaj, da pridemo do njih. Tudi ni naključje, da se to dogaja v Nemčiji, za kar je več razlogov: močna tradicija in vodilna tehnologija ter nov gospodarski zagon in splošen optimizem, če omenimo vsaj glavne.

Med obema sejmoma lahko potegnemo neke paralele in primerjave. Na IMM je sodelovalo več kot 1.200 razstavljalcev (pohištveniki, oblikovalci in notranji arhitekti) iz 50 držav (prek 60 % iz tujine) ter več kot 115.000 obiskovalcev z okrog 100 držav, vse skupaj pa je potekalo na približno 300.000 m<sup>2</sup> v 11 razstavnih halah. Vzporedno je na BAU sodelovalo okrog 2.000 razstavljalcev (iz vseh gradbenih dejavnosti po vertikalah in horizontalah) iz prek 40 držav in okrog 200.000 obiskovalcev iz več kot 140 držav. Sejem je bil organiziran v 17 razstavnih halah oziroma na okrog 180.000 m<sup>2</sup>.

Iz teh števil se da razbrati nekatere, recimo, fizične razsežnosti obeh prireditev ter njuno upravičenost do nazivov mednarodni. Pri tem je vse prej kot naključna tudi njuna sočasnost, ki seveda dodatno privabi mnogo udeležencev in oddaljenejših, recimo tudi prekomorskih držav. To pri obeh promovira oznako iz mednarodni v svetovni.



Vsebinske dimenzije obeh sejmov seveda presegajo namen tega članka ter bodo gotovo predmet takih ali drugačnih strokovnih analiz, predvsem pa vseh strukturnih in kvalitetnih sprememb, ki jih bomo sčasoma doživeli (morali sprejeti, pripraviti in izvesti) vsi proizvajalci (ali vsaj tisti, ki bodo želeli preživeti) najprej na nemškem in nanj gravitirajočih trgih ter pozneje tudi na drugih.

Toliko torej kot uvod ali okvir tega pisanja. Povod zanj je (bil) nekajurni ogled sejma BAU 07. Če je bila, recimo, uradno (na kratko) zajeta vsebina tega sejma z gradbenimi materiali in sistemi gradnje (vključno z renoviranjem objektov), sta omejen razpoložljiv čas in provenienca avtorja vse skupaj zreducirala na nekaj bolj osredotočen pregled razstavljenih notranjih vrat in funkcionalnega okovja zanje (praktično na površini treh ali štirih hal).

Prvi vtis in tudi nek pavšalen sklep je, da generalno ni bilo videti nekih revolucionarnih novosti. Vsi razstavljalci so v glavnem poskrbeli za prepričevanje tako strokovnih obiskovalcev in potencialnih končnih kupcev kot tudi sebe, da sledijo trendom v smeri večvrednih izvedb - na primer so to površinsko zelo kvalitetno obdelana višja (tudi nebrzdana) vrata v različnih furnirjih (tudi intarzijah). Razstavljenih je bilo tudi nekaj (pravzaprav zelo malo) študij, vse skupaj pa verjetno ne daje prave slike, kaj je že aktualno in potencialno še bo na tem področju. Vsekakor pa BAU 07 še ni nakazal, da bi notranja vrata dejansko postajala nek statusni simbol, kot je IMM 07 promoviral pohištvo (tudi z vračanjem na klasiko iz boljših prosperitetnih časov 20. stoletja, ko še ni bilo za marsikaterega lesarja nesrečnih folij in drugih plastičnih materialov).

Seveda pa so se tisti proizvajalci notranjih vrat, ki so se za svoj nastop na BAU 07 v kontekstu tržne in gospodarske situacije že odločili, precej različno (bogato in efektivno) predstavili tako strokovni kot nestrokovni javnosti. Če se omejimo na obsežnost ter, recimo, tehnično vrednost in umetniški vtis, potem moramo omeniti dva domača ter dva tuja razstavljalca, ki so nekako izstopali iz sicer visokega povprečja. To sta nemška SCHÖRGHUBER – Ampfing (kompletna paleta funkcijskih vrat za prestižna objektna posla) in MOSEL TÜREN – Trierweiler (inovativno razstavljena in osvetljena vratna krila v parih oziroma vertikalno in horizontalno v ambientu, ki je poudarjal 50-letni jubilej firme) ter avstrijska DANA – Volkermarkt (visoka kvaliteta obdelav s specifičnimi detajli, kot so majhni radiji zaokroženih robov na vratnih krilih in široke obloge suhomontažnih podbojev) in poljska PORTA – Bolszewo (izredna raznovrstnost izvedb na 25 zelo različnih razstavljenih vratih).

Gotovo ne bo ostal neopažen tudi testni laboratorij oziroma institut IFT – Rosenheim, ki v marsičem kroji evropski razvoj oken in vrat, morda pa bo v kakšnem poročilu omenjen še naš libbled, ki se je prvič dokaj ambiciozno pojavil na tako pomembni mednarodni prireditvi (učinkovit dvonivojski ambient v specifični barvni kombinaciji črno in rdeče na belem ter s poudarjeno kompetenco v furnirju na vseh razstavljenih modelih).

Pri nekaterih nemških razstavljalcih notranjih vrat je bilo opaziti dodatno oznako GERMANDOOR in šele brskanje po internetu doma je razkrilo (vsaj avtorju tega članka) edino pravo novost na BAU 07 oziroma na nivoju notranjih vrat. Seveda ne gre za nobeno novost v smislu izdelka in/ali izdelav, ampak za novost v smislu kvalitetnega skupnega predstavljanja in strateškega



nastopanja nekaterih vidnejših nemških proizvajalcev notranjih vrat. Pod okriljem VHI (Zveza nemške industrije lesnih tvoriv) oziroma v okviru strokovne grupacije so pod GERMANDOOR svoje interese združile firme GÜSTROWER TÜR – Güstrow, WIRUS – Gütersloh, HUGA – Gütersloh, WESTAG & GETALIT – Rheda-Wiedenbrück, HGM – Rietberg-Mastholte, DEXTÜRA – Wartenburg, HALTENHOFF – Bad Lauterberg, ASTRA TÜREN – Güsten, KTM – Bocholt, LEBO TÜREN – Bocholt-Mussum, HERHOLZ – Ahaus-Nessum, RINGO – Reken, HOCHWALD TÜREN – Kell am See, NEUFORM TÜR – Erdmannhausen, KÖHNLEIN TÜREN – Stimpfach in MORALT – Oettingen. Pri tem v okviru VHI ob GERMANDOOR delujejo še 3 naveze, in sicer za iverne plošče, za vezan les in za WPC (wood plastic composites), poleg tega pa še nekaj suportnih članov, kar pa za ta tekst ni več relevantno.

Tem 16, recimo, ustanovitvenim članicam strokovne grupacije notranjih vrat, ki jo pri izvozni ofenzivi oziroma pri obvladovanju novih tujih trgov podpira VHI, se je pridružil tudi RAL (nemško združenje za kvaliteto notranjih vrat iz lesa in lesnih tvoriv). In kot taka se je GERMANDOOR predstavila prvič prav na BAU 07. In če je bila predstavitev izpeljana nekako po tihem in skozi stranska vrata, verjamemo, da so za vsem močni in pristni skupni vertikalni in horizontalni interesi ter potrebni proizvodni in strokovni potenciali, ki so in bodo delovali brez fige (ali kakega drugega manj zdravega sadeža) v žepu. To pomeni, da bo GERMANDOOR močno (po)trkala na glavna vrata vseh pomembnih tujih trgov ter si tam vzela svoj prostor, ki ga sedaj zasedajo razni lokalni in tudi drugi dobavitelji vrat. Seveda je zaenkrat težko špekulirati, v kolikšni meri gre pri tem za nemško ofenzivo na evropsko ekspanzijo obeh agresivnih multinacionalnih igralcev JELD-WEN GROUP iz ZDA in MASONITE INTERNATIONAL CORPORATION iz Kanade, ter še težje, kaj se bo zgodilo, če je to res. Edino, na kar moramo računati, so perspektivno še močnejše turbulence na nemškem trgu notranjih vrat in okrog njega.

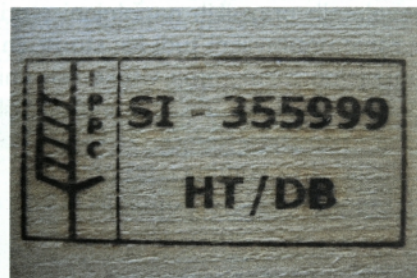
In za konec morda še dejstvo, da na sejme dandanes hodimo predvsem zato, da pogledamo, kaj najbolj uspešni in podjetni ponujajo na trgu, ter da temu nasproti (če že ne fizično pa vsaj v glavah) postavimo, kar zmoremo sami. In če ima slovensko lesarstvo pri notranjih vratih in še marsikje kaj postaviti nasproti nemškim in drugim proizvajalcem, tega vsaj zaenkrat nikakor ne moremo pri blagovnih znamkah, kot je GERMANDOOR. To pomeni, da so naši tehniki (od proizvodnih delavcev do izvršnih direktorjev) v okviru (z)možnosti že nekako naredili svojo domačo nalogo ali jo bodo še dopolnili s kakšno popravo ter da so sedaj na potezi naši strategji (od članov uprav in lastnikov do raznih zbornic in ministrstev). Seveda je na gospodarstvu zahteva, da preorje svoja poslanstva in vizije ter zaseje ustrezne (iskrene) strateške iniciative, pogoje za rast in razcvet pa mora zagotoviti tudi država.

Seveda se pri tem postavlja več vsebinskih vprašanj, res pravega pa je že pred desetletji postavil O. Župančič: Veš, poet, svoj dolg?

Stojan Ulčar

## Toplotna obdelava in sušenje lesenega embalarnega materiala

V skladi s predpisi Republike Slovenije, ki urejajo zahteve za lesen pakirni material v mednarodnem prometu, smo pridobili dovoljenje za toplotno obdelavo, sušenje in beljenje lesenega pakirnega materiala. Končna odločba je bila izdana 1. 8. 2006 s strani Fitosanitarnе uprave Republike Slovenije. Odgovorna oseba za izpolnjevanje zahtev je Ramšak Tomislav. Z odločbo nam je bila dodeljena tudi neponovljiva registrska številka 355999, ki smo jo dolžni uporabljati za vso ustrezno obdelano embalažo v PC Opažne plošče.



Za obdelano embalažo se uporabljajo naslednje oznake:

- HT za toplotno obdelano embalažo
- DB za beljeno embalažo
- KD za sušeno embalažo

Vse tri oznake je mogoče ob uporabi ustreznih postopkov med seboj kombinirati.

Z izdano odločbo smo dobili tudi možnost, da v primeru prostih kapacitet sušilnic, obdelavo embalaže izvajamo tudi za zunanje odjemalce.

Tomislav Ramšak

## BAROMETER SUGESTIJ

Cilj družbe Lipbled 2006: 1 sugestija / zaposlenega

KUMULATIVA 2006		
ORGANIZACIJSKA ENOTA	ŠTEVILO SUGESTIJ	ŠTEVILO SUGESTIJ / ZAPOSLENEGA
PC OPAŽNE PLOŠČE	133	0,454
PC MASIVNO POHIŠTVO	50	1,250
PC NOTRANJA VRATA	136	0,542
PC MALOPRODAJA	7	0,179
DIREKCIJA	20	0,606
<b>Lipbled</b>	<b>346</b>	<b>0,527</b>

V letu 2005 smo si postavili enak cilj in dosegli smo 0,548 sugestije na zaposlenega oziroma skupaj 366 sugestij. V letu 2006 pa smo z 0,527 sugestije na zaposlenega v podjetju zaostali bolj, kot smo pričakovali, le v PC Masivno pohištvo so z rezultatom 1,250 dosegli najboljši rezultat vse od leta 2004 glede na postavljene letne cilje.

Srečko Magister



## Marjan Knaflič,

vodja nabave v lipbled

**Z**dravo! Verjetno je to tvoj prvi intervju za naše glasilo. Kaj bi želel, da te vprašamo najprej in zakaj?

Ja, to je moj prvi intervju za glasilo. Kaj da me vprašate? Kako so vsa ta leta na Lipu minila. Kaj se najraje spominjam in kako gledam na sedanost in prihodnost. Res veliko lepih spominov imam na preteklost, čeprav jih skoraj nimamo časa obujati in kot rečeno, na Lipu ni več velikih mojstrov. Naj povem samo, da je bilo v preteklosti več druženja, večinoma boljše medsebojne odnose in s tem večja pripadnost podjetju.



Če se ne motim, si med zaposlenimi z najdaljšim stažem v PC Notranja vrata, če ne že v lipbled. Kaj bi lahko rekel o našem razvoju in vzporedno o tvojem prispevku pri tem?

Razvoj Lipa je težko opisati na kratko, za to bi bila potrebna cela kronika. Lahko povem, da smo vedno sledili svetovnim trendom in bili vedno med najboljšimi v stroki in se kot taki tudi obdržali. Moj prispevek pri tem: vedno sem se trudil po svojih močeh, ne glede na to, kaj sem počel in bil tudi s srcem v podjetju.



Pred treningom..

Dandanes smo kot podjetje vpleteni v precej brezkompromisni tržni sistem (domači, evropski in svetovni) oziroma postavljeni med dva pola - selektivni prodajni trg in vedno pomembnejši nabavni trg, vmes pa sta naša proizvodnja in tudi poslovanje, vse skupaj in vsako področje zase s svojo problematiko in specifikom. Kaj meniš o trenutnem in perspektivnem stanju na teh področjih?

Danes je tudi prihodnost. Vedno znova uvajamo novosti in spremembe, tako pri izdelkih, kot pri samem poslovanju. Če danes nisi pripravljen na spremembe in jim slediti, te jutri ni več. Današnji čas je čas hitrih sprememb na trgu, treba jim je vsakodnevno slediti in se jim prilagajati, če ne te konkurenca hitro prehititi.



Nakup furnirja...

Kaj bi spremenil tako na posameznih področjih in kje vidiš največje probleme, da do teh sprememb še ni prišlo oziroma zakaj smo pri našem prilagajanju tako počasni?

Mislim, da v *lipbled* sledimo spremembam in potrebam trga, vendar ne smemo biti zadovoljni, ker ko misliš, da je dobro, se prehitro lahko uspavaš. Spremembe so posebej pomembne tudi v sami miselnosti, kakšen odnos imamo do njih, kako jih sprejemamo in kako uvajamo. Sem optimist, verjamem v podjetje in mislim, da bomo še bolj uspešni.

Seveda imaš tudi svoj pravi dom oziroma živiš svoje privatno življenje. Kako je s tem, kaj ti je pri tem pomembno in kako to dosegaš?

Kje živim, veste. Imam dva sina, starejši Žiga že dela pri nas v PC Maloprodaja in inženiring, mlajši Tilen pa prvo leto študira na kemiji. Poleg dela in družine sem največ časa namenil športu, najprej kot aktivni športnik pri veslačih (krmar), potem pa kot kolesar. V kolesarskem klubu sem še danes. Opravljal sem veliko različnih funkcij, trenutno pa sem predsednik Kolesarskega društva Bled.

Za sodelovanje se ti zahvaljujem in ti želim vse dobro, to je uspešno v službi in predvsem zdravo doma.

Anton Koncilja



Med nekdanjimi sodelavci...



## ODPOVED POGODBE O ZAPOSLOTVI in PRAVICE DELAVCEV

**G**lede na to, da se v praksi, v zadnjem času vse pogostejše pojavljajo vprašanja v zvezi z odpovedjo pogodbe o zaposlitvi (predvsem iz poslovnega razloga) in s pravicami, ki delavcu ob odpovedi pripadajo, vam v nadaljevanju to tematiko predstavljamo nekoliko bolj podrobno.

Delovno razmerje se začne s podpisom pogodbe o zaposlitvi, do katerega pride le, če stranki soglašata s vsebino pogodbe. Ravno nasprotno pa za razdrtje pogodbe v večini primerov zadostuje le volja ene od strank, saj lahko tako delodajalec kot delavec pogodbo o zaposlitvi odpove, če nastopijo določeni razlogi. Zakon o delovnih razmerjih (ZDR) loči med odpovedmi, na podlagi katerih delavcu odpovedni rok pripada in med tistimi, na podlagi katerih mu delovno razmerje preneha brez odpovednega roka. V zadnjem obdobju so (vsaj med našimi člani) aktualne odpovedi pogodbe o zaposlitvi iz poslovnega razloga in to predvsem individualne, čeprav je tudi kar nekaj primerov odpovedi večjemu številu delavcev. Zato vam bolj podrobno predstavljamo ravno odpoved iz poslovnega razloga in pravice, ki delavcem pripadajo v tem primeru.

1. Poslovni razlog je v ZDR definiran kot »prenehanje potreb po opravljanju določenega dela, pod pogoji iz pogodbe o zaposlitvi, zaradi ekonomskih, organizacijskih, tehnoloških, strukturnih in drugih podobnih razlogov na strani delodajalca«. Resda je ta definicija podobna opredelitvi presežnih delavcev po starem ZDR, vendar se od nje bistveno razlikuje in sicer:

- novi ZDR ne govori več o prenehanju potreb po delavcih, ampak o prenehanju potreb po opravljanju določenega dela, pod pogoji iz pogodbe o zaposlitvi, ki sta jo podpisala delavec in delodajalec. To torej pomeni, da se prenehanje ne navezuje na posameznega delavca ampak na njegovo delo, ki je opredeljeno v pogodbi o zaposlitvi, - prav tako pa novi ZDR ne pozna več instituta začasnih presežkov, ampak ureja le prenehanje pogodbe o zaposlitvi zaradi prenehanja potreb po opravljanju določenega dela.

2. Delavci, ki prejmejo individualno odpoved iz poslovnega razloga, se pogosto vprašajo, zakaj so odpoved prejeli ravno oni, če pa so bili pri delu uspešnejši od nekaterih sodelavcev, ki so zaposlitev kljub temu obdržali. S tem, ko zakon kot razlog odpovedi iz poslovnega razloga določa prenehanje potreb po opravljanju določenega dela, poudarja pogodbeno naravo delovnega razmerja. Zato je za odpoved pogodbe o zaposlitvi pomembno, da delodajalec ne potrebuje več določenega dela (in ne delavca) in sicer pod pogoji, ki jih je s pogodbo o zaposlitvi dogovoril s posameznim delavcem. Iz navedenega torej izhaja, da uspešnost ali kakšen drug kriterij pri individualni odpovedi pogodbe o zaposlitvi nima prav nobene vloge, to pa zato, ker delodajalec ne potrebuje več določenega dela, pa čeprav ga je opravljal delavec, ki je bil pri tem uspešnejši ali kakorkoli drugače »boljši« v primerjavi z drugimi. In če

delodajalec opravljanja določenega dela ne rabi več, bo odpovedal tisto pogodbo o zaposlitvi, na podlagi katere ga je konkreten delavec opravljal (pogodbena narava delovnega razmerja; pogodbo o zaposlitvi lahko odpove vsaka od strank).

**Pri individualni odpovedi pogodbe o zaposlitvi, upoštevajoč pogodbeno naravo delovnega razmerja in definicijo poslovnega razloga, tako delodajalcu ni potrebno upoštevati kriterijev za določitev »presežnih delavcev«, saj se odpoveduje pogodba tistemu delavcu, ki je opravljal delo, ki je zaradi poslovnih razlogov postalo nepotrebno.** Obstoj poslovnega razloga za odpoved določenemu delavcu bo moral dokazati delodajalec. Seveda bo pri tem moral upoštevati tudi procesne oziroma formalne zahteve, ki jih zakon predpisuje za takšno odpoved (med drugim bo moral v odpovedi obrazložiti, zakaj je zaradi sprejetja poslovne odločitve prenehala potreba po opravljanju določenega dela, zaradi česar tudi konkretnega delavca, ki je podpisal pogodbo o zaposlitvi za to delo, ne potrebuje več).



V praksi se v primerih individualnih odpovedi iz poslovnega razloga, v postopkih pred sodišči, že pojavljajo težave. Pri odpovedi se namreč srečata interes delavca (obdržati zaposlitev) in delodajalca (uresničevati pravico do svobodne gospodarske pobude). V odločitvi delodajalca, da odpove pogodbo o zaposlitvi delavcu, se po mnenju pravnih strokovnjakov, na nek način odraža tudi pravica do svobodne gospodarske pobude, zagotovljena z Ustavo RS. Ta pravica pa pomeni, da se lahko vsak posameznik, ki se želi ukvarjati s podjetništvom, svobodno odloči, s kakšno dejavnostjo se bo ukvarjal in kdaj bo sprejel odločitev o odpovedi posameznih pogodb, med njimi tudi pogodb o zaposlitvi. In ravno zato sodišča, v primeru spora zaradi odpovedi pogodbe o zaposlitvi iz poslovnega razloga, ne presojuje poslovne odločitve delodajalca, ampak vprašanje, ali je delodajalec zadostil vsebinskim in formalnim zahtevam za zakonitost odpovedi.





3. Delavcu, ki mu je bila odpovedana pogodba o zaposlitvi iz poslovnega razloga pripadajo določene pravice in sicer: **odpovedni rok in nanj vezane pravice, pravica do odpravnine ter pravica do nadomestila za brezposelnost.**

Dolžina odpovednega roka za posameznega delavca je odvisna od dolžine delovne dobe delavca pri delodajalcu, ki mu je pogodbo odpovedal, vključno z delovno dobo pri njegovih pravnih prednikih. Delavcu, ki ima pri delodajalcu:

- manj kot pet let delovne dobe, pripada 30 dni odpovednega roka,
- najmanj pet let delovne dobe, pripada 45 dni odpovednega roka,
- najmanj 15 let delovne dobe, pripada 75 dni odpovednega roka,
- najmanj 25 delovne dobe, pripada 150 dni odpovednega roka.

Odpovedni rok začne teči naslednji dan po vročitvi odpovedi. Ves čas odpovednega roka ima delavec pravico do plačane dvourne tedenske odsotnosti, zaradi iskanja nove zaposlitve. Naj pojasnimo, da je delavec **v času odpovednega roka še vedno v delovnem razmerju in še vedno opravlja delo**, ki bo po poteku odpovednega roka sicer postalo nepotrebno. V praksi se namreč še vedno dogaja, da delodajalec delavcu v odpovednem roku odredi drugo delo, kar je v nasprotju z zakonom. V primeru torej, da delodajalec delavčevega dela v času, ko teče odpovedni rok, ne potrebuje več, obstajata dve možnosti: delavec je doma in prejema 100% nadomestilo plače; delodajalec delavcu ponudi možnost skrajšanja odpovednega roka oziroma izplačilo odškodnine namesto roka. V kolikor pride do dogovora, mora biti le-ta sklenjen v pisni obliki.

**Pomembno je, da delavec do poteka odpovednega roka izrabi morebitne več opravljene ure in letni dopust (v kolikor ga ne bo prenesel k drugemu delodajalcu).**

Delavcu, ki mu je bila odpovedana pogodba o zaposlitvi iz poslovnega razloga pripada odpravnina, katere višina je prav tako vezana na delovno dobo pri delodajalcu. Osnova za izračun odpravnine je delavčeva povprečna bruto plača, ki jo je prejel ali ki bi jo prejel, če bi delal v zadnjih treh mesecih pred **VROČITVIJO ODPOVEDI**. Za izračun povprečne plače je potrebno upoštevati cele mesece pred odpovedjo, ker je »enota« za določanje plače mesec.

Tako določena osnova se nato pomnoži z delovno dobo delavca pri delodajalcu. In sicer pripada delavcu za vsako leto dela:

- 1/5 osnove, če ima pri delodajalcu več kot eno in manj kot pet let delovne dobe,
- 1/4 osnove za več kot pet in manj kot 15 let delovne dobe pri delodajalcu,
- 1/3 osnove za najmanj 15 let delovne dobe pri delodajalcu.

Zakon o delovnih razmerjih določa maksimalno višino odpravnine, ki ne sme presegati delavčevih desetih povprečnih plač – 10-kratnik delavčeve plače (če ni v kolektivni pogodbi dejavnosti drugače določeno). Če odpravnina presega zakonsko oz. s kolektivno pogodbo določeno dopustno odpravnino, pade njen del oziroma celotna odpravnina pod obravnavo v skladu z Zakonom o dohodnini in v Zakonom o prispevkih. Delavec mora namreč v tem primeru plačati dohodnino od presežka in prispevke od celotne odpravnine. Prav tako pa pade pod davčno sicer zakonsko izplačana odpravnina, ki presega 10 povprečnih plač v RS (Zakon o dohodnini).

## lipbled®

Na koncu naj poudarimo samo še to, da se **DELAVEC PRAVICI DO ODPRAVNINE NE MORE ODPOVEDATI**, ker bi bilo to v nasprotju z namenom in smislom same pravice (odločba Ustavnega sodišče RS). Odpravnina namreč zagotavlja odpuščenemu delavcu določeno socialno varnost ob prehodu v brezposelnost in hkrati pomeni odmeno za dotedanje delo pri delodajalcu. Resda zakon izrecno ne določa, da se delavec pravici do odpravnine ne more odpovedati, vendar to izhaja iz namena in smisla zakonske ureditve te pravice, ki sodi v okvir z Ustavo RS zagotovljene pravice do socialne varnosti in pravice do varstva dela. Zato je kakršnakoli odpoved odpravnini neveljavna.

Barbara Filipov



## REDNI LETNI SESTANEK PLANINSKE SEKCIJE Lipbled



Lipovi planinci smo se v sredo, 13. decembra 2006 zbrali na rednem letnem sestanku planinske sekcije na Direkciji. Tudi letos se lahko pohvalimo, da smo osvojili vse zastavljene cilje. Imeli smo 15 planinskih izletov, od tega 5 v tujini. Na treh izletih nam je ponagajalo vreme, ki je zakrilo razgled po okolici, dežnikov pa kljub vsemu nismo potrebovali. Nesreč ni bilo, pridobili pa smo tudi pet novih članov. Vseh petnajst pohodov so opravili Janez Pikon, Valentina Bijol, Jelka in Jordan Blažević in Zdravko Zalokar. Enega manj so se udeležile Anica Veber, Jelka Kunej in Franc Bijol, na enajstih pohodih je bila Ivica Godec, na desetih Jože Marolt in na devetih Stanka Zupan.

Zdravko Zalokar



Na Vodnikovem razgledniku

### Plan pohodov 2007

<b>1. januar</b>	Rudnica	948 m
<b>6. januar</b>	pot Nomenj - Gorjuše - Vodnikov razglednik	1044 m
<b>3. marec</b>	Blegoš (s Črnega vrha)	1562 m
<b>25. marec</b>	Snežnik	1796 m
	in Sviščaki	1242 m
<b>24. april</b>	Rudnica (spominski pohod)	948 m
<b>5. maj</b>	Volovja reber - Milanka	948 m
	in Velika Milanija	1099 m
<b>26. maj</b>	Osojščica (Gerlitzten) nad Osojskim jezerom	1909 m
<b>9. junij</b>	Lisec	1653 m
	in Črna gora	1606 m
<b>24. junij</b>	Korita Čepe pod Ljubeljem	
<b>28. julij</b>	Lipnik nad Dunjo	1800 m
<b>12. avgust</b>	Monte Cristallo nad Cortino	3153 m
<b>26. avgust</b>	Skuta	2532 m
	in Dolgi hrbet in Mlinarsko sedlo s Češke koč	2334 m
<b>8. september</b>	Montaž - pot ViaAmalia po SV steni ali normalni pristops planine Pecol	2666 m
<b>23. september</b>	Krimlski slapovi	1507 m
<b>14. oktober</b>	Krn iz Drežnice	2244 m
	- po planinski poti ali zavarovani plezalni poti Silva Korena	

Vabimo vas, da se nam na kakšnem od pohodov pridružite tudi vi.



Na Gorjušah



Tudi za počitek in malico je treba vzeti čas



## NOVOLETNO SREČANJE UPOKOJENCEV

**V** *lipbled* se zavedamo, da so redna srečanja z našimi bivšimi sodelavci, ki sedaj uživajo zasluženo pokojnino, pomembna ne samo zaradi tradicije ampak predvsem zato, da zvejo, kaj se z njihovim podjetjem dogaja, kakšne uspehe dosegamo, pa tudi s kakšnimi problemi se srečujemo.

Tudi letos smo pripravili novoletno srečanje in sicer 20. in



21. decembra za upokojence tovarn Rečica, Mojstrana in Podnart ter Direkcije v jedilnici PC Notranja vrata na Rečici, za upokojence iz PC Opažne plošče, PC Masivno pohištvo ter Filba pa 21. in 22. decembra v jedilnici v Bohinju.



Kot vedno je bila udeležba tudi letos množična, saj smo našli več kot 260 udeležencev. Predsednik uprave in izvršni direktorji posameznih PC so jih seznanili s poslovanjem v letu 2006, načrti za leto 2007, mnogi pa so si tudi ogledali proizvodnjo. Posebno tisti starejši so takoj opazili razliko med razmerami v proizvodnji v »njihovem času« in danes. Po uradnem delu je sledilo družabno srečanje ob kosilu in kozarčku.

Vedno znova ugotavljamo, da so novoletna srečanja upokojencev v *lipbled* pomembna vez med generacijami. Čeprav v pokoju, niso pozabili na svoje podjetje in z zanimanjem spremljajo vse, kar se v njem in v zvezi z njim dogaja. Njihova pripadnost podjetju nam je lahko še danes za vzor.

Anton Koncilja

## RAZPIS ZA LIP-OV DAN



**zadnji čas, da pričnete s treningi!**

## LETOVANJE 2007

**GARSONJERE** - BARBARIGA pri Peroju (1), MIHOLAŠČICA na Cresu (1), LOPARI na Lošinj (2), in GAJAC na Pagu (2)

-izmena traja 10 dni / menjave bodo v naslednjih dneh med 10.00 in 12.00 uro:

1.6. - 11.6. - 21.6. - 1.7. - 11.7. - 21.7. - 31.7. - 10.8. - 20.8. - 30.8. - 9.9. - 19.9.

GAR

### POČITNIŠKI HIŠICI v Atomskih toplicah (camp)

Dve počitniški hišici. Izmena traja 7 dni, menjava bo v petkih po 12.00 uri:

20.4. - 27.4. - 4.5. - 11.5. - 18.5. - 25.5. - 1.6. - 8.6. - 15.6. - 22.6. - 29.6. - 6.7. - 13.7. - 20.7. - 27.7. - 3.8. - 10.8. - 17.8. - 24.8. - 31.8. - 7.9. - 14.9. - 21.9. - 28.9. -

**KOČA V VRATIH** - Izmena traja 7 dni, menjave bodo v petkih po 12.00 uri.

**GARSONJERA V ATOMSKIH TOPLICAH** - Izmena traja 7 dni, menjave bodo v petkih ob 12.00 uri.

Izven omenjenih terminov se proste počitniške kapacitete koristijo po dogovoru. Zaposlene prosimo, da o razpisu obvestijo tudi upokojence.

Prijavnice dobite v tajništvu posamezne tovarne oz. v splošnem sektorju. Prijave pošljite na naslov splošnega sektorja *lipbled* do 23. 3. 2006. Prijavnic, na katerih ne bosta vpisana dva termina, ne bomo upoštevali!

### PLAČILNI POGOJI:

Zaposleni *lipbled* plačajo počitnikovanje v dveh zaporednih mesečnih obrokih s tem, da prvi obrok zapade plačilu v mesecu pričetka letovanja. Zunanji gosti plačajo pred pričetkom letovanja v celoti.

Morebitno povzročeno škodo na objektu, opremi ali inventarju je koristnik na podlagi komisjskega zapisnika dolžan povrniti.

Samovoljna zamenjava gostov v počitniških kapacitetah ni dovoljena. Vsaka kršitev se kaznuje s 50% zneskom letovanja.

LIP Bled d.d.



## PRIJAVNICA ZA LETOVANJE (obkroži)

### Leto 2007

v / na garsonjeri.....

hišici v Atomskih toplicah

koči v Vratih

PRIIMEK IN IME: ....., STANUJOČ: .....

ROJ. LETO: ....., ZAPOSLEN V LIP PC ....., ☎ doma: .....

Počitniški objekt želim koristiti od \_\_\_\_\_ do \_\_\_\_\_ ali od \_\_\_\_\_ do \_\_\_\_\_.

**Upoštevamo izključno prijavnice, kjer sta navedena dva termina!**

Poleg mene bodo letovali še:

	PRIIMEK in IME	Leto roj.	NASLOV	ZAPOSLEN v
1.				
2.				
3.				
4.				

**GARSONJERE** - BARBARIGA pri Peroju (1), MIHOLAŠČICA na Cresu (1),  
LOPARI na Lošinju (2), in GAJAC na Pagu (2)

- izmena traja 10 dni / menjave bodo v naslednjih dneh med 10.00 in 12.00 uro:

1.6. - 11.6. - 21.6. - 1.7. - 11.7. - 21.7. - 31.7. - 10.8. - 20.8. - 30.8. - 9.9. - 19.9.

**POČITNIŠKI HIŠICI v Atomskih toplicah (camp)**

Dve počitniški hišici. Izmjena traja 7 dni, menjava bo v petkih po 12.00 uri:

20.4. - 27.4. - 4.5. - 11.5. - 18.5. - 25.5. - 1.6. - 8.6. - 15.6. -  
22.6. - 29.6. - 6.7. - 13.7. - 20.7. - 27.7. - 3.8. - 10.8. - 17.8. -  
24.8. - 31.8. - 7.9. - 14.9. - 21.9. - 28.9.

**GARSONJERA V ATOMSKIH TOPLICAH (atomska vas)** - Izmjena traja 7 dni, menjave bodo v petkih po 12.00 uri.

**KOČA V VRATIH** - Izmjena traja 7 dni, menjave bodo v petkih po 12.00 uri.

**PLAČILNI POGOJI:**

Zaposleni v LIP-u Bled plačajo počitnikovanje v dveh zaporednih mesečnih obrokih s tem, da prvi obrok zapade plačilu v mesecu pričetka letovanja.

- Morebitno povzročeno škodo na objektu, opremi ali inventarju je koristnik na podlagi komisijskega zapisnika dolžan povrniti.
- Samovoljna zamenjava gostov v počitniških kapacitetah ni dovoljena. Vsaka kršitev se kaznuje s 50% zneskom letovanja.

Prijave pošljite do 23.03.2007 na naslov splošnega sektorja LIP Bled.

Podpis

.....



## Cene letovanja za leto 2007

### GARSONJERE :

	sezona od 1.7 do 31. 8.		pred sezona / pred 1.7. po 1.9.	
	zaposleni LIP	zunANJI g.	zaposleni LIP	zunANJI g.
Cres - Zaglav	22,00 EUR	29,00 EUR	16,00 EUR	22,00 EUR
Lošinj - Lopari	30,00 EUR	35,00 EUR	23,00 EUR	30,00 EUR
Barbariga	30,00 EUR	35,00 EUR	23,00 EUR	30,00 EUR
Pag - Novalija	35,00 EUR	40,00 EUR	30,00 EUR	35,00 EUR

### POČITNIŠKA HIŠICA V PODČETRJKU (Camp):

Zaposleni LIP / 37 EUR) Zunanji gostje / 44 EUR

V ceno je vključeno:

- bivanje v kampu v času od 22. aprila do 30. septembra vendar za največ pet oseb na poč. enoto;
- brezplačno kopanje v hotelskem bazenu BREZA\*\*\*\* v času bivanja, vendar največ pet oseb na dan;
- brezplačno kopanje v Termalnem parku Aqualuna z možnostjo dvakratdnevnega vstopa za dogovorjeno število oseb (tri odrasle) v času od 22. aprila do 30. septembra;
- brezplačno kopanje v bazenih Termalija v času od 1. maja do 30. junija in od 1. do 30. septembra, vendar je skupno število vstopov v bazen (Aqualuna in Termalija) omejeno na dva vstopa.

### KOČA V VRATIH:

Zaposleni LIP / 27 EUR      Zunanji gostje / 35 EUR

### GARSONJERA V ATOMSKIH TOPLICAH (Atomska vas):

Zaposleni LIP / 27 EUR      Zunanji gostje / 35 EUR

V ceno je vključeno:

- Bivanje v garsonjeri
- karte za bazen in v savne niso vključene v ceno

Cene so okvirne in se bodo v primeru večjih sprememb spremenile!  
V ceni je vključen DDV.



## KADROVSKE SPREMEMBE V DECEMBRU IN JANUARJU

### Program opaznih plošč

prišli : Čufer Franc, Ličef Anamaria  
odšli : Štros Grozdana, Langus Viktorija  
upokojili: Langus Marica, Medja Ivanka

### Program notranja vrata

prišli: Polajnar Andrej, Pavlič Peter, Grm Klemen, Smajlovič Armin, Dolenc Jelka, Podgorelec Velimir,

odšli: Pavlovič Denis, Primožič Blaž, Osredkar boštjan, Verčič Gregor, Žnidaršič Martin, Smolej Klemen  
upokojili : Zupan Janez

### Maloprodaja in inženiring

prišli : Zupan Franc, Košir Florijan  
odšli : Žnidar Matjaž, Zupan Mirko, Polajnar Andrej

### Direkcija

prišli: Gotovac Nada, Gotovac Ivan

# lipbled®

## STANJE ZAPOSLENIH

	DECEMBER	JANUAR
PC opazne plošče	293	294
PC masivno pohištvo	40	40
PC notranja vrata	251	249
Maloprodaja&inženiring	39	37
Direkcija	33	33
<b>LIP BLED</b>	<b>656</b>	<b>653</b>

## DOGAJANJA NA BLEDU

Torek, 20.2.	od 10h do 12h	<b>OTROŠKO PUSTOVANJE</b> Otroško rajanje z DJ Klemenom	Trgovski center Bled
Torek, 20.2.	od 14h do 18h	<b>VLEKA PLOHA S KONJSKO VPREGO</b> Star pustni običaj bodo predstavili vaški fantje iz Gorij	Zgornje Gorje – pred gostilno Zadruga
Torek, 20.2.	od 16h do 18h	<b>VLEKA PLOHA</b> Predstavitve starega običaja vleke ploha, ki so ga izvajali naši predniki ob pustu. Tokrat bodo običaj oživel vaški fantje iz Podhoma	Podhom – pred gasilskim domom
Sobota, 24.2.	ob 12h	<b>9 MILIJONTA KREMNA REZINA</b> Prireditev ob pričakovanju 9 milijonte kremne rezine z degustacijami in nagradami.	Kavarna Hotela Park
Sobota, 24.2.	od 12h dalje	<b>EUROSANK 2007</b> - najatraktivnejši slalom v zgodovini slovenstva	Pokljuka - Rudno polje
Nedelja, 25.2.	ob 17h	<b>Ples ob petih</b>	Kavarna Hotela Astoria











## **PESEM KOT UTEHA**

*Pesem je moja uteha.  
Stihi so stkani iz  
joka in smeha. Včasih  
opišem veselje, ko gledam  
ljudi, ki se s srcem smejujejo.  
Včasih mi je težko,  
kadar se smejati bojijo.  
Pesem je živa, kadar jo  
namenim ljudem; je  
poskočna, igriva, kadar  
ima pravi pomen.  
Pesem je moja tolažba,  
moj svet in veselje,  
ko se žalost na valovih  
radosti odpelje...*

*Januša Dežman*