



Mercator

časopis Poslovnega sistema Mercator

št: 10 -11, november 1999





Pošljite jim svoj pozdrav!

Center Dolfke Boštjančič, Draga pri Igu
1292 Ig

Zavod za varstvo in usposabljanje dr. Marijana Borštnarja Dornava
Dornava 128
2252 Dornava

Varstveno delovni center
Šmihel 1
8000 Novo mesto

Center slepih in slabovidnih Škofja Loka
Stara Loka 31
4220 Škofja Loka

Bolnica Stara Gora
Stara Gora
5290 Šempeter pri Novi Gorici

Center za usposabljanje Elvira Vatovec - Strunjan
Strunjan 140
6320 Portorož

Sklad Silva, Društvo za kakovostno življenje ljudi s posebnimi potrebami
Fijeroga 10
6274 Smarje

K A Z A L O

na kratko

**KRATKE VESTI IZ MERCATORJA,
O MERCATORJU IN OD DRUGOD**

stran 4

mercator moje dežele

O naši 50 letnici

stran 6

Za tisoč obrazov sreče

stran 9

Novo v Zasavju

stran 10

**Komentar na javno sporočilo
sindikata**

stran 12

Z ljudmi v novomeškem centru

stran 14

Vrt na kranjskem zlatem polju

stran 17

V Modni hiši Maribor

stran 18

Z ljudmi v ljubljanskem centru

stran 22

**Vrhunske kuhinje v M Studiu
Mercatorjeva prepoznavnost
na Štajerskem**

stran 27

stran 28

Branje za znanje

Osvetljava nakupovalnih centrov

stran 30

Dnevi Krompirja

stran 34

Ljubljana in Veselje

**Krčani martinovali v Ljubljani, moda,
potopis, zelene strani**

stran 36

Časopis Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Dunajska 107.

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana, Dunajska 107, telefon 061/160 11 31, 160 11 32.

Urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk in tisk: Delo TČR, Ljubljana

Časopis prejema delavci, kmetje, učenci in upokojeanci Poslovnega sistema Mercator brezplačno.

Davek na dodano vrednost po stopnji 8%.

Naklada: 9.700 izvodov.



Vesna Bleiweis

O zlorabljenem zaupanju v poklicno poštenost

V zadnjem času je zanimanje medijev izzvala vrsta disciplinskih postopkov in prenehanj delovnih razmerij blagajničarkam, ki so nepošteno uporabljale kartico Mercator Pika. In sicer tako, da so ob gotovinskem plačilu kupca enostavno "podrsale" svojo kartico in tako nabirale pike za bonus, ki ga prinaša vsako gotovinsko plačilo. Nekaterè med prizadetimi so si tako nabrale kar lep kupček.

Poštenosti, kot prvi trgovčevi zapovedi, sem namenila uvodnik v šesti številki našega časopisa. Med drugim sem zapisala tole: "Zavest, da je ugled določenega poklica in podjetja usodno odvisen od poštenosti, torej imamo. In ker smo v Mercatorju pretežno trgovci, je poštenost tudi naša temeljna vrednota, ki jo izpovedujemo v poslanstvu Mercatorja, najboljšega sosedu. Dober glas gre v deveto vas, slab v vsako. Vsaka nepoštenost nas zaznamuje, vsak tudi najmanjši primer se posploši ne samo v sredinah, kjer je bila ugotovljena, senca nepoštenosti pade na vse."

Blagajne so v trgovini najbolj izpostavljeno mesto, saj se prav pri njih najpogosteje srečujeta kupec in trgovec. Ne glede na to, kako kvalificiramo zagrešeno in še marsikakšno drugo dejanje, je navedena malverzacija v prvi vrsti popolno razvrednotenje zaupanja in poklicne poštenosti. To dejanje posameznikov meče slabo luč na vse, je razvrednotenje zvestobe potrošnikov in predvsem razvrednotenje vnaprejšnjega Mercatorjevega zaupanja v lastne ljudi.

Primeri dejanj, ki so jih odkrili v Mercator SVS in Mercator Trgovini Ljubljana so toliko bolj zaskrbljujoči, ker so delovale blagajniške "izmenske naveze" po načelu roka roko umije.

"Nisem kradla" je bilo ničkolikokrat slišati v zagovorih. Blagajna je "štimala". Kako pa je z vestjo, ko se je pripisovalo nekaj, kar ti ne gre in to lahko le zato, ker sediš za blagajno?

Zlorabe kartic so pričakovane, potuhnjena zloraba stola za blagajno, pa je profesionalni madež, ki ga ne bo lahko očistiti. Zato je strogost ukrepov v vseh dokazanih primerih tovrstnih zlorab upravičena. Koliko je še neodkritih tovrstnih navez?

Vesna Bleiweis



**Odmevi na uvodnik
v prejšnji številki časopisa**

RES JE!

Prijetno sem bil presenečen, ko sem ob plači 15. 9. 1999 ugotovil posebno stimulacijo za opravljeno delo v Mercator Centru Ljubljana. Potrjena je bila namreč navedba v uvodniku septembrske številke našega časopisa "dobro opravljeno delo terja pošteno plačilo".

Pa tudi sicer je res, kar je zapisano v tem uvodniku. Tako kot je bilo v Mercator Centru Ljubljana, je mnogokrat tudi v manjših kolektivih in v manjših objektih. Nova ali prenovljena trgovina ob polnitvi zahteva pridne roke, organiziran potek dela in kar je najpogosteje - izredno kratek rok. Čas je neusmiljen priganjač in strnjen v hudo podaljšan delovnik. Iz svojih izkušenj vem, da so to delo vedno in povsod spremljale srčnost, nesebičnost in solidarnost med sodelavci. Biti del tega vzdušja in ga občutiti, je zame vselej posebno dragocena nagrada. Bil pa bi nepošten, če ne bi hkrati priznal, da tudi denar poboža in da enako dobro deluje tudi to, da Mercatorjeva uprava ob skupinskem uspehu opazi tudi posameznike.

In prav za to potezo, si Mercatorjeva uprava zasluži aplavz.

Stanko Klemenčič Saražin, Ljubljana

Urednici Vesni Bleiweis

To je dragocenost, ki jo nosimo v sebi in s seboj že 50 let.

Lepo ste povedali, hvala vam.

**DEVETMSEČNI REZULTATI
POSLOVANJA**

Ljubljana, 10. november 1999 - Mercatorjev nadzorni svet je obravnaval poročilo o delu uprave v času od septembra do novembra, poročilo o poteku naložb ter druge aktualne zadeve s področja njegove pristojnosti.

Med najbolj aktualne zadeve je uvrstil rezultate poslovanja v devetih mesecih letošnjega leta. Ugotovitve nadzornega sveta v zvezi z njimi so bile porzete in objavljene v naslednjem sporočilu za javnost: "Nadzorni svet delniške družbe Poslovni sistem Mercator je na 15. seji 10. novembra 1999 med drugim obravnaval tudi 9 mesečno poslovanje družbe v letu 1999 in ugotovil, da so rezultati dobri in presegajo planirana pričakovanja. Tako so prihodki obvladujoče družbe iz prodaje glede na enako obdobje lani večji za 13%, presežen pa je tudi celotni dobiček obvladujoče družbe, ki znaša 1,877 mlrd tolarjev in predstavlja glede na enako obdobje lani 67% povečanje."

na kratko

**Število izdelkov z blagovno znamko
Mercator**

Na začetku novembra lahko med živili naštejemo 20 izdelkov z Mercatorjevo blagovno znamko, med alkoholnimi in brezalkoholnimi pijačami 7, v skupini kozmetičnih izdelkov, izdelki za higieno in sredstva za pranje in čiščenje jih naštejemo 6, 3 sodijo v skupino papirne, kovinske in plastične galanterije. Če bi seštevali tudi različne okuse, gramature in podobno, v teh skupinah naštejemo 40 izdelkov. V skupini tekstilnih izdelkov, ki jih označujemo z M linijo, je 8 izdelkov. Če bi v M liniji seštel izdelke v različnih krojnih in barvnih izvedbah, je teh izdelkov skupaj 33.



Kolegij direktorjev vseh koncernskih družb

Ljubljana, 16. november 1999 - v Ljubljani je zasedal kolegij direktorjev vseh koncernskih družb. V uvodnem delu zasedanja so direktorji poslušali oceno ključnih problemov Republike Slovenije v pristopnih pogajanjih k Evropski Uniji, ki jo je podal vodja pogajalske skupine **dr. Janez Potočnik**.

V nadaljevanju pa so direktorji obravnavali rezultate poslovanja v obdobju januar - september 1999, sprejeli srednjeročni gospodarski načrt do leta 2003, oblikovali stališča v zvezi z zavarovanjem premoženja ter stališča v zvezi z organizacijskima predpisoma o postopkih za izterjavo terjatev ter o povračilih stroškov v zvezi z delom.

Sicer pa je kolegij direktorjev vseh koncernskih družb osrednji posvetovalni organ koncerna, ki ga vodi predsednik Mercatorjeve uprave. Ob njem so še trije specializirani

kolegiji, in sicer kolegij trgovskih družb, kolegij netrговskih družb in kolegij finančnih direktorjev, ki jih vodijo pristojni člani uprave Marjan Sedej, Aleš Čerin in Jadranka Dakič.



dr. Janez Potočnik

na kratko

Razvoj franšizne mreže

Po podtakah strokovne službe, ki skrbi za razvoj Mercatorjeve franšizne mreže je v mrežo vključenih 54 maloprodajnih enot nekde v Mercator vključenih kmetijskih zadrug, 8 prodajal je v trgovskem podjetju Alpkomerc, Tolmin. Franšizno pogodbo ima z Mercatorjevimi družbami sklenjeno še 14 prejemnikov franšize. Zadnjo Mercatorjevo franšizno trgovino je v Ločah odprlo podjetje Kračun, d.o.o.

Letno poročilo 1998 v finalu, urednici časopisa Mercator častna diploma

Na letošnjem tekmovanju za veliko nagrado Grand Prix, ki jo vsako leto podeljuje FEIEA Evropska zveza urednikov in novinarjev podjetniških časopisov, se naš časopis ni prav dobro odrezal, nekoliko bolje pa letno poročilo za leto 1998.

Žirija, ki je zasedala konec septembra v švedskem Geteborgu, je letno poročilo uvrstila med 8 finalistov. Sicer pa je žirija ocenjevala več kot 190 primerkov letnih poročil iz podjetij v Evropski Uniji.

Med slovenskimi udeleženci tekmovanja se je v kategoriji revij v finale uvrstila revija Škrjanček, ki jo izdaja Telekom, med časopisi pa glasilo Nove kreditne banke Maribor.

Čisto praznik rok na Švedskem Mercator ni ostal. Urednici časopisa je FEIEA podelila častno diplomu za delo na področju internega komuniciranja, s katerim prispeva k boljšim medčloveškim odnosom v podjetju.

Skupščini delničarjev družb Hubelj, Ajdoščina in Grosist, Nova Gorica

22. novembra 1999 bo skupščina trgovske družbe Grosist iz Nove Gorice razpravljala o pripojitvi k družbi Mercator Goriška, skupščina delničarjev trgovske družbe Hubelj iz Ajdoščine pa bo o tem sklepala 29. novembra 1999. S pripojitvijo navedenih družb k družbi Mercator Goriška, bo na območju širše Primorske postavljena Mercatorjeva regijska družba.



Diploma of Honour

awarded to

Mrs. Vesna Bleiweis

*in recognition of outstanding services in the
promotion of better human relationships in industry
through the medium of communications*

President

Secretary General

Date: sept. 1999

Federaty, Federation of European Industrial Editors Association



Nagrajeni za življenjsko delo v Mercatorju (z leve proti desni): Franc Tomanič, Miran Goslar, Adi Osterc in Franc Prvinšek, med njimi Zoran Jankovič. "Nikoli ni tako dobro, da ne bi moglo biti jutri še boljše"; je v imenu nagrajencev Mercatorjevcev na srce položil Miran Goslar

O NAŠI 50. LETNICI

V Cankarjevem domu v Ljubljani je bila 9. oktobra slovesnost, namenjena 50 letnici Mercatorja. Najuspešnejše slovenske popevke, ustvarjene v teh 50 letih, prirejene za nenavadne duete in zapete na nov način, so navdušile. Vrhunec večera je bila podelitev Mercatorjevih priznanj za življenjsko delo v Mercatorju.

Osrednji del proslave - koncert in uvodne besede predsednika države Milana Kučana in Mercatorjeve uprave Zorana Jankoviča ste lahko spremljali po televiziji.

Vrnimo se k odločitvi, kako bo Mercator proslavil svojo 50 letnico.

Odločitev je temeljila na dejstvu, da je 50 letnica je potrditev Mercatorjeve rasti, zvestobe potrošnikov in številnih generacij zaposlenih ter poslovnih partnerjev.

Uprava je že februarja imenovala

odbor, ki naj pripravi vsebinsko in časovno zasnovo vseh aktivnosti, povezanih s 50 letnico. Odbor je vodil član uprave **Aleš Čerin**, v njem pa so bili še direktorica sektorja za marketing **Mateja Jesenek**, vodja studia za ekonomsko propagando **Vojteh Miklavčič**, svetovalka za odnose z javnostmi **Marjeta Vilar** in **Vesna Bleiweis**. Za operativno administrativne posle odbora je skrbela **Slavka Jozelj**.

Odbor je aktivnosti v zvezi s petdesetletnico razdelil na dve področji.

Področje marketinskih aktivnosti je bilo namenjeno predvsem potrošnikom (odprtje novih nakupovalnih centrov, prenova številnih samopostrežnih in drugih trgovin, celoletna akcija - 50% za posamezne izdelke, pospešeno povečevanje števila izdelkov z blagovno znamko Mercator in izdelkov s trajno nizkimi cenami), promocijski oglasi in druga promocijska sredstva, namenjena različnim javnostim. V tem delu je kot rezultat skupnega dela z agencijo Pristop nastala cela vrsta

Na podlagi Pravilnika o nagradah za življenjsko delo v Poslovnem sistemu Mercator je uprava v soglasju z direktorji vseh Mercatorjevih družb soglasno sprejela odločitev, da se ob 50 letnici Mercatorja nagrade podelijo:

Francu Tomaniču, direktorju predhodnic današnje družbe MercatorSVS v letih 1978-1994. Nagrajenec je združevalec jedra sedanje Mercatorjeve trgovine v severovzhodni Sloveniji. V času, ko je bilo povezovanje podjetij predvsem lokalno obarvano politično vprašanje, je nagrajenec z močjo ekonomskih argumentov združil ptujsko trgovino in jo postavil kot enega stebrov današnjega Mercatorja. V njegovem času osrednja osebnost štajerske in Mercatorjeve trgovine. Podeli se mu priznanje s srebrnim Mercatorjevim znakom.

Francu Prvinšku, podpredsedniku za področje Mercatorjeve komerciale, zvestemu Mercatorju od mladih nog, 35 let vodilni osebnosti Mercatorjevega komercialnega področja. V številnih generacijah poslovne javnosti in sodelavcev cenjen in spoštovan. V vseh okoliščinah, s katerimi je zgodovinsko zaznamovan razvoj slovenske trgovine, njegova beseda nekaj velja, velja njegovo razumevanje in spoštovanje partnerstva. Veljata njegova osebnost in profesionalnost. Po stažu v Mercatorju med najstarejšimi, po izvirnosti in izvedbi komercialne strategije pa med najmlajšimi. Podeli se mu priznanje s srebrnim Mercatorjevim znakom.

Miranu Goslarju, generalnemu direktorju in predsedniku Mercatorjeve uprave med leti 1974 in 1993. Utemeljitelj novega, prožnejšega in gospodarsko čvrsto povezanega Mercatorja. Ključna osebnost Mercatorjeve privatizacije, njene celovitosti in Mercatorjeve neokrnjene prepoznavnosti do danes. Velika in zlahtna osebnost Mercatorja in slovenskega gospodarstva z izbrušenimi, kritičnimi pogledi na aktualne družbene silnice. Podeli se mu priznanje z zlatim Mercatorjevim znakom.

Adiju Ostercu, Mercatorjevemu generalnemu direktorju v letih 1951-1974. Mercatorjeva legenda. Neuničljiv in brezkompromisni borec za Mercatorjev prostor v slovenski trgovini. Začetnik združevanja slovenske prostorsko in ekonomsko razdrobljene trgovine v Mercator. Ime Mercator je uveljavil v letu 1953. Biti v službi potrošnikov, spoštovati partnerje in zaposlene graditi na ljudeh, je rdeča nit nagrajenceve filozofije. Na njej Mercator gradi še danes. Podeli se mu priznanje z zlatim Mercatorjevim znakom.



Čestitka predsednika države Milana Kučana starosti Mercatorjevih direktorjev

oglaševalskih gradiv in gesel, ki smo jih videli v različnih medijih; nastal je promocijski film o Mercatorju, ki poudarja Mercatorjevo vseslovenskost in njegov razvoj skozi 50 let vse do današnjih dni. Vrhunec tega dela aktivnosti so donacije Mercatorjevih trgovskih družb ustanovam, ki na različnih območjih Slovenije skrbijo za ljudi s posebnimi

potrebami. Donacije bodo izročene konec novembra. Odbor je aktivnosti, namenjene predvsem zaposlenim, snoval in postavljaj povsem po lastnih zamislih in idejah. Sem so sodile odločitve o načinu in vsebini osrednje pozornosti zaposlenim, proslave v Cankarjevem domu, saj je odbor menil, da se Mercator lahko le s širši javnosti dostopno prireditvijo, kot univerzalnim darilom vsem generacijam zaposlenih, potrošnikov in partnerjev, zahvali za njihovo zvestobo in skupno delo. TV Slovenija je ponujeno partnerstvo sprejela in prenos osrednjega dela prireditve - koncerta nenavadnih duetov tudi realizirala.

V izvedbenem delu so bili imenitni sodelavci odbora: oblikovalka **Bojana Fajmut**, ki je izdelala celostno podobo jubilejnega srebrnika, pisma zaposlenim, vabila na prireditev v Cankarjev dom ter Mercatorjevih priznanj za življenjsko delo, ekipa Cafe Teatra z režiserjem **Andrejem Stražišarjem** in **Vito Mavrič**, **Zlatarna Celje**, osebje Cankarjevega doma in še vrsta drugih izvajalcev, ki so dokazali svojo profesionalnost in predvsem v veliki časovni stiski (ta sede za vrat vsem, ki se lotijo kakršnegakoli projekta) tudi veliko mero razumevanja in potrpljenja.

Razumljivo je, da je projekt, predvsem izpolnjevanje proračuna vseh aktivnosti nadzorovala uprava, ki je tekoče spremljala tudi vse "scenoslede". Njena najpomembnejša odločitev, sprejeta v soglasju z upravami vseh družb, je bila otipljiva v plačilnih kvertah vseh zaposlenih v Mercatorju 1. oktobra letos.

Osrednja proslava v Cankarjevem domu je za nami. Naletela je na različne odmeve. Od skrajno negativnih in politikanstko špekulativnih (tudi z žaljivimi in nedostojnimi napadi na predsednika države Milana Kučana in Zorana Jankoviča), do odobravanja in aplaudiranja, izraženega v številnih pohvalnih izjavah, ki smo jih prejeli po telefonu in v pismih. De gustibus non est disputandum - okusi so različni, o njih se ni vredno prepirati.

Za nas Mercatorjevce je najpomembnejše - pred nami so izzivi novega časa, novega tisočletja. Sprejemamo jih kot samozavestno, zimzeleno vseslovensko podjetje in kot kolektiv zvestih, pripadnih posameznikov. Popotnica, ki nam jo mnogi zavidajo.



Vesna Bleiweis

Plesalci plesne šola Kazina



Ko se je slovesnost iztekla, so se izpod stropa vsuli Mercatorjevi baloni. Tudi sicer hudo resni ljudje so se zabavali.

MERCATOR ZA TISOČ OBRAZOV SREČE

Naš skupni praznik 50-letnico delimo z okoljem, v katerem smo. Praznovanje svojega jubileja zaključujemo s humanitarno akcijo, ki smo jo poimenovali Mercator za tisoč obrazov sreče.



Direktorji trgovskih družb na novinarski konferenci predstavljajo dejavnost ustanov, ki so jim donacije namenjene

Na novinarski konferenci 16. novembra smo predstavili svojo odločitev, s katero želimo pomagati ljudem s posebnimi potrebami, ki zaradi različnih vzrokov ne morejo opravljati tega, kar se nam zdi povsem vsakdanje. Sedmim ustanovam, ki skrbijo za ljudi s posebnimi potrebami, bo Mercator 24. novembra 1999 izročil opremo, ki jo najbolj potrebujejo.

Donatorska sredstva so zagotovile vse trgovske družbe, ki so se o potrebah posvetovali in dogovorile z vodstvi ustanov. Skupna vrednost donacije je okoli 10 milijonov tolarjev.

Mercator Trgovina Ljubljana Centru Dolfke Boštjančič v Dragi pri Igu, podarja nov kombi. Mercator SVS Zavodu za varstvo in usposabljanje Dornava računalniško opremo, ki služi kot delovno terapevtski pripomoček. Novomeškemu Varstvenemu delovnemu centru Šmihel Mercator Dolenjska namenja specialno bolniško in invalidsko opremo. Škofjeloška Mercator Gorenjska je pozornost namenila Centru slepih in slabovidnih v Škofji Loki z nakupom računalniške opreme, prilagojene slepim. Iz Mercator Goriške prihaja darilo za bolnišnico v Stari Gori -

tam za mladino potrebujejo opremo za nevrofizioterapijo. Mercator Degro pa je svoje darilo razdelil med Center za usposabljanje Elvira Vatovec v Strunjanu in Sklad Silva, društvo za kakovostno življenje ljudi s posebnimi potrebami. Prvi bodo tako dobili opremo za zunanje igrišče in knjižnico, drugi pa opremo za večnamenski prostor.

Čeprav je načelo dobrotelčnosti, da naj o njej govorijo tisti, ki dobi in ne tisti, ki daje, se mi ob tej dobrotelni akciji zdi pomembno poudariti, da Mercator nekaj sreče ni namenil le v svojem imenu, temveč v imenu vseh, ki kupujejo v Mercatorju. Da bi tudi kupci lahko pozdravili svoje obdarovance, so zanje pripravljene posebne razglednice z motivom, ki ga je narisal Peter, varovanec Centra Dolfke Boštjančič.

Pišite, pozdravite, sporočite dobre želje - ne pozabite, da so med nami ljudje, ki bi tako radi hodili, brali, slišali, povedali... Ne pišite zaradi usmiljenja, pišite zaradi spoštovanja tega, kar želijo in zmorejo.

Vesna Bleiweis

V ZASAVJU ŠE VEČ NOVEGA MERCATORJA

V zadnjem mesecu je Mercator Trgovina Ljubljana, natančneje maloprodajno območje II v Litiji in Šmartnem pri Litiji odprlo dve prenovljeni trgovini, dve pa se prenavljata v Trbovljah.



V centru Litije je preurejena in založena prodajalna tekstila

Prvo so odprli v centru Litije. Gre za prenovljeno majhno prodajalno v dveh etažah, kjer se prodajata tekstil in pohištvo. Programa sta zamenjala nadstropji in prostora sta urejena primerno prodajnemu programu. Majhno, vendar prijazno. V takih trgovinah so še posebej pomembni prijazni zaposleni. Taki v litijski prodajalni so.

V Šmartnem pri Litiji pa je v narjetih prostorih, trgovina je bila v njih že prej, urejena samopostrežba, ki v ničemer ne zaostaja za drugimi našimi standardiziranimi trgovinami. Novih 140 kvadratnih metrov prodajnih površin (celotne velikost trgovine je 190 kvadratnih metrov) naj bi mesečno prineslo med 11 in 12 milijonov tolarjev prometa, ki ga mora ustvariti pet zaposlenih. Prodajo okoli 3000 izdelkov spremlja POS oprema. Za



Poslovodkinja litijske tekstilne trgovine Marija Bercieri



V pritličju se je komaj možno obrniti, saj je hkrati prodajni in razstavni prostor



Mag. Marjan Sedej ob otvoritvi samopostrežbe v Šmartnem pri Litiji: "Svoje najboljše sosjedstvo Mercator večinoma dokazuje v manjših prodajalnah!"



Kolektiv samopostrežbe v Šmartnem

v 22 dneh končano prenovo je maloprodajno območje odštelo 23 milijonov tolarjev. Kot se spodobi je na otvoritvi spregovoril tudi član Mercatorjeve uprave **Marjan Sedej**, ki je povedal naslednjo misel: "Mercatorjeva ambicija so res veliki nakupovalni centri, vendar svoje najboljše sosjedstvo Mercator večinoma dokazuje v manjših prodajalnah izven velikih urbanih centrov. Te dejstva ne gre spregledati, ker ga potrjuje židovska modrost, da se obogati tudi z drobižem. Zato morajo tudi tovrstne trgovine svojim potrošnikom omogočati blagodatni sodobnega nakupovalnega okolja." Med 34 letos končanih celovito ali delno prenovljenih trgovin šteta še dve v Trbovljah. Direktor maloprodajnega območja II **Rado Veselinovič** zanju pravi, da bosta časovno malo trši oreh od litijskih. Prodajalni, ki so ju najeli, sta bili v zelo slabem stanju, vendar bosta, tako po napovedih direktorja, s pričakovanim prometom oziroma dobičkom pokrili investicijski vložek.

Vesna Bleiweis



Na majhnem prostoru - velika izbira v Šmartnem

TRDITEV, KI TERJA JAVNI ODGOVOR

Na sosednji strani lahko preberete letak, ki ga je Stane Drobnič, sekretar območnega odbora Sindikata delavcev trgovine Ljubljane in okolice, razposlal v Mercatorjeve organizacijske enote, ki delujejo na njegovem sindikalnem terenu. Kaj letak pomeni?

Očitno je, da se je vodstvo sindikata delavcev trgovine Slovenije, ki deluje pod okriljem Zveze svobodnih sindikatov Slovenije, odločilo korenito poseči v Mercatorjevo sindikalno organiziranost in delovanje, ker so odnosi med vodstvom sindikata delavcev trgovine Slovenije in vodstvom Mercatorjevega sindikata (sindikata obvladujoče družbe, da ne bo pomote) skrhani do te mere, da je treba na predsednico podjetniškega sindikata streljati z vsem orožjem.

Kakor vem, so predstavniki Republiškega odbora sindikata delavcev trgovine, predvsem sekretar Sandi Bartol, Dušan Dordevič, sekretar območnega odbora iz Postojne Bojan Kramar in morda še kdo, že večkrat poskušali tako v pogovorih z Mercatorjevo upravo kot tudi z vodstvom Mercatorjevega sindikata problematizirati ter posplošiti nezadovoljstvo posameznikov v specifičnih okoljih (predvsem na območju postojnske trgovine) in jih poskusili ovrednotiti kot vsesplošno nezadovoljstvo zaposlenih v Mercatorju, predvsem v trgovinah. Manira, po kateri je sicer možno delovati in kazati mišice, koliko pa je uspešna, pa sindikalni liderji vedo najbolje sami. V Mercatorju res še niso stali na stolih in zaneseno zagotavljali zaščito delavcem, ki se bodo uprli izkoriščevalskemu delovnemu času. So pač poskusili s "sprdačino", ki je objavljena na sosednji strani, vnesti svojega borbega duha tudi k nam.

Ne zanikam, da so bile v vodenju Mercatorjevega sindikata tudi očitane nepravilnosti, toda treba jih je jasno definirati, dokazati in ovrednotiti. S konkretnim številom zadev in delavcev, ki so pri visoki sindikalni oblasti iskali pomoč, ker jim jo zavrnil lastni sindikat, bi kazalo vsekakor postreči, že zaradi vtisa o vsesplošnem nezadovoljstvu in briskiranju interesov zaposlenih.

Frontalni napad s sramotilnim spisom, ki predsednico sindikata Katjo Galof označuje kot podrepnico uprave, s čemer je škodovala ne samo delavcem te največje trgovske družbe v državi, temveč tudi slovenskemu delavstvu, pa presega zdravo pamet.

V pobudi za uveljavitev instituta za odvzem pristojnosti in razrešitve predsednikov sindikatov je zapisano, da Katja Galof zadnja tri leta po zamenjavi vodstva PS Mercator, d.d. vodi aktivnosti sindikatov v nasprotju s cilji Sindikata delavcev trgovine Slov-

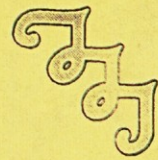
enije in interesi članstva SDST v PS Mercator, d.d. In še, da vodi sindikat na način, ki je v nasprotju s statutom SDTS, da duši demokratičnost ter onemogoča izražanje in uveljavljanje interesov članstva. Z neligitimnimi predstavniki članstva v prvi vrsti skrbi za podporo in pokrivanje interesov uprave Mercatorja. Le zakaj je pri tem tako pomembna zamenjava Mercatorjevega vodstva? Ste avtorji v tej trditvi le nekoliko bolj konkretni?

Po navedenih obtožbah bi vsak član sindikata, ki plačuje članarino, od katere smetano poberejo pobudniki, pričakoval argumente, ki dokazujejo predvsem trditve o podpori in pokrivanju interesov uprave. Je imenovana kot predstavnicca sindikata z upravo sklenila za delavce škodljivo kolektivno podjetniško pogodbo, za katere vsebino so se strokovno pogajali prav strokovnjaki iz vrst pobudnikov njene odstitve in je vsebina pogodbe le posledica tega, kar so sindikati izbojevali v pogajanjih z delodajalci? Se določbe podjetniške kolektivne pogodbe ne izvajajo? Koliko in kje? Kdo in kdaj v Mercatorju ne sme in ne more z besedo na dan, da se mora zateči k sindikalnemu poslušalstvu na višji ravni? Konkretno in jasne odgovore ste dolžni članstvu, ki mu kot začasno sindikalno vodstvo postavljate predsednika območnega odbora sindikata Iztoka Špolarja in sekretarja Staneta Drobniča.

Kot članica Zveze svobodnih sindikatov zavračam začasno vodstvo s strani gospoda, ki se je podpisal pod topoumni prosti spis, ki je med Mercatorjevim sindikalnim članstvom in drugimi Mercatorjevci (omejujem se le na okolje, ki ga poznam) upravičeno lahko v enaki meri deležen ogorčenja kot posmeha. Sicer pa mislim, da bo v prihodnje tako slovenskemu delavstvu kot zaposlenim v Mercatorju in Sindikatu delavcev trgovine Slovenije, storjeno najmanj škode, če gremo vsak svojo pot. Okoli 8.000 nas je trgovcev v Mercatorju. Številka, ki je ne gre prezreti niti kot človeški niti finančni potencial. Brez zdrava od zunaj, bo v zvezi z uveljavljanjem naših pravic in položaja, hočeš nočeš sogovornik še vedno uprava, ki nam jo bodo postavljali lastniki.

Modrost je v kompromisih.

Vesna Bleiweis



JAVNO SPOROČILO

članom Sindikata delavcev trgovine Slovenije v Poslovnem sistemu Mercator z ljubljanskega območja

Območni odbor sindikata delavcev trgovine Ljubljane in okolice je na seji, 28.10.1999 skladno s pooblastili iz Statuta sindikata delavcev trgovine Slovenije razrešil Katjo Galof vseh funkcij v sindikatu Poslovnega sistema Mercator.

To smo bili dolžni storiti zaradi zahtev članov sindikata, ki so pri nas iskali pomoč, kršenja statuta Sindikata delavcev trgovine Slovenije in Pravilnika o financiranju in finančno-materialnem poslovanju Sindikata delavcev trgovine Slovenije.

Na napake v sindikalnem delovanju smo opozarjali več kot dve leti. O razmerjih v sindikalnih organizacijah Mercatorja, kjer je Katja Galof opravljala najodgovornejše funkcije, je večkrat razpravljal tudi Republiški odbor.

Kljub njenim obljubam, da bo vodstvo sindikata Mercatorja začelo reševati probleme članov, se obrnilo k njim in jim prisluhnilo in skupaj s strokovnimi delavci območnega odbora sindikata delavcev trgovine Ljubljane in okolice delovalo v interesu delavcev se je

Katja Galof raje podredila interesom Uprave. S tem je po naši oceni škodovala ne samo delavcem te največje trgovske družbe v državi, temveč tudi slovenskemu delavstvu.

V kratkem bomo pričeli s postopki za izvolitev novega vodstva v sindikalnih organizacijah Poslovnega sistema Mercator na ljubljanskem območju. Do izvolitve novih sindikalnih zaupnikov in vodstev sindikalnih podružnic po sklepu območnega odbora sta predsednik Iztok Špolar in sekretar območnega odbora sindikata delavcev trgovine Ljubljane in okolice Stane Drobnič, ob sodelovanju preostalih legitimnih sindikalnih predstavnikov v Poslovnem sistemu Mercator, pooblaščen za opravljanje vseh funkcij, ki jih je opravljala Katja Galof.

Želimo, da bi sindikalno delo in aktivnosti v prehodnem obdobju potekale v zadovoljstvu delavcev – članov sindikata v Mercatorju.

V zvezi z morebitnimi problemi me pokličite na telefon: 3000 – 104, kjer vam bom vedno na razpolago, na razpolago bodo tudi naši sodelavci pravniki.

Stane Drobnič,
sekretar območnega odbora SDTS, l.r.

OBISKALI SMO NOVOMEŠKI MERCATOR CENTER

Le nekaj dni po odprtju največjega Mercatorja na svetu, so se odprla vrata najlepšega Mercatorja na svetu novomeškega Mercator Centra. Po dobrem mesecu dni smo ga obiskali in se z zaposlenimi v Mercatorjevih lokalih pogovarjali o prometu, delovnem času in njihovem počutju v dolnjski trgovski novosti.

V hipermarketu



Greta Šinkovec

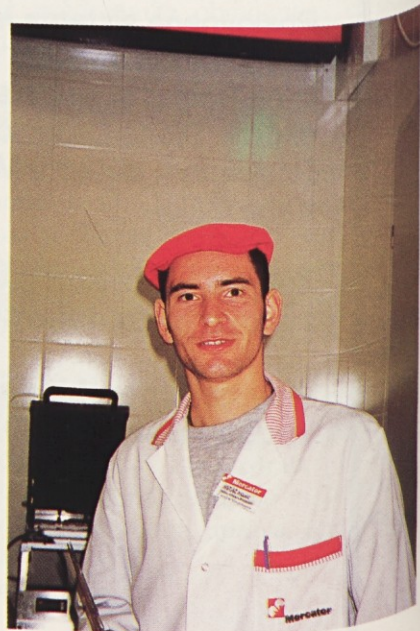
Pogovor smo začeli s poslovodkinjo hipermarketa **Greto Šinkovec**. "Devetletne poslovodske izkušnje so gotovo nekaj, kar koristi pri vodenju hipermarketa. Vendar gre v vodenju hipermarketa za veliko več kot običajno poslovodsko delo. Ne samo, da gre za dolnjsko novost, ki posega v dosedanje nakupovalne navade, temveč in predvsem gre za dimenzije poslovanja, ki jih še nismo vajeni. Zato delo v hipermarketu jemljem kot svoj osebni izziv in kot odgovornost do kupcev, da bo hipermarket v celoti izpolnil pričakovanja potrošnikov. Na policah je okoli 13.000 izdelkov, zanje skrbi 45 mojih sodelavcev, med njimi tudi pripravniki. Moja želja je, da vsi skupaj delujemo kot dobro naoljen stroj, ki zmore več, kot se kaže v sedanjem prometu. Od sodelavcev zahtevam delovno disciplino, usrežljivost ter prijaznost do strank

in predvsem urejeno in čisto trgovino. Vsak pogled na prazno ali slabo urejeno polico, zame pomeni ne izkoristiti priložnosti, da bi prodal. Veliko časa prebijem neposredno v trgovini, kjer opazim vse in na pomanjkljivosti sprti opozarjam. Hkrati pa seveda namenjam pozornost kupcem. Njihovo zadovoljstvo je merilo naše uspešnosti, je predpogoj, da se vrnejo kot zveste in stalne stranke. S sedanjim obsegom prometa še nisem zadovoljna, čeprav je v okviru načrtovanega. Levji delež med prodanimi izdelki so izdelki z Mercatorjevo blagovno znamko in izdelki po trajno nizkih cenah. Nakupi, tako po številu kot po vrednosti posameznega nakupa, so skoncentrirani v petkovih, sobotnih in nedeljskih nakupih. Sicer pa menim, da bi z nekoliko več reklame pridobili več kupcev tudi v ostalih dneh. Malo pa moramo tudi potrpeti, da se ljudje privadijo na novost. Delamo v dveh izmenah in tako lahko spoštujemo delovni čas zaposlenih. Seveda pa je bil ob polnitvi hipermarketa delovni čas podaljšan in delo veliko intenzivnejše kot je sedaj, ko je že vse bolj ali manj utečeno. Racionalno je, da večina zaposlenih v trgovini obvlada tako pravila, ki veljajo za oskrbo polic kot ravnanje z blagajnami in blagajniško delo. Ob "špicah" moramo vsi znati vse in sprejeti kakršnokoli delo. Najpomembneje pa je, da smo bili tudi ob hudih urah, ko je odpovedovala računalniška podpora poslovanju, pripravljeni na vse." Tako nam je povedala poslovodkinja.



Nataša, pek Andrej in Katja

Natašo, peka Andreja in Katjo smo zmotili pri krušni peči, iz katere je omamno dišalo. Svež kruh je rojal na police in komaj so si utegnili utrgati minutko, da so povedali: "Delati kruh in s kruhom je lepo. Mi smo zadovoljni, če so z nami zadovoljni tisti, ki jim ga namenjamo," so se zasmejali.



Matjaž

Pečeni piščanci, svinjska rebrca in krače se vrtijo na različnih. Zanje skrbi Matjaž, ki pravi, da bi jih ob koncu tedna lahko spravil v promet trikrat več, kot jih je možno speči. "Ali ni udobno po prijetnem nakupu in klepetu domov odnesti še pripravljeno kosilo ali večerjo?" se je vprašal Matjaž.



Janja

"Pri nas doma je Mercator tradicija," mi je zaupala pripravnica Janja, ki je urejala oddelek s sadjem in zelenjavo. "Rada delam v Mercatorju in v hipermarketu je zelo lepo. V veselje mi je, če nas stranke pohvalijo. Ni mi težko nekoliko potegniti čez uro, saj vem, da je to sestavni del trgovskega poklica. In poklic me kljub naporom veseli."



Renata

Renato smo zmotili pri polnjenju police s papirno galanterijo. "Zadovoljna sem, če je polica, ki jo "upravljam" lepo in vabljivo urejena. Servieti so sestavni del lepo urejene mize in zakaj bi jih potrošniki pozabljali zato, ker so nametani in skriti nekje v ozadju trgovine. Svoje delo imam rada."



Marica

Z blagajničarko Marico pa smo pokramljali o tem, kako se je treba vesti za blagajno. "Pri blagajni je poleg poštenosti in natančnosti pri zaračunavanju kupljenega blaga vedno treba imeti prijazno voščilo, nasmeh in povabilo. Med samopostrežnim nakupovanjem se kupci praktično ne srečajo z osebjem trgovine, zato jim moramo dobrodoščilo in zahvalo prirediti na blagajni. Ni mi težko spregovoriti par vljudnih in z marsikatero stranko tudi nekoliko bolj domačih besed. Še z nobenim kupcem nisem imela težav."

Vida Udovc, rojena Novomeščanka je bila v Mercator Centru prvič. Njen nakupovalni voziček se je polnil, nam pa je izbiro in sam hipermarket opisala takole: "Zelo lepo, popolno presenečenje nad izbiro, cenami in urejenostjo. Pohvalno, da se je Mercator v Novem mestu tako izkazal. Ra-



Vida Udovc

zen za manjše in tekoče nakupe bom odslej prihajala v Mercator Center. Enostavno prijazno in lepo je."

V M Tehniki



Ivan

Obiskali smo še specializirano trgovino s tehničnimi in drugimi v gospodinjstvu potrebnimi aparati in drobnarijami M Tehniko. Poslovodja Ivan Hočevar je bil več kot zadovoljen. Promet gre tako, kot so ga načrtovali, kupci so zadovoljni, šest sodelavcev v dveh izmenah jim prijazno streže in svetuje.

V Intesportu



Aleš

V novomeškem centru je tudi Intersportova trgovina. To dopoldne sta v njej kraljevala Aleš in Davor. Posvečala sta se kupcem smučarske opreme in zimskih oblačil. "Pravega povpraševanja po čisto zimski opremi še ni, saj je vreme še skoraj poletno. Čas za nakup v naši trgovini šele prihaja. Seveda se morava spoznati na različne športe, če hočeva svetovati. Sicer pa je za kupce v naši trgovini bolj ali manj značilno, da so že predhodno poučeni o značilnostih zahtevanih športnih rekvizitov. Glede športnih oblačil pa so že manj poučeni. Sicer kupci malo "jamrajo" da smo dragi, vendar midva dodajava - smo pa kakovostni. Slabe robe pri nas ne morete kupiti."

V Modiani



Cvetka

Modiana. Hrvaško govoreča gospa sprašuje, kje lahko vnovči "merverštojer". Od prodajalke Cvetke dobi popolni odgovor. Zadovoljna odide z veliko vrečo nakupljene mode. Stranki pomerjata oblačila za slovesnejšo priložnost. Cvetka pomaga pri izbiri. Zdaj ji pritrjuje, zdaj ji odkima. Svetuje kombinacije, prikladne za postavo in pojavo, pojasnjuje cene in kupčija je sklenjena. "Vem, da ljudje nimajo denarja za razmetavanje in da so pri nakupih oblek previdni. Za svoj denar zahtevajo kakovost in oblačilo, ki jim pristoja in se v njem dobro počutijo. S takimi oblačili jim v Modiani tudi posrežemo. Rada svetujem pri nakupih, vendar pa hkrati spoštujem okus stranke. S prometom smo dosedaj zadovoljni. Vemo pa, da se mora trgovina šele prijeti. Po izkušnjah vem, da to traja kar nekaj časa. Sicer pa sem z delom zadovoljna. Že pred Modiano sem prodajala v Mercatorjevi novomeški blagovnici in trgovski poklic imam rada. Za tisto, kar imaš rad, pa se rad potrudiš in marsikaj tudi žrtvuješ."

V Trgoavtu



Jure in Tomaz

V Trgoavtovi trgovini smo naleteli na Jureta in Tomaža. Trudila sta se ustreči zahtevnemu kupcu s podatki oziroma s ponudbo, ki bi ustrezala njegovim zahtevam. Našli so skupni jezik. Niti Jure niti Tomaz nista po poklicu trgovca. Se pa zaradi tehnične izobrazbe spoznata na sleherni izdelek v trgovini. "Ni težko prodajati niti delarji. Kupcem moraš pustiti dovolj časa, da si ponudbo ogledajo, jo primerjajo s svojimi zahtevami in denarnico, motivirati jih je treba za odločitev o nakupu. Pri tem tehnično znanje zelo prav pride. Trgovske obrti pa se bova naučila z dodatnim izobraževanjem," sta povedala mladca.

In za zaključek splošni vtis: osebe, ki dela v Mercatorjevih trgovinah je zadovoljno. Vsem je skupna želja, da bi se njihova prizadevnost dokazovala v rastočem zadovoljstvu kupcev in utrditvi Mercatorjevega dobrega imena med Dolenjci.

Vesna Bleiweis



VRT NA KRANJSKEM ZLATEM POLJU

Mercator KŽK Kmetijstvo se s pogumnimi koraki podaja na pot vrtnarjev in cvetličarjev. Gre za pomembno tržno nišo, ki jo želijo kažekajevci dobro izkoristiti. Na Zlatem polju so 27. oktobra z majhno slovesnostjo odprli prvi del vrtnarskega centra Aura.

S končanim prvim delom zasnovane postavitve so dobili 3 in pol hektare odprtih in pokritih prodajnih površin za 25 tisoč različnih sadik od grmovnic do sadnega drevja. Ne manjka pa tudi cvetličnih sadik in dekorativnih drobnjarij, ki popestrijo vrt in dom. Po besedah **Janeza Tavčarja**, direktorja Mercator KŽK Kmetijstvo Kranj, je prišel čas, ko morajo nekdanji družbeni kmetijci poskrbeti za donosno poslovanje in socialno varnost zaposlenih z usmerjanjem v donosne programe, čeprav ti v začetni fazi terjajo razmeroma visoka investicijska sredstva in preusmeritev strokovnih znanj zaposlenih.

V postavitve vrtnarskega centra so kažekajevci doslej vložili 130 milijonov tolarjev, v njem pa dela 28 delavcev. Sredstva pa vlagajo tudi v razvoj maloprodajne mreže, ki naj bi postala stalnica predvsem v Mercatorjevih nakupovalnih centrih. Prepričani so namreč, da ta specializirana ponudba v take centre sodi, čeprav si prvi poskus v Mercator Centru Ljubljana z rezultati nekoliko pod pričakovanji, utira pot. "Na kmetijstvo je Mercator takorekoč obsojen. In zato lahko mirno rečemo, da smo največja trgovsko kmetijska družba v Sloveniji", je v otvoritvenem nagovoru dejal predsednik Mercatorjeve uprave **Zoran Jankovič**. "Razveseljivo je dejstvo, da kmetijska de-

javnost v Mercatorju išče prostor pod soncem z dohodkovno zanimivimi ter z zemljo povezanimi programi. Zato naj bo postopno preusmerjanje Mercator KŽK Kmetijstva Kranj iz povsem kmetijske in živinorejske proizvodnje v trgovsko oziroma storitveno dejavnost primer, kako je mogoče tradicionalno navezanost na zemljo združiti z ekonomsko opravičljivim programom."

Sicer pa sta **Janez Tavčar** in vodja vrtnarskega centra **Marjan Bajželj** na novinarski konferenci povedala, da se bo center do leta 2001 razširil na 10 hektarov ter tako res na enem mestu združeval celovito in cenovno konkurenčno ponudbo najkakovostnejših sadik, ki se gojijo na Slovenskem in tudi iz uvoza. Tehnologija je namreč takšna, da sadilne sezone niso več strogo omejene na letni čas, pa tudi kupci so vse bolj zahtevni. Center se s sadilnim materialom večinoma oskrbuje pri kakovostnih zasebnih drevesničarjih, deloma pa ta material vzgaja tudi sam.

Če vas pot zanese na Gorenjsko, vam priporočamo postanek v vrtnarskem centru Aura na Zlatem polju v Kranju.

Rastlinja za vrt in stanovanje, pa še kašnega škrate povrh, imajo za vsak okus in žep.

Vesna Bleiweis



KO GREDO VŠTRIC MODA, POSTAVA IN ŽEP

V Mercatorjevih nakupovalnih centrih se razpreda mreža tekstilnih trgovin s standardizirano ponudbo, ki jih označuje skupno ime Modiana. Prva med njimi je bila v celjskem Intersparu. Razvoj mreže trgovin Modiana je zaupan Mercator Modni hiši Maribor.

O razvoju Modian in osrednje mariborske modne hiše, smo se pogovarjali z direktorjem Mercator Modne hiše Maribor **Jožefom Šilcem**.

"Mercator Modna hiša Maribor je spomladi leta 1995 ugotovila, da mora v sklopu Mercatorja širiti svojo dejavnost iz Maribora tudi v druge slovenske kraje. Ker je bil Mercator takrat še bolj lastniško povezan s Sparom, ki je gradil nakupovalni center v Celju, smo se odločili, da gremo zraven z blagovno znamko Modiana. Tako je nastala prva trgovina Modiane, velika 1.728 m² v celjskem Sparovem centru.

Za prodajo je tekstil sorazmerno težka zadeva, saj poznamo dve glavni sezoni, ko je prodaja vezana na kolekcije, ki se prodajajo v sezonah pomlad-poletje in jesen-zima. Moram reči, da se je njega dni veliko dobaviteljev strogo držalo teh dveh sezon in praktično so skoraj vse kolekcije prišle na trg v istem času. Med februarjem in marcem za prodajo do julija, za jesen-zimo pa so dobave vedno tekle od avgusta do septembra, prodaja pa do konca leta oziroma do januarske razprodaje. V vmesnem času pa moraš tudi preživeti in od tod je zamisel o Modiani - verigi naših tekstilnih trgovin, ki morajo poleg aktualne sezonske komponente ponuditi še nekaj več, predvsem v smislu kakovosti, cen in izdelkov, ki niso izrazito sezonskega značaja. Modianine trgovine ponujajo kakovostne izdelke, ki sodijo v srednji cenovni razred. Ker smo pri vrhnjih oblačilih vezani

na glavni sezoni, je v Modianah prodajni program razširjen še na otroško konfekcijo, perilo, hišni tekstil in vse bolj zanimiv program mode za prosti čas. Ob prvi Modiani je bil postavljen tudi osnovni koncept za razvoj naslednjih, ki smo jih načrtovali in jih še načrtujemo po dveh poteh. Ena linija so Modiane v vseh Mercatorjevih nakupovalnih centrih in druga so Modiane v nakupovalnih centrih drugih investitorjev oziroma lastnikov. Tretja pot, ki se v zadnjem času pojavlja je razvoj franšizne mreže trgovin v krajih, kjer želimo propagirati blagovno znamko Modiane. V teh primerih se bomo odločali glede na lokalno kupno moč in prilagajali tako velikost lokala kot tudi asortima.

Na uspešnost Modiane moramo gledati skozi specifično prodaje tekstila. Kupci se za tekstilno trgovino ne odločajo zgolj glede na cene, potrebujejo namreč čas, da se nanjo navadijo in jo spoznajo. Po naših izkušnjah se ponudba oziroma trgovina s tekstilom "prime" v dveh do treh sezonah. Moram pa reči, da smo s prvo trgovino v Celju ta led sorazmerno hitro prebili, ker je bila na celjskem to prva večja specializirana prodajalna s celovito ponudbo tekstilnih izdelkov. Kar zadeva poslovno politiko in ekonomijo moram reči, da so Modiane prava pot. Sedaj jih imamo že 6 - od leta 1995 v Celju, leta 1997 v ljubljanskem Sparovem centru na Viču, leta 1998 v Mercatorjevem centru Koper in Hrastniku do leta 1999 v Mercator centru Ljubljana in Novo mesto. Modiana postaja prepoznavna

znamka tekstilne hiše. V zadnjem času so k temu največ prispevale prodajalne v Kopru in obe v Ljubljani. Pri tem ni nepomembno, da so vse Modiane v velikih in lepih nakupovalnih centrih, da so estetsko in pregledno urejene tako po prodajnih programih kot tudi po sezonskih "prodajnih špicah". Posebej pazimo na to, da so vsi izdelki iz prodajnega programa v vseh Modianah. Naša želja in težnja je, da kupec v Modianah, poleg na izdelke določene ravni kakovosti in cen, naleti predvsem na prijazno osebje, ki zna svetovati in pomagati kupcu pri odločitvi."

Obratovalni čas v Modianah je določen z obratovalnim časom nakupovalnih centrov. So zaradi tega pri vas težave v zvezi z izpolnjevanjem zahtev delovne zakonodaje?

"Število zaposlenih v posamezni prodajalni smo kar dobro prilagodili obratovalnemu času. Seveda pa morajo pred otvoritvami zaposleni delati več, intenzivneje pa, ko je prodajalna polna kupcev. Kar zadeva zagotavljanje počitkov v smislu delovnopravne zakonodaje, pri nas ni problemov."

Poleg trgovin Modiana pa je vaša osrednja prodajalna Modna hiša v Mariboru. Je to trgovina za vsak žep?

"Modna hiša v Mariboru je naša največja prodajna enota s 3.000 m² prodajne površine. Lahko bi rekel, da je to trgovina za vsak žep, vendar smo v povsem obnovljenem prvem nadstropju, predvsem na oddelku s konfekcijo, začeli ponud-



Jožef Šilec

bo spreminjati v prid izdelkom višjega kakovostnega in cenovnega razreda in uveljavljenih blagovnih znamk. Med njimi smo dali prostor tudi naši hišni. Prenovo oddelka smo zasnovali tako, da omogoča kar najboljšo predstavitev izdelkov kupcem. Tudi v tekstilni trgovini je merchandising zelo pomemben. Predstavitev blagovnih znamk, barvnih in velikostnih različic izdelkov je zelo pomembna. Pri prodaji tekstila ima pomembno mesto preglednost, svetloba, opremljenost prodajalne in drobnjarije, ki prodajalci dajo potrebni sezonski pečat. Marsikaj smo se na področju notranje ureditve tekstilne prodajalne in razporeditve izdelkov naučili pri tujcih. Ko prihajajo k nam zagotavljajo, da se urejenost našega prvega nadstropja lahko primerja z mnogimi trgovinami zvenečega imena na Dunaju, v Münchnu... pa tudi glede kakovosti samih izdelkov nas primerjajo s kar zvenečimi imeni. Vendar smo, žal šele na pol poti do celovito in kakovostno urejenega prodajnega prostora. Čaka nas še prenova pritličja in oblikovanje prodajnega programa, ki ne bo zaostajal za ponudbo v prvem nadstropju. Zdaj pa je med obema deloma precejšnja razlika, ki gotovo vpliva na prvi



Vse za dom v mariborski Modni hiši



Živahna rdeča med modno sivino

vtis o prodajalni. V Modni hiši izrazito poudarjamo urejenost in izvirnost izložb in notranjosti. Levji delež te skrbi ima na plečih naš aranžerski oddelek, ki Mariborčanom in drugim mimoidočim vedno vzbudi zanimanje in radovednost, da pogledajo, kaj se za včasih kar čudežnimi predstavitvami v izložbi, ponuja v notranjosti."

Kako dobro gre v promet letošnja siva moda?

"Mislim, da je modna sivina Slovincu pisana na kožo, saj rešuje

dve muhi na mah - modnost in prav nič tvegano vedno uporabno klasiko. Mislim pa, da smo skupaj z modnimi kolekcijami v sivih tonih dobro poskrbeli tudi za tiste, ki sivine ne marajo in so ne glede na modo naklonjeni svežim, živahnim in izstopajočim barvam.

Z našo blagovno znamko Modna hiša Design, ki je posebej krojena in šivana za nas, pa ustrezemo vsem, ki želijo biti poudarjeno modni in jim konfekcijski standardi ne ustrezajo."

Vesna Bleiweis



Ekipe mariborskih aranžerskih virtuozov. Stojita Robert Jelek (levo) in Slavko Bračič, sedita pa David Černelc in Svetlana Potrč, žel manjka član ekipe Edi Kobale

FANTAZIJA, TRENDI IN IZVIRNOST IMAJO PODPORO V VODSTVU

Aranžerski oddelek Mercator Modne hiše Maribor ni samo ustvarjalna in nemirna duša, ki ustvarja izložbe ob mariborski Parizanski cesti in v Modianah, je tudi duša aranžerske dejavnosti na mariborskem območju.

Slavko Bračič je osrednja osebnost in gonilna sila aranžerske dejavnosti. Pravi pa: "Brez odlične ekipe, ki jo sestavljamo aranžer in oblikovalec Robert, aranžerji in moja malenkost ne bi bilo niti izložb, niti nas ne bi te pripeljale do objav v svetovnih strokovnih aranžerskih revijah. Aranžerska dejavnost je v trgovini zelo pomembna, ker je na nek način vizitka trgovine. Imamo pa veliko srečo, da naše delovno področje podpira vodstvo podjetja. Naj mi zato gospod direktor ne zameri, če rečem, da je on peti, a hudo pomemben član aranžerske ekipe. In to v najboljšem smislu, ker nam s svojo podporo in odnosom do podobe trgovine, omogoča strokovno izobraževanje, seznanjanje z aranžerskimi trendi, nabavo potrebnih in kar najbolj kvalitetnih in univerzalnih aranžerskih materialov. Ustvarjalnost, iznajdljivost ter uporaba pridobljenih znanj in spoznanj ter skrb za racionalnost stroškov, sta potem stvar aranžerskega oddelka. Vse svoje ideje in zamisli o izložbah in ureditvi ostalih prostorov trgovin, zlasti kadar gre za čas praznikov kot so božič, novo leto, valentinovo, veliko noč in ob začetkih modnih sezon, skrbno pripravimo. Tako glede izvedbe, materialov in

stroškov.

"Tudi letos smo imeli v Mariboru tradicionalno revijo izložb, ki je edina tovrstna v Sloveniji, čeprav le vsako drugo leto. Pobudnica in nosilka vseh dogajanj okrog te revije je seveda Mercator Modna hiša. Brez Modne hiše te revije sploh ne bi bilo. Vesel sem, ker so se letos v revijo, poleg nekaterih mariborskih tekstilnih hiš, vključili tudi Ptujčani, natančneje Mercator SVS in tudi aranžerji iz slovenjebistriške Planike niso odrekli sodelovanja. Moram pohvaliti predvsem predstavitev v ptujski blagovnici in tekstilnih trgovinah. Doseženo raven kakovosti in izvirnosti je treba držati celo leto. Nihanje v kakovosti je nevarnejše od standardne povprečnosti. Me pa izredno veseli, da imajo v Mercator SVS ustvarjalno in znanja željno ekipo, ki ji prisluhne tudi uprava družbe."

Je prihod leta 2000 za aranžerje poseben izziv?

"Pa še kakšen! Cel svet se vrti okrog leta 2000 in hit leta 1999, ki se bo potegnil v novo tisočletje, se odraža tudi v aranžerskih materialih. Vse, kar je v zvezi z vodo, tem najpomembnejšim zemeljskim elementom, prevladuje na trgu z aranžerskimi pripomočki. Mi se na prihod leta 2000 v naše izložbe ukvarjamo že od maja. To delamo z dušo in srcem. Brez njiju v našem poklicu ne premakneš in ne dosežeš ničesar. Seveda pa tudi ne, če si zapečkar in rutiner z miselnostjo, da je to, kar enkrat znaš za vse čase dovolj. Naša ekipa je dokaj mlada in mislim, da ima naše delo pečat te mladosti in če hočete tudi "odštekanosti", vendar vedno s pravo mero za nastop pred javnostjo z izložbo in resnično ponudbo v Modni hiši. Kaj bo vodnega v naši decembrski praznični izložbi? Ne bi vam rad izdal skrivnosti. Bo pa izrazito trendovska in domiselna. Tudi pet let stari aranžerski

pripomočki bodo zasijali v novi preobleki. Bleščeči, sijajoči, tako kot vse, kar je povezano s pompom okrog leta 2000. Majhni triki vedno pridejo prav in z njimi opozarjamo mimoidoče na naše izložbe in na samo trgovino. Izložba in urejenost trgovine je po moje najcenejša reklama. Za Maribor vem, da se ljudje na avtobusih pogovarjajo o novi izložbi v Modni hiši."

Vodilni aranžerski reviji Inspiration in SchauFenster&Shop Design sta letos objavili fotografije vaših izložb. Vaše izložbe so se znašle skupaj z izložbami znamenitih tekstilnih hiš oziroma blagovnic v Londonu, Buenos Airesu, Dunaju, Parizu, Montrealu...

"Nismo prvič med izbranci. Toda letos sta naše izložbe prvič objavili dve reviji. V reviji Inspiration nas pozna in tako smo že tretjič njeni izbranci. To je veliko priznanje in reklama, ne samo za Modno hišo, ampak tudi za naš Mercator. Hkrati pa in predvsem potrditev našega dela in dejstva, da sredstva, porabljena za naše izobraževanje niso vržena proč. V drugi reviji je naše delo še bolj poudarjeno, saj je omenjena tudi 13. Revija izložb. Prav nič ne zaostajamo za izložbami, ki so predstavljene v tej reviji in so namenjene velikim modnim hišam kot so Armani, Gucci, Dior."

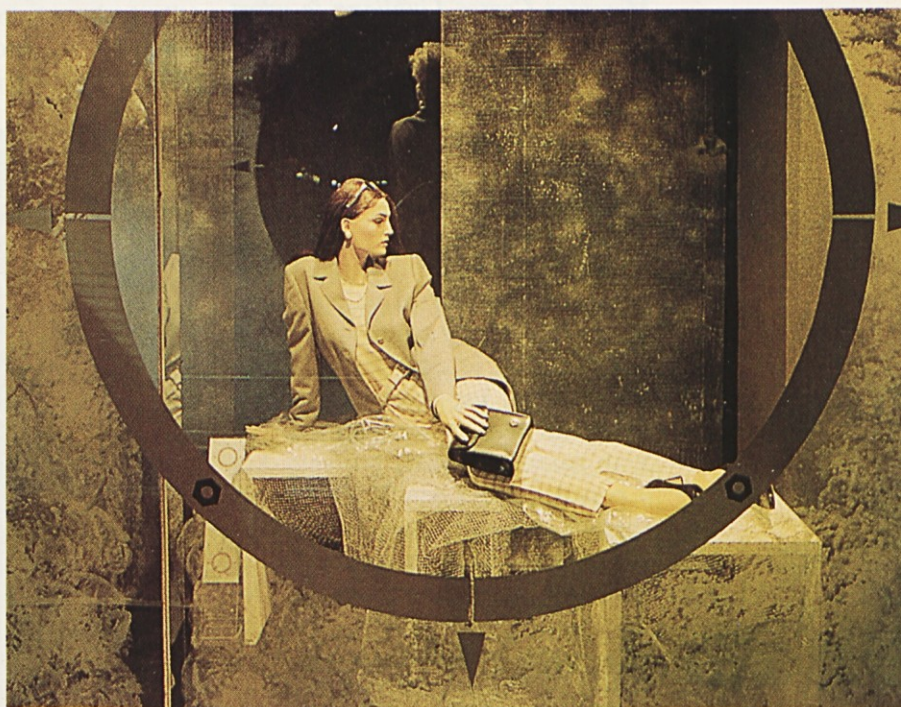
Ena lastovka še ne prinese pomladi...izložbe v Modianah niso tako bleščeče.

"Tudi to je res. Tako majhna ekipa mora skrbeti za trgovine ne različnih koncih Slovenije. Trudimo pa se, da so tudi izložbe in notranjosti Modian estetske in domiselne. Vsekakor pa je treba poleg krajevne razpršenosti upoštevati tudi stroškovni vidik in prostorsko ureditev posamezne Modiane. Modiane so v velikih nakupovalnih centrih, kjer na mimoidoče naredi vtis predvsem to, da z enim pogledom praktično ob vhodu objamejo vso prodajalno. Tako so namreč prostorsko zasnovane. Izložbe z dekorativnimi elementi so tu le pika na i. Kar pa zadeva trgovine z živili, ki so v Mercatorju prevladujoče, pa... Mislim, da prevladujejo stereotipi, ki se začnejo in končajo z napisom Mercator, najboljši sosed, pa še pri tem lahko opazim, da upoštevanje sicer briljantne celostne grafične podobe ponekod šepa. Pa tudi o uporabi tudi zastarelih in obrabljenih dekorativnih elementov, bi se dalo kakšno reči. Vesel pa sem, da je Mercator prav na Štajerskem povsod enotno in celovito prepoznaven prav po dosledni uvedbi in spoštovanju celostne podobe. Zavedam se, da je izložbo trgovine z živili ali pa njeno notranjost veliko težje urejati kot trgovino s tekstilom. Veliko pa je odvisno od tega, koliko in kakšno podporo imajo aranžerji s strani vodstva podjetja. Če je podoba trgovine za podjetje postranska stvar in le bolj ali manj nepotreben strošek, aranžerji pa zaradi takega odnosa nemotivirani, potem razen nekaj standardnih in tudi preživelih aranžerskih rešitev, tudi ne moremo pričakovati."

Vesna Bleiweis



Detajla iz izložb mariborske Modne hiše, objavljena v reviji Inspiration



OBISK V NAJ MERCATORJU NA SLOVENSKEM

Direktor Mercator Centra Ljubljana Marko Gvardjančič je zadovoljen s prvima mesecema poslovanja največjega Mercatorja na svetu, vendar že snuje nove načrte. V dveh mesecih je bilo v Hipermarketu 250 tisoč kupcev, obiskovalcev pa veliko več, je povedal na začetku pogovora. Ocenil je, da so prodali za dobro milijardo tolarjev blaga.

Z direktorjem Mercator Centra



Marko Gvardjančič

Nas pa je zanimalo veliko več.

Mercator Center Ljubljana je odprt sedem dni na teden, kar je po mnenju nekaterih izkoriščanje zaposlenih. Ogllašajo se sindikati, kupci pa so očitno zadovoljni, saj ob sobotnih popoldnevih in nedeljah Center ne sameva.

"Res je. Največ kupcev je ob sobotah, ko v trgovini registriramo 6.500 nakupov. Drugi najboljši dan je petek in, zanimivo, tretji najboljši dan je nedelja, v nasprotju s tistim, kar govorijo o obratovnem času. V nedeljo v šestih urah naredimo toliko prometa, kot v ponedeljek ves dan. V šestih urah, torej v nedeljo, naredimo toliko kot v ponedeljek v dvanajstih in ob višjih stroških poslovanja. Dobili smo dopis Ministrstva za ekonomske odnose in razvoj, v katerem so omenjene priprave na

spremembe v pravilniku o obratovnem času. Mislim, da moramo na prvo mesto postaviti želje in navade kupcev, ne trgovcev. Trgovci moramo imeti delovni čas takrat, ko to želi kupec, in ne takrat, ko mi to želimo. Ne moremo začeti ob 7h in končati ob 14h.

Po naših podatkih je velika večina nakupov opravljena popoldne, da so petek, sobota in nedelja naši najboljši tržni dnevi. Temu se moramo prilagoditi. Gledati na delovni čas trgovca v smislu, kdaj bo prost in kdaj ne, je narobe. Mi moramo zagotoviti, da bodo imeli prodajalci dan ali celo dva dneva v tednu prosta, ampak to ne moreta biti vedno sobota in nedelja. Med tednom je pol prometa do 15h in pa popoldne. Povprečno število nakupov ob petkih, sobotah in nedeljah je okoli 6.000, vendar pa je struktura nedeljskih nakupov

drugačna. V nedeljo je povprečni nakup nižji, kar kaže na to, da ljudje pridejo v nedeljo predvsem po hrano, po svežo zelenjavo, sadje, kruh, zato je vrednost nakupa nižja. Za tolikšno število kupcev Center potrebuje dovolj parkirnih mest. Žal pa parkirišče v najhujših dneh ne zadošča. Tega se zavedamo in iščemo rešitve, saj je za uspešnost Centra ključna dostopnost in dovolj parkirnih mest."

Kateri oddelek pa je najbolj donosen?
"Težko je reči, kateri oddelki najbolj delajo, ker je prodaja živilskega programa med seboj povezana in v bistvu soodvisna. Dobra ponudba svežega programa, to je predvsem izdelkov, ki so v hladilnikih (meso, delikatesa, mleko in mlečni izdelki), sadja in zelenjave, dobra izbira kruha in peciva, odločilno vpliva tudi na prodajo drugih izdelkov. Oddelki so medseboj povezani



ni, saj kupec ne pride k nam samo zaradi svežega kruha. Oddelki z neprehrabnim blagom v našem hipermarketu predstavljajo le okoli 25% celotne ponudbe. Večja razlika v ceni pa se ustvarja prav pri neprehrani."

Koliko je izdelkov na policah Hipermarketa?

"Okoli 30 tisoč jih je. Izbor pa tekoče dopolnjujemo. Žal so na naših policah tudi izdelki, ki ne gredo v prodajo in prav zanje iščemo pravo nadomestilo. To od nas pričakujejo kupci. Šele, ko jim bomo v celoti prisluhnili in se na njihove želje in potrebe hitro in učinkovito odzivali, bomo naredili prave poteze."

Ponudba v Hipermarketu in v lokalih, ki sodijo v vašo pristojnost, je zelo pestra in tudi kupcev je veliko. Koliko ljudi skrbi za blago in za kupce?

"Trenutno je v Hipermarketu 151 zaposlenih, od tega 19 v Restavraciji, 16 v Intersportu in 5 v M Studiu. 151 ljudi je navidezno visoko število zaposlenih, vendar je treba vedeti, da smo odprti 78 ur na teden in, da mora imeti trgovina, ne glede na število kupcev, vedno neko minimalno zasedbo. Hipermarket je za kupce odprt od 9h do 21h in ob nedeljah od 9h do 15h. Vedeti pa je treba, da mora biti pred odprtjem vrat in po njihovem zapiranju, postorjeno še marsikaj. Življenje se pri nas začne ob 6h zjutraj, vrvež pa se poleže in konča pa ob 1h ali 2h ponoči. Ko se vrata za kupce zapro, polnimo police. Ta način smo izbrali zato, ker je bolj produktiven in manj moteč za kupce. Sicer pa se police sproti polnijo tudi ves čas, ko je trgovina odprta."

Sliši se zelo naporno. Ali to vpliva na osip zaposlenih? Kolikšna je njihova obremenjenost?

"Normalno, da naporno delo vpliva na osip. Nekaterim tempo dela tukaj ni ustrezal, nekateri so pričakovali nekaj drugega, vendar ocenjujem, da gre za normalen osip. Zaenkrat je odšlo 5 delavcev. Moja izkušnja v Kopru je bila 10% za-



četni osip. Že, ko smo izbirali sodelavce, smo kandidate opozarjali na hude ure v času pred otvoritvijo in, da bo še mesec ali dva po njej težko vse naloge in dolžnosti opraviti v štiridesetih urah tedensko. Vsi smo vedeli, da bomo morali podaljševati delovnik. Vsi so se s tem strinjali, saj so vsi trgovci in vsi so vedeli, da je potrebno trgovino pripraviti. Vse nadure so bile plačane, saj mora biti opravljeno delo plačano. Že nekaj časa pa povsem spoštujemo štirideseturni delovni teden in če se le da dva prosta dneva. To sicer ne pomeni vsakič sobote in nedelje. Ljudje naj bi dejansko delali 40 ur in bili dan ali dva prosti. Več kot tri četrtine ljudi dela s takim tempom, so pa nekatera delovna mesta ali nekateri oddelki, kjer tega še ne moremo dosledno uveljaviti. Čaka nas huda božičnonovoletna sezona, ko bo spet treba delati kakšno uro več. Vendar tak je trgovski poklic. Mi žal ne moremo začeti in končati takrat, ko ura odzvoní, ampak, ko kupec pride in odide."

Ste zaposlili povsem nove ljudi ali prekaljene Mercatorjevce?

"Štirideset odstotkov je Mercatorjevih ljudi, vsi ostali so novi.osebno sem bil kar malo razočaran, ker je bilo zanimanje Mercatorjevih ljudi za delo v tem centru tako majhno. Prvotni načrt je bil, da bi vsa delovna mesta zasedli z Mercatorjevimi izkušenimi ljudmi, saj smo menili, da bo zanje tudi priznanje delati v največji in upam tudi, najboljši trgovini."

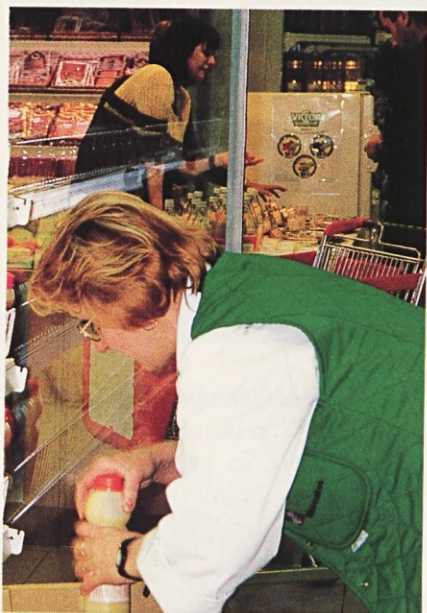
Kako pa ocenjujete odnose med zaposlenimi?

"Ključ dobre in uspešne ekipe so dobri medsebojni odnosi. Odnosi niso ravno idealni v tem smislu, kot si jih predstavljam in želim. Skupaj smo relativno malo časa in še v tem času so nas v bistvu družile najhujše ure. Na področju medsebojnih odnosov moramo še veliko postoriti, vendar pa o kakšnih slabih medsebojnih odnosih ne morem govoriti. So relativno normalni, vendar bi jih rad dvignil na višjo raven tako, da se bodo ljudje resnično dobro počutili v službi in da bo tudi zaradi tega naša trgovina dobra, najboljša."

Morda lahko za konec pogovora poveste še nekaj o plačah in zahtevnosti dela?

"Delo v Mercator Centru Ljubljana oziroma v hipermarketu ni bolj zahtevno, je pa bolj specializirano. Če ga primerjamo z delom v Mercatorjevi samopostrežni trgovini, je v njej prodajalec obremenjen z različnimi tipi del. Pri nas je glede na to, da nas je več, lahko delo specializirano. Vodja oddelka sadja in zelenjave in njegovi sodelavci delajo samo s sadjem in zelenjavo. V običajni maloprodajni trgovini pa morajo prijeti še za kaj drugega in je zato delo bolj raznoliko. Specializacija pomeni, da si na nekem delovnem mestu bolj učinkovit, vendar pa ne bolj obremenjen. Nagrajevanje je v skladu s trenutnim Mercatorjevim sistemom nagrajevanja in mislim, da pri plačah od tega sistema ne odstopamo."

Z zaposlenimi v hipermarketu



IRENA, poslovodkinja na oddelku sadja in zelenjave

Irena meni, da so kupci v glavnem zadovoljni, saj je sadje za drugo kvaliteto kar lepo. Vsako jutro preverijo kvaliteto in dvakrat dnevno na police zložijo sveže sadje in zelenjavo. Na njenem oddelku jih dela devet, tako je vedno lahko vsaj eden na voljo kupcem, če že lijo kaj vprašati. Upam, da se ta način dela obnese in pravi, da se med seboj dobro razumejo, zato si želi, da bi tako tudi ostalo. Zankrat so kar zadovoljni, saj delajo 7 ur dnevno, imajo tudi proste dni, vendar pridejo na vrsto za delo tudi vsako drugo nedeljo.



JANA, slašičarka

Na oddelku kruha in peciva so poleg prodajalk zaposleni še peka in slašičarki. Skupaj skrbijo za to, da je kruh zložen na police, pakirani izdelki in slaščice pa v vitrine, pregledani datumi na trajnejših izdelkih in kupci prijazno, hitro in dobro postreženi. Pestra izbira izdelkov je za Hipermarket nekaj običajnega, zato se redko zgodi, da česa zmanjka. Jana nam je zapupala, da kupci odidejo zadovoljni, zato so zadovoljni tudi oni.



VIOLETA, vodja izmene na oddelku delikatese

Oddelk delikatese zajema približno 30 m vitrin s tridesetimi vrstami

sira, nam je razložila Violeta in dodala temu seznamu še suhe in sveže salame, hrenovke, pečenice, krvavice in zelo veliko solat. V dopoldanski izmeni delajo štirje, popoldne, ko je kupcev več pa jih je pet. Delo je enakomerno porazdeljeno, zato brez težav ustrezajo kupcem.



MIRO, poslovodja mesarskega oddelka

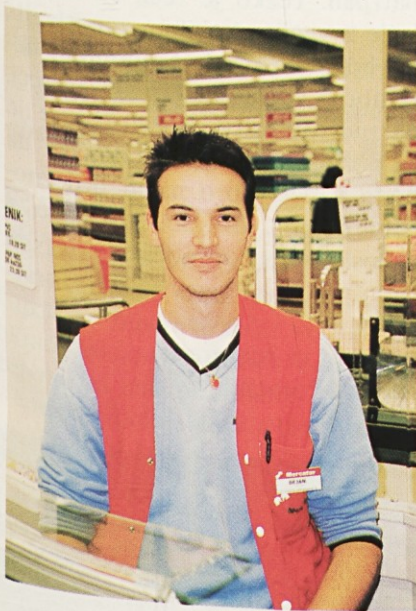
Miro ima v svoji ekipi šestih mesarjev, tudi dekle in pravi, da se dobro razumejo. Kupci so razmeroma zahtevni, vendar se trudijo, da ustrezajo njihovim željam. Meso je dnevno sveže. Ob koncu tedna je po slovenski navadi največje povpraševanje po mesu in kosteh za govejo juho, pa tudi po pljučni pečenki in rostbeefu. Zdaj so že sredi priprav na martinovo ponudbo gosi in rac.

...

Zelo je zadovoljen s svojo prvo zaposlitvijo, saj so vsi zelo prijazni. S sodelavci se lahko vse dogovori, delo ni prenaporno in hitro se uči. Klemena še najbolj veseli delo z ljudmi, tega pa je v trgovini kar nekaj, vendar je upal, da se bo s kupci srečal pogosteje. Očitno so police tako zgledno urejene, da kupci brez težav najdejo, kar potrebujejo. Delavnik mu popolnoma ustreza, pripravljen pa je kakšno uro tudi potegniti, če delo to zahteva.



KLEMEN, pripravnik na oddelku vse za prosti čas



DEJAN, blagajnik

Delo za blagajno je včasih težko, včasih pa tudi ne. Lažje je, če je veliko kupcev, saj čas hitreje mine. Dejan se je pohvalil s posebnim rekordom, saj je neka stranka nakupila blaga za 120 tisočakov in izkupiček je blagajna seštelala v dvajsetih minutah. Sicer se kdaj najde tudi nestrpna stranka, vendar take pri njegovi blagajni še ni bilo. Z vsako stranko takoj vzpostavi stik s pozdravom in če se le da tudi s prijaznim pogovorom. To mu je všeč, tudi če ne bi sodilo k njegovemu delu.

V restavraciji Mercator



ANICA, kuharska pomočnica v restavraciji

Anica pomaga v kuhinji, kjer dnevno pripravijo okoli 250 malic in kosil. Gostje lahko izbirajo med šestimi jedmi, dvajsetimi različnimi solatami in jedmi po naročilu. Trenutno povprašujejo po kislem zelju in pečenici, vedno pa radi pojedjo dunajski ali pariški zrezek. Gostje so zadovoljni. Da delo v kuhinji ni preveč naporno pa si ga porazdelijo štirje zaposleni.

V Intersportu



BOJANA, poslovodkinja v INTERSPORTU

V Intersportu je 16 zaposlenih, ki se sproti usposabljaajo za svetovanje kupcem, in sicer ob pomoči do-

baviteljev ali pa samoiniciativno. Bojana meni, da so imeli veliko srečo z izbiro zaposlenih. Po duši so športniki, med njimi sta celo uspešen metalec kopja in nogometaš, odmevi kupcev so pozitivni, zaposleni so zadovoljni, saj so se že na začetku zavedali, da bo delavnik bolj naporen. Delo v eni najmodernejših trgovin s športno opremo v Sloveniji jih veseli. Tudi podatek, da je ekipa zaposlenih enaka že od otvoritve, veliko pove o odnosih in načinu dela. Trudijo se, da so cene nižje, da so konkurenčni. Redno pripravljajo tudi akcijske prodaje sezonsko zanimivih izdelkov in kupce povabijo na atraktivne dogodke, modne revije in obiske znanih športnikov. Bojana je zelo zadovoljna.

V Trgoavtu



VLADISLAV, poslovodja v TRGOAVTU

Trgoavto je trgovina, ki v Mercator Centru Ljubljana nekako izstopa, kar je verjetno tudi razlog, da so kupci trgovino srednje dobro sprejeli. Vladislav pravi, da je promet malo pod pričakovanji, ni pa slab. Nedelje so nekoliko slabše, med tednom pa je promet popoldne boljši kot dopoldne. Razlog je verjetno v tem, da ponujajo tehnično blago. Poleg športnih artiklov, koles in motorjev, ponujajo

še dodatno opremo za avto. Štirje zaposleni delajo v izmenah po dva. Že preprost izračun nam pove, da prostega dneva pravzaprav nimajo, vendar se vodstvo kar ne odloči za dodatno zaposlovanje.

V vrtnarskem centru Aura

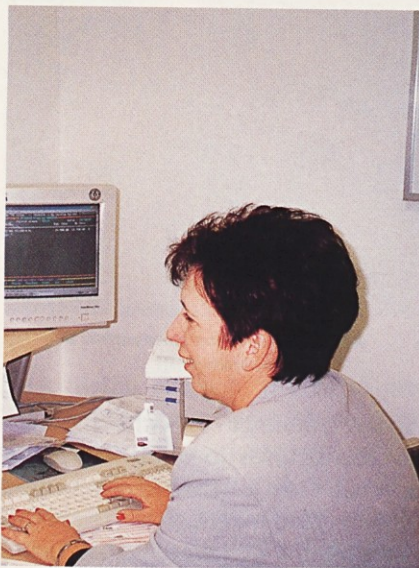


JURIJ, poslovodja v vrtnarskem centru Aura

V vrtnarskem centru Aura dela devet zaposlenih po trije v izmeni. Center se lahko pohvali z bogato izbiro visokih lončnic in prav to jih loči od drugih centrov. Ponudba je zelo pestra, trudijo pa se tudi za lep izgled trgovine in barvno usklajenost. Na aranžerskem oddelku poskrbijo za "dodatno oskrbo" drobnih pozornosti in daril. Kupci so zadovoljni, vendar jih je med tednom zelo malo. Vikend je prodajno najuspešnejši, število obiskov in kupcev pa niha od tedna do tedna, odvisno od vremena. Jurij ocenjuje, da je promet dober, vendar pa nekoliko pod pričakovanjem, enako velja za obisk. Le nekaj kupcev namreč pred ali po nakupu v Hipermarketu zaide v nji-

hovo trgovino. No, drugače pa so zadovoljni, le še kupci se morajo navaditi nanje. Upajo, da si bodo stalne stranke pridobili z akcijskimi ponudbami in tedensko izbiro z geslom "aurin adut".

V Modiani



MARIJA, poslovodkinja v MODIANI

Modianina trgovina je tretja po velikosti in za kupce skrbi 6 prodajalk in 2 pripravnici. Vse Modianine trgovine imajo enako os-

novno ponudbo, potem pa se prilagajajo kupcem. V trgovini najdete oblačila za vso družino, najbolj priznanih slovenskih proizvajalcev in tudi iz uvoza. Najbolje se prodajata ženska in moška konfekcija, saj je prostor namenjen otroški konfekciji manjši, tako jih največ dela čaka prav tam. Zanimivo je, da je največ povpraševanja po oblačilih višjega cenovnega in tudi kakovostnega razreda. Obisk je po pričakovanjih najboljši ob vikendih, najslabši pa ob ponedeljkih in dopoldnevih. Plan prometa je visok, vendar sta obisk in promet taka, kot si ju želijo. Cilji so vedno višji, zahteva Marija. Ekipo je na novo oblikovana, a se dobro razumejo. Nekaj težav imajo z usklajenostjo urnikov, saj je delavnik natrpan. Teško je reči, če bi bilo lažje z večjim številom zaposlenih, saj bodo po prodajno dobrem decembru prišli bolj sušni meseci, pa tudi otvoritvena evforija se je že poglobila. Tako so se odločili, da bodo v decembru najeli priložnostno pomoč, drugače pa bodo z zaposlovanjem še počakali.

Besedilo in fotografija
Alenka Potočnik





VRHUNSKKE KUHINJE V M STUDIO

V programsko zasnovano Mercator Centra Ljubljana je bila na predlog Mercatorjevega razvojnega sektorja vključena tudi specializirana prodajalna s pohištvom - M Studio. M Studio je dvakrat specializirana prodajalna. Ker je trgovina zgolj s kuhinjskim pohištvom in gospodinjskimi stroji in ker so to zgolj vrhunske kuhinje Ewe.

Razloga za odločitev sta dva:

- ženske imajo med obiskovalci in kupci v hipermarketih večino in hkrati imajo po večini odločilno besedo pri nakupu kuhinj;
- ena od ciljnih skupin obiskovalcev in kupcev v hipermarketih so kupci z debelejšimi denarnicami in visokimi zahtevami.

Predvsem tej ciljni skupini je namenjena ponudba v M STUDIO.

Kuhinje EWE po kvaliteti sodijo v evropski vrh, izdelujejo jih v tovarni enakega imena v Welsu v Avstriji, prodajajo pa se predvsem v Evropi, vendar so uveljavljena blagovna znamka tudi na vseh drugih kontinentih.

Ponudba je sestavljena iz 24 osnovnih modelov v 9 cenovnih razredih, v 18 barvnih kombinacijah, v enakih izvedbah je možno izbrati tudi pohištvo za jedilnico.

Kuhinje so izdelane iz naravnega lesa, furnirane in oplemenitene z različnimi dodatki v kombinaciji s steklom, kovino, naravnim ali umetnim kamnom in kakovostno plastiko.

S proizvodno tradicijo, s proučevanjem ter prilagajanjem uporabnosti kuhinj delovnim gibom gospodinj, je tovarna EWE razvila in vpejla številne izvirne rešitve, ki so prepoznavne predvsem v funkcionalnosti posameznih elementov, njihovih sklopov in ne nazadnje tudi v uporabljenih materialih. Tudi design je pri kuhinjah EWE posebej poudarjen.

Preden pa se odločite za nakup v M Studiu pa vam svetujemo posvet z arhitektom. Kot poznavalec tako serijske proizvodnje kot proizvodnje po naročilu, vam bo najbolje svetoval, kako do funkcionalne in lepe kuhinje. Kajti bistvena prednost izdelkov EWE so prav kombinacije in s tem rešitve za vsak, še tako zahteven prostor.

V M Studiu si podajata roko kakovost izdelkov in storitev:

- kupcu nudijo brezplačno izmero prostora in načrtovanje možnih rešitev, dostavo kupljenih izdelkov in montažo;
- kratke dobavne roke in ugodne plačilne pogoje;

- cene izdelkov so primerne kvaliteti;

- kakovostni gospodinjski stroji Gorenje, AEG, Blanco, Bosch, Candy, Elektrolux, Miele in drugih proizvajalcev dopolnjujejo ponudbo kuhinj,

- jedilnice EKA, ki jih izdelujejo v Avstriji, je možno uskladiti s kuhinjami;

- posebej lahko izberete in naročite jedilne kote v kuhinji, samostojne jedilnice in jedilne kote v dnevnih sobah. Tudi za tovrstno pohištvo nudijo enake storitve kot pri nakupu kuhinj;

- zelo pestra je izbira pohištvenih tkanin za stole ali klopi ter različnih lesenih elementov za stene, stropce, ipd.;

- cene so konkurenčne, plačilni pogoji ugodni;

- ponudbo dopolnjujejo različni drobni uporabni in vrhunsko oblikovani izdelki iz stekla, porcelana, keramike...

- M STUDIO je edina tovrstna trgovina, ki je odprta 7 dni v tednu.

Vinko Savnik

MERCATORJEVA PREPOZNAVNOST V SEVEROVZHODNI SLOVENIJI

Družba Mercator SVS s svojimi maloprodajnimi enotami praktično pokriva celotno območje sevrovzhodne Slovenije. Dosledna rdeča nit njene prepoznavnosti je učinkovito izvedena in spoštovana Mercatorjeva celostna grafična podoba ter standardiziranost notranjih ureditev trgovin, da o voznem parku ne govorimo.

Zasluge za urejeno stanje gredo predvsem nepopustljivi politiki uprave družbe in hkrati izvajalcem te politike. To so poleg vodstvenih ljudi, ki imajo na skrbi razvoj maloprodaje, še predvsem arnazerji, ki so skrbniki te podobe na terenu. O tem, kako skrbijo tako za celotno podobo, kot za prijazne in domiselne dekorativne dodatke v trgovinah in izložbah, smo se pogovarjali z **Diano Oblak**, diplomirano ekonomistko, sicer pa vodjo oddelka za tržno komuniciranje.

"Celostna podoba je področje, ki zahteva predvsem disciplino in ne dovoljuje improvizacij, osebnih interpretacij in malomarnosti. Pri našem delu jo spoštujemo v celoti, čeprav smo včasih zaradi arhitektonskih ali drugih rešitev v kar velikih zagatah, kako jo umestiti, ne da bi jo prizadeli oziroma okrnili njeno celovitost. Mislim pa, da vselej najdemo primerno rešitev. Ustvarjalna svoboda pa velja za dekorativne in druge elemente, ki jih uporabljamo za poudarjanje izdelkov in same prodajalne. Svoboda v mejah, ki jih preneseta narava trgovine in izdelka. Pomembni komponenti sta tudi letni čas in aranžerski trendi. Upošteva vse to, prijetnega izgleda trgovine ne moreš zgrešiti."

"Zelo me je razveselilo povabilo na nedavno srečanje aranžerjev iz vseh trgovskih družb, ki ga je organizirala gospa Maja Hočevar, ki je v Mercatorju zadolžena za koordinacijo aranžerske dejavnos-

ti. Povabila nas je k predstavljanju idej in zamisli o usklajenem aranžerskem delu in k oblikovanju nekakšnega skupnega imenovalca celotne podobe Mercatorjevih trgovin pred velikimi prazniki, pa tudi sicer. Rdeča nit naj bi bila enotna za vse, aranžer-

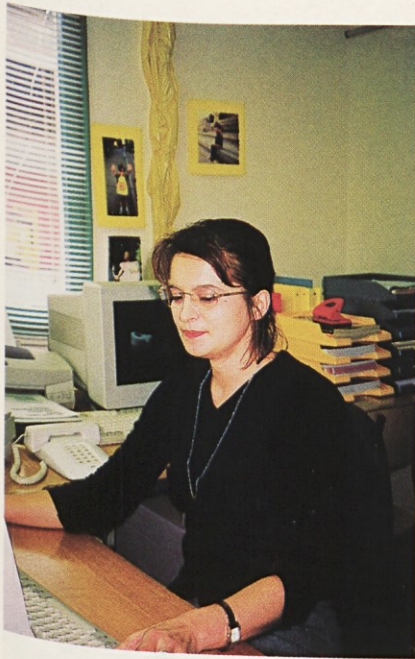


Diana Oblak

jevi izvirnosti in iznajdljivosti pa prepuščeno, kako bo dekoriral prostor. Moram pa reči, da me je nekoliko presenetilo, ker je bila bera idej in zamisli o podobi trgovin v novoletnem času zelo skopa. Z njimi smo kar nekako izstopali. Upam, da se bodo konkretni predlogi za sodelovanje do naslednjega srečanja pomnožili. Tudi skupna strokovna ekskurzija v eno od nemških tovarn, ki

izdeluje dekorativne elemente, je bila izredno dobrodošla. Sploh pa bi bilo dobro, če bi tovrstna srečanja aranžerjev postala pogostejša in posvečena izobraževanju, novostim v stroki, tehnologijam, ki lahko olajšajo naše delo, izmenjavi idej in zamisli, njihovem poenotenju v tem smislu, da bi potrebne in dogovorjene dekorativne elemente nabavljali skupno pri najugodnejšem dobavitelju." Diana ima kar precej zamisli, kako najti skupni jezik aranžerjev in kako oblikovati minimalna "skupna jedra" Mercatorjeve podobe, ki jo lahko ustvarjajo aranžerji.

Ptujski aranžerji - v skupini so štirje, imajo na skrbi 150 trgovin. Od trgovin z gradbenim in tehničnim materialom, samopostrežb, blagovnic in hipermarketov. Kar lepa paleta trgovin in prodajnih programov, ki jih je treba "opedenati". V kratkem pa bosta ptujsko četico okrepila še aranžerja iz slovenjebistriške Plavnice in trije iz Mercator Klasa. "Vsem našim trgovinam skušamo dati približno enako podobo. Že prej sem povedala, da odstopanj od zadev, ki jih je standardizirala celostna grafična podoba, ni. V vsem ostalem pa se prilagajamo predvsem prodajnemu programu in prostorskim možnostim. Na Ptuju sta osrednja objekta naše pozornosti blagovnica in hipermarket, pa tudi manjših in predvsem specializiranih trgovin v mestnem jedru ne zanemarja-



Vladka Bedrač

mo. Urejanje izložb v blagovnicah ali drugih trgovinah, kjer je izložba magnet, je seveda čisto nekaj drugega kot urejanje notranjosti trgovin. Za vstop v leto 2000 zanje pripravljamo posebne postavitve in elemente. Mislim, da bo praznično, nenavadno in predvsem vabljivo."

So na vaše stvaritve v izložbah kakšne reakcije?

"Seveda so. Ni dolgo tega, ko smo v izložbah blagovnice kot dekorativni element uporabili krompir kot najbolj tipični jesenski pridelek. O okusih sicer ne gre razpravljati, toda namen - vzbuditi pozornost za ogled jesenske ponudbe v blagovnici, je bil dosežen," nam je povedala aranžerka oblikovalka **Vladka Bedrač**, ki ima rada "odštekane" stvari. Pravi pa, da je kot dekorativni element dober vsak material, če je prav uporabljen in je tudi izpostavljen v aranžerskih trendih. In še dodaja: "Postavi v izložbo kar hočeš, če nisi delal z ljubeznijo in vdanostjo poklicu, bo rezultat jalov. Osebnostno zadovoljstvo v poklicu je zame največ. Krona tega zadovoljstva je "štekanje" v delovnem okolju. Oboje se v mojem primeru združuje. Verjetno imam srečo. Ker pa je vsak svoje sreče urar, moraš tudi sam izžare-



Krompir je opozoril na jesensko ponudbo v ptujski blagovnici

vati pozitivno energijo in se potruditi, da postane nalezljiva. Razmišljati, kako problem rešiti in ne, kako se ga ne da, je moje vodilo."

Z dobro voljo in iskrenjem idej je napolnjen aranžerski oddelek v družbi Mercator SVS.

Vesna Bleiweis



V polnem teku je priprava na novo leto



OSVETLJAVA NAKUPOVALNIH CENTROV

*Članek objavljamo z dovoljenjem avtorice in uredništva časopisa za oblikovanje svetlobe
A LIGHTWEAR, ki ga izdaja podjetje Arcadia, d.o.o.*

Trgovsko podjetje, ki si želi domiselno in v skladu s smernicami sodobnega potrošništva urediti svoj prodajni prostor, ne more spregledati pomembnosti kakovostno oblikovane osvetljave. Ob tako kompleksnem in zahtevnem osvetljevanju, kot je urejevanje trgovskih centrov, je potrebno dobro in premišljeno načrtovanje. Svetlobni projektant mora spremljati tehnične novosti, biti seznanjen s sodobnimi trendi in poznati ponudbo svetil. Imeti pa mora tudi senzibilnost pogleda, ki bo združeval svetlobo z arhitekturo in izpostavil izdelek.

Dobro vidna, torej osvetljena trgovina, bo kupca privabila. Omogočila bo preglednost prostora in prek svetlobno orientacijskih vizur napotila potrošnika do zelenih, jasneje izpostavljenih izdelkov. Pripovedovala bo o cenovnem razredu trgovine, o kakovosti ponujenih izdelkov in videzu trgovine. Omogočila bo prepoznavnost trgovskega podjetja za ob prvem stiku. Kakovostna osvetljenost bo pomagala prodajati izdelek. V sodobno opremljenih trgovinah se kupuje z očmi.

Jakost svetlobe

Pri osvetljevanju trgovine vse bolj postaja pomemben vizualni vtis. Raziskave svetlobnih mojstrov dokazujejo, da je svetlejši izdelek hitreje opazen, privlačnejši in lažje zapomnljiv. Velikost in oddaljenost objekta sta premo sorazmerni z jakostjo svetlobe. Standard jakosti osvetljevanja trgovin se je prav zaradi tega razumevanja iz nekdanjih 350Lx preusmeril v današnje 1000 do 1200Lx.

Vidnejši izdelek se bolje prodaja

V splošnem zahtevajo trgovine s prehrabnimi izdelki jasno in enakomerno razporejeno svetlobo. Najmanj zaželeno je, če zaradi nepravilne razvrstitve svetilk, jakost svetilnosti niha in s tem povzroča svetlobnosenčne pasove, ki onemogočajo jasen pregled nad ponujenimi izdelki.

S specifično usmerjenostjo žarkov in njihovo intenziteto pa se lahko oblikuje dramatika prostora. Naša percepcija sprejema informacije selektivno in pravilno poudarjanje bo pritegnilo kupca in mu vzbudilo zanimanje. Vendar je za tako zahtevno osvetljevanje potrebna profesionalna občutljivost svetlobnega projektanta. Ob napačni postavitvi svetilk se bo iz prijetnega ambienta prostor sprevrgel v kaos in bo s tem odvrčal potencialnega kupca.

Posebno pozornost zahtevajo vstopni prostor in izložbe. Dnevna svetloba je ob jasnem, poletnem dnevu močnejša od tiste v notranjem prostoru in oko potrebuje daljši prilagoditveni čas pri prehodu iz svetlejšega v temnejši prostor. Zato je zaželeno močnejše osvetliti prav te prostore.

Barva svetlobe

Barva sama ne učinkuje na vidnost osvetljenega izdelka, oblikuje pa zmožnost zaznavanja kontrasta in stopnjo pozornosti. Ima psihološki učinek na percepcijo in s tem pomaga prodajati izdelek. Za generalno osvetlitev samopostrežne trgovine je primerna bela svetloba, ki se po temperaturi približuje dnevni svetlobi. Vendar ima tudi belina velik spekter barvnih odtenkov: od najtoplejše, skoraj rumene, do hladne, modre barve. Stopnja hladnosti ali toplote v svetilnem izvoru se meri v svetlobni temperaturi, stopinjah Kelvina. Višja ko je vrednost, hladnejša je barva. 6000K je temperatura dnevne svetlobe, 2700K običajne žarnice. V prostorih za prodajo prehrabmenih izdelkov je za centralno ambientalno osvetlitev optimalna srednja barvna temperatura, okoli 3500K.

Ustvarjanje imidža

Z upoštevanjem svetlobnih zakonitosti, primerno izbiro svetilk, dosledno uporabo in s tem pogojeno psihološko osvetlitvijo, svetloba ponuja tudi močno vizualno prepoznavnost trgovine, t.i. imidž. Ta lahko sporoča vrsto segmentov, ki jih želijo izpostaviti trgovci. Še posebno to velja za večje trgovske verige, katerih prepoznavnost je zaželeno že od daleč, z ulice. Kadar kupec vstopi v tako trgovino, ga pričaka domač, znan ambient, kateremu zaupa in se prepusti zapeljati njegovi ponudbi, pa čeprav je trgovina v novem, njemu neznanem okolju.

In v praksi

Primer kakovostne, tehnično in vizualno funkcionalno urejene osvetljave je prenovljena veriga Mercatorjevih samopostrežnih trgovin. Mercator je trgovsko podjetje, ki se je hitro prilagodilo novonastalim tržnim razmeram pri nas. Ob zavedanju, da nakupovanje ni več zgolj vsakdanja nuja, temveč da kapitalistično orientirana kultura potrošništva skokovito zavzema tudi slovenski trg, so se lotili dobro premišljene

prenove samopostrežnih trgovin. Prostorji so zaživeli v novi podobi, v sijaju novih luči. Mercator je obogatil raven ponudbe in pokazal, da je nakupovanje predvsem prijetno, da možnost izbire v sodobno urejenem ambientu pogojuje zadovoljstvo kupca.

Projekt osvetljevanja je prevzelo slovensko podjetje Arcadia, ki je doslej, v dveh letih, prenovilo 25 samopostrežnih centrov. Mednje sodijo: samopostrežna trgovina na Brdu, v Novih Fužinah, na Proletarski ulici, Tržaški cesti ...

Mercatorjev zaščitni znak je bela beseda na rdeči podlagi - čisto, preprosto in prepoznavno. Tako so tudi projektanti Arcadie osvetlili notranjost trgovine. Usmerjenost glavnih svetil sledi arhitekturni organizaciji razstavljenih izdelkov. S tem je omogočena jasna in celovita preglednost prostora. Jakost svetlobe je podrejena svetlobnim standardom, ki se vse bolj približujejo dnevni svetlobi. Kakovostno zasnovana ritmika postavljenih svetilk omogoča enakomerno osvetljenost prostora, brez nezaželenih senčnih pasov. In kar je najpomembnejše, dobro vidni izdelki izstopajo iz ozadja, kar je zelo pomembno za starejše ljudi. Znano je namreč, da se prepoznavanje svetlobe med dvajsetim in štiridesetim letom starosti razpolovi. Tako k težji berljivosti besedila in cen na embalaži ne prispevajo ne le majhne črke, temveč zlasti slaba svetloba. Ob tem ni problematična zgolj neprimerna jakost, temveč tudi nezaželeni senčni pasovi.

Prek enakomerno razsvetljenega ambienta se prostor zaključuje z individualno prodajo delikatesnih izdelkov. Ker je v večini trgovin prav ta del najbolj oddaljen od vhoda in prostor končuje, so projektanti izbrali specifične svetilke. Te omogočajo programu prilagojeno svetlobo in s svetlobno poudarjenimi zaključki ustvarjajo iluzijo večje trgovine. Prav tako prostor poveča tudi dodatno osvetljen, končni del talne površine. Kot da bi se tla nadaljevala še daleč naprej izza postavljenih, specializiranih vitrin.

Razsvetljenost izdelkov v vitrinah pa ponujajo novo, trgovcu tako ljubo "prevaro". Kupec želi kupovati sveže meso ali zelenjavo in pravilno uporabljen korekcijski filter mu bo to omogočil. Tako ne gre za prevaro v dobesednem pomenu, temveč za poudarjanje realnosti. Še tako sveža zelenjava bo pri nepravilni svetlobi videti uvenela.

Trgovine privabljajo kupca tudi z zunanostjo. Prepoznavna, tako imenovana imidž svetloba, ki je določena s primerno izbiro svetilk, načinom postavitve in barvno temperaturo svetlobe, pronica skozi steklene fasadne površine in že od daleč, z ulice privablja kupca.

Tako urejene trgovine sodijo po kakovostni svetlobni opremljenosti v slovenski vrh. Osvetljenost samopostrežnih trgovin pa se lahko primerja tudi z opremljenostjo tujih trgovskih centrov. Primerjava ne samo da zdrži, temveč jih Mercator tudi prekosi.

Irena Pivka



POHIŠTVO V MERCATORJU

Mercator je omembe vreden trgovec s pohištvom. Da bi tudi ta del trgovine šel vstric z razvojem živilske trgovine, zlasti po prostorski in programski plati, se spreminjajo obstoječi pohištveni saloni in druge prodajalne hkrati pa tudi same storitve.

Konec septembra je bil v Ljubljani sejem pohištva, kjer so slovenski proizvajalci predstavili novosti, lahko bi rekli, pohištvo za naslednje tisočletje. Obiskovalce sejma pa je predvsem zanimalo, kdaj, po čem in kje bo možno novosti kupiti.

V času sejma je na ponudbo pohištva v Mercatorju opozoril reklamni letak, v katerem je več pozornosti kot pohištvu za drugo tisočletje, namenjeno obstoječi razmeroma ugodni ponudbi v Mercatorju. Poleg ponudbe izdelkov, cen in nakupnih pogojev pa je letak vseboval tudi podatke o Mercatorjevih pohištvenih trgovinah v Sloveniji. Vseh je kar 34. Avgusta letos pa se jim je pridružil še M STUDIO v Mercator Centru Ljubljana. V njem se prodaja kuhinjsko pohištvo in bela tehnika vrhunske kakovosti.

Mercatorjeva trgovina s pohištvom je bila do nedavnega nekako v senci živilske trgovine, kar je razumljivo saj jo ta po prometu, številu prodajal in navsezadnje tudi po oglaševalski plati, daleč prekaša.

Z vstopom novih družb v Mercator se je povečalo tudi število pohištvenih trgovin. V veliki meri so vse Mercatorjeve trgovine s pohištvom potrebne preнове. Tako prostorske kot programske. Nekaj teh prenov je že za nami, glavnina dela pa nas še čaka. V že prenovljenih specializiranih prodajalnah ali pa v oddelkih s pohištvom v večjih prodajnih centrih oziroma blagovnicah, smo spremenili prodajni program in izboljšali raven prodajnih storitev. Slednje predvsem z usposabljanjem prodajnega osebja in z računalniško opremo, ki nam omogoča, da po kupčevih željah izbrane pohištvene elemente umeščamo v točno določen prostor. Začeli smo tudi z oglaševalskimi in promocijskimi dejavnostmi.

Ognjeni krst je nova zasnova prodaje pohištva doživela v pohištvenem salonu v Idriji novembra 1997. Novembra 1999 pa bomo v Metliki odprli že 20. posodobljeno prodajalno.

Kar nekaj dvomov je bilo o načrtih, povezanih s prenovami pohištvenih trgovin in o tem, da je za prodor tudi v vrh slovenske trgovine s pohištvom potrebno povsem spremeniti tržne prijeme.

Kljub dvomom smo s prenovami in tržnimi prijemi dosegli bistveno boljše in predvsem spodbudne rezultate poslovanja. K uspehu največ prispevajo zaposleni v pohištvenih salonih, ki z novimi znanji prijazno strežejo kupcem.

Dobavitelji so spremembe nagradili z bistveno boljšimi nabavnimi pogoji, s sodelovanjem pri prenovah in z dodatnimi bonitetami ob pospeševalno prodajnih akcijah. Veliko pa so prispevali k izobraževanju prodajalcev pohištva.

V preteklosti smo imeli primat v številu pohištvenih trgovin, sedaj smo med prodajalci pohištva po ustvarjenem prometu na drugem mestu. Po tem merilu se zelo hitro približujemo edinemu slovenskemu pohištvenemu specialistu, ki ima sicer manj trgovin, ima pa velike prodajne salone, 50 letno tradicijo, strogo specializirane prodajalce in renome iz preteklosti. Kaj pa potrošniki?

Velika in raznovrstna ponudba pohištva slovenskih proizvajalcev jim je dosegljiva tudi v Mercatorju. Trudimo se, da bi v naših prodajalnah zadostili različnim okusom, potrebam in žepom.

Vinko Savnik



V SLOVENSKO MESARSKO VETERINARSKO AFERO JE BILA PO NEPOTREBNEM STLAČENA TUDI ETA

Nevarnost prepovedi izvoza rdečega mesa v države Evropske Unije še vedno lebdi v zraku. Vse je odvisno od tega, kako uspešno bo država ukrepala. Mesarskoveterinarska afera, ki je konec oktobra burila javnost, je zahtevala hitre gasilske ukrepe. Med njimi je sklep Veterinarske uprave o črtanju iz seznama izvoznikov mesa zadeval tudi kamniško Eto. Kaj ima Eta z izvozom mesa, smo povprašali in dobili odgovor.

"Navedenega sklepa Veterinarske uprave Slovenije, ki ga je objavilo Delo 26. 10. 1999, Eta do srede, 27. 10. 1999 še ni dobila. Prav tako tudi ne ustrezne obrazložitve.

Veterinarske inšpekcije EU v ETI ni bilo. Republiški in občinski veterinarski inšpektorji ter strokovno pooblaščen veterinarji za kontrolo obrata ob tekočih rednih pregledih niso ugotovili nobenih nepravilnosti, ki bi bile povezane s kvaliteto naših izdelkov, ki vsebujejo kot dodatek tudi meso (mešane zelenjavno mesne jedi v pločevinkah - polnjena paprika, sarma, fižol s slanino in klobaso, omakca z gobami in mesom). Meso in mesne izdelke smo nabavljali v registriranih klavnicah s certifikatom in z veterinarskimi kontrolami tako v klavnici kot v Eti.

Strokovne predloge pristojnih veterinarskih inšpekcij za adaptacijo objekta, kjer občasno poteka proizvodnja mešanih zelenjavno mesnih pločevink, smo v časovno danih okvirih tudi upoštevali in izvajali oziroma so še v teku.

V Eti nas zelo moti, da so se vsi obrati, ki jim je odvzeto dovoljenje znašli v istem košu, ne glede na vzrok ali kriterije, ki so bili za tako odločitev upoštevani. V javnosti je prikazano kot "mesno predelovalni obrati na črni listi", kar vzbuja dvome v kvaliteto izdelkov in s tem povzroča škodo ugledu podjetja in tudi materialno škodo.

V Delu so bili 26. 10. 1999 v objavljenem sklepu Veterinarske uprave Slovenije navedeni tudi možni izločitveni kriteriji kot so:

- obrati, ki so v rekonstrukciji in
- podjetja, pri katerih je predelava mesa le manjši del proizvodne dejavnosti (imajo v proizvodnem programu manj kot 10% svežega mesa), kar je lahko argument tudi za Eto. V skupni letni proizvodnji je mešanih zelenjavno mesnih konzerv manj kot 10% proizvodnega programa.

Neargumentirano in površno sestavljanje seznama obratov, ki so jim odvzeta izvozna dovoljenja in nato njihovo objavlanje v sredstvih javnega obveščanja, je zelo krivično in škodljivo, ker povzroča v javnosti napačno sliko in dvome o kvaliteti izdelkov.

Tudi po kasnejših pojasnilih o upoštevanih strokovnih in organizacijskih kriterijih, na osnovi katerih so bila posamezna dovoljenja odvzeta, ostanejo v javnosti določeni dvomi in vseh škodljivih vplivov se, žal ne more več popraviti.

Zato v bodoče upravičeno pričakujemo pravočasno informiranje podjetij o odločitvah Veterinarske uprave Slovenije z ustreznimi obrazložitvami in na osnovi tega tudi realno posredovanje informacij sredstvom javnega obveščanja. V Eti bomo proučili nastalo situacijo in se glede na majhen obseg navedene proizvodnje morebiti celo odločili za opustitev navedenega proizvodnega programa."

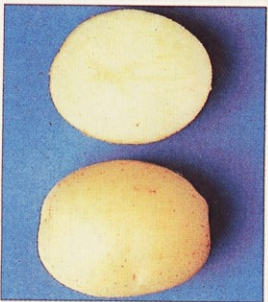
Tako je v odgovoru na naše vprašanje pojasnila Jelka Tušar, dipl. ing iz Ete.



DNEVI KROMPIRJA

V Šenčurju pri Kranju so 29. oktobra letos strokovnjaki Mercator Kmetijstva KŽK - Laboratorija za fiziologijo in virusne bolezni krompirja skupaj z nizozemskimi strokovnjaki predstavili rezultate dveletnega raziskovalnega dela. Razstava slovenskim razmeram primernih sort krompirja in izsledki raziskav so izzvali veliko zanimanje tako kmetov - velikih pridelovalcev krompirja kot strokovne javnosti. Sam dogodek pa je bil imenitna priložnost za predstavitev priročnika "Nasveti za pridelovanje krompirja v Sloveniji".

CARLINGFORD



ZRELOST: srednje zgodnja sorta

NAMEN: — široko uporabna sorta z čvrstim mesom, primerna za pridelovanje glavnega pridelka in oskrbo trga do pomladi.

GOMOLJI

♦ barva kože:


♦ barva mesa:




♦ oblika: okroglo ovalna

♦ očesca: plitva

ODPORNOST PROTI BOLEZNIM

občutljiva	srednje občutljiva	srednje odporna	odporna
plesen			
virus A, X, Y			
virus PLRV			

 Zaradi povsem belega mesa in kože zelo zanimiva sorta, za pridelovanje glavnega pridelka. Meso je zelo čvrsto in se med kuhanjem ne razkuha in ne potemni. Pridelki so zelo visoki. Je povsem odporna na virus YNTN.

Krompirček ne eden, cela skleda... krompirček v oblicah ročice pogreje... je v pesniški obliki bedo orisal slovenski poet. Od 16. stoletja, ko je krompir izpod perujskih Andov s španskimi zavojevalci prišel v Evropo, je trajalo še skoraj dve stoletji, da se je v Evropi udomačil kot živilo. Najprej v Angliji in nato na Irskem. Prav tu je krompirjeva plesen v letih 1845 do 1847 povzročila lakoto, zaradi katere je umrlo okrog milijon ljudi, prav toliko Ircev pa se je izselilo. Toliko o našem vsakdanjem krompirčku.

V Sloveniji je krompir že dolgo osrednja poljščina in skoraj ni kraja, kjer ga ne bi sadili. Strokovnjaki ocenjujejo, da smo v letu 1997 Slovenci pridelali 195 tisoč ton krompirja in pridelavi namenili 9.500 hektarov. Pretežni del pridelka je jedilni krompir, za predelavo v oplemenitene proizvode (čips, pomfrit, pire) pa je takega, ki bi bil primeren za predelavo, premalo.

Tudi pridelovanje semenskega krompirja je skromno. V letu 1998 je bil za seme potrjen 101 hektar. Pridelali smo 1.931 ton semena. Semenskega krompirja kmetje proizvajajo zelo malo. Nekaj površin s semenskim krompirjem je na širšem območju Komende, na območju Dravograda in na poljih Mercator KŽK Kmetijstva Kranj. Gre za kakovosten semenski krompir. Največ se sadi sorta sante, ki nima posebnih jedilnih kvalitiet, je pa zelo odporna na viruse. Zanimanje za pridelavo semenskega krompirja je povezano s ceno. Uvoženi je pač cenejši.

Predmet raziskovalnega projekta je bila prav pridelava krompirja, primerne za predelavo, saj je

imela Slovenija v načrtu postavitev predelovalnega objekta velikih zmogljivosti. Surovina zanj naj bi bile sorte, primerne za predelavo, pridelane na Slovenskem. Predelava zahteva poleg zadostne količine tudi značilnosti, ki omogočajo tehnološko obdelavo do končnega izdelka.

Nizozemsko slovenski projekt, ki ga je financirala nizozemska vlada, je pokazal:

- da ima Slovenija možnosti za doseg velikega pridelka kakovostnega krompirja;

- da pa bo za tak pridelek potrebno spremeniti utečene tehnologije in metode.

Priročnik "Nasveti za pridelovanje krompirja v Sloveniji" je strnjen povzetek raziskav in praktičnih izkušenj nizozemske pospeševalne službe izpod peresa inženirja **Pietra Andersa**, ki mu je s slovenskimi značilnostmi in izkušnjami dodal piko na i **dr. Miloš Kus**. Priročnik je namenjen kmetijskim strokovnjakom in predvsem kot pomočnik pridelovalcem pri prizadevanjih, da bi dosegli kakovostnejši in obilnejši pridelek.

Kaj manjka v naši pridelavi krompirja? Manjka ji natančnosti od saditve do skladiščenja. Sadimo ne da bi natančno vedeli za namen uporabe, sadilno razdaljo imamo za vse sorte krompirja v povprečju enako, z dušikom dognujemo predvsem preveč, higiena, skladiščenje, strojna oprema... Na teh področjih pridelovalcem krompirja največkrat zmanjka tal oziroma znanja.

"Slovenci smo pri krompirju veliki tradicionalisti. Večina Slovencev prisega, da je pravi krompir samo



Joop Aerts, nizozemski vodja projekta je od šenčurskega župana dobil maskoto občine - krompir



dr. Miloš Kus je s slovenskimi izkušnjami dopolnil nasvete za pridelovanje krompirja



Marija Pepelnjak, raziskovalka v kranjskem laboratoriju



Maša Vodenik, raziskovalka v kranjskem laboratoriju

krompir, ki ima belo meso. Temu sledijo tudi pridelovalci, čeprav je toliko sort krompirja, ki po okusu, videzu, odpornosti na različne bolezni in primernosti za "nadaljnje postopke" lahko povsem nadomestijo tradicionalni ugled zgolj belih gomoljev. Za preusmeritev na sorte, primerne za predelavo in njim ustrezno tehnologijo, bi na Slovenskem potrebovali nekaj let. Za rentabilno namensko proizvodnjo v velikem predelovalnem obratu bi potrebovali okoli 20.000 ton prvovrstnih gomoljev, ki bi morali odgovarjati tehnološkim in prihodkovnim parametrom predelave. Žal pa na naših poljih poberemo vse preveč "punčk" in drugih za predelavo neprimernih oblik gomoljev. Sicer pa Slovenci na splošno jemo zelo dober krompir. Omenjate, da je na trgu predvsem krompir z veliko napakami kot so krastavost, votlost, pegavost, črne pike, steklavost ... Vse to je posledica nepravilne tehnologije in nepravilnega ravnanja s krompirjem. Od priprave zemljišča, nepravilnih odmerkov dušika, fizioloških šokov zaradi klimatskih učinkov (suša, moča) do mehanskih poškodb pri spravilu in skladiščenju. Veliko poškodb pa lahko pripišemo tudi ličinkam strun in sovk, ki jih je na naših krompiriških ogromno, prav učinkovite zaščitne pred njimi pa ni. Nove sorte krompirja zahtevajo nove tehnologije, predvsem pa veliko znanja o sorti, ki jo sadimo. Navodil o tem, kakšno tehnologijo in pozornost posamezna sorta zahteva, praktično ni. In tako se sodo-

bne in na različne bolezni odporne sorte sadijo, negujejo, strojno obdelujejo in skladiščijo s pomanjkljivim znanjem oziroma s filozofijo, da o krompirju že vse vemo."

Marija Pepelnjakova se je v pogovoru o krompirju dotaknila tudi trga. Pravi, da je uvoz krompirja nepotreben, saj so pridelane količine in predvsem kakovost na Slovenskem pridelanega krompirja, povsem ustrezne običajnim prehrabnim namenom.

Laboratorij za fiziologijo in virusne bolezni krompirja deluje v okviru Mercator KŽK Kmetijstvo. Celovita poslovna usmeritev podjetja zadeva tudi ureditev položaja raziskovalnega laboratorija. Pohvalni in v pridelovalno prakso vpeljani dosežki raziskav so eno, neizprosna logika števil pa drugo. Dejavnosti na področju semenskega krompirja, prvotno namenjene jugoslovanskemu trgu, je bil namenjen tudi laboratorijski objekt s pripadajočimi poskusnimi površinami ter seveda število strokovnih sodelavcev. Zato se zdaj podjetju postavlja vprašanje o usodi raziskovalne enote. "Po naravi svojega dela zanesljivo sodimo med raziskovalne institucije in pod okrilje institucij, ki se na tak ali drugačen način ukvarjajo s kmetijstvom. Vendar pa se bojim, da se bo trudoma ustvarjen ugled laboratorija izgubil v anonimnost in da bo prehod tudi v drugačne dejavnosti laboratorija, povzročil zmanjšanje zanimanja in potreb po našem delu", nam je na to vprašanje odgovorila **Maša Vodenik**.

Vesna Bleiweis

Moji najboljši sosedi Ruži

*Na Vevčah v Mercatorju
dela gospa po imenu Ruža.
Ona najbolj zna,
kaj v trgovini kupec velja.
Delikateso vedno urejeno ima,
samo ona jo najbolj urediti zna.
Vedno je dobre volje in nasmejana,
prijazna in strankam dobro poznana.
Lepo in pohvalno bi bilo,
če Mercator kdaj z nagrado spomnil
tudi takih deklet se bo.
Prepričajte se!
In take prodajalke v bodoče bolj
cenite.
Več takih bomo imeli,
rajši bomo k Mercatorju zapravljat
hiteli!*

Pesmico nam je poslala gospa Milka, stalna stranka v trgovini na Vevčah



**To pa je naša sodelavka Ruža Rak,
ki ji je pesmica namenjena**

KRČANI MARTINOVALI V LJUBLJANI



Na svetega Martina dan menda vsi vinogradniki iščejo tatu, ki jim je ukradel mošt. Posavski vinogradniki so ga s krškim županom prišli iskat naravnost v Ljubljano. Če so ga našli, ne vem. Zanesljivo pa so točili tisto najboljšo, kar naredi vinski zavetnik Martin. So prepevali in plesali po starih šegah, da je bilo joj. In tudi prešerno zaukali! Na Martinovo je bilo pred Mercatorjevo poslovno stavbo zaradi njih dobro urico zelo veselo.

S člani folklorne skupine iz Senovega so bili tudi Mojca Dostal, direktorica Mercator Hotela Sremič, direktorica Podjetniškega centra Krško Marija Krušič in krški župan Franci Bogovič. Vsem trem je skupna skrb za razvoj turizma v Posavju. Z obiskom so želeli opozoriti tako na naravne lepote, narodnopsno dediščino in predvsem na zaklade v vinskih kletih.



Pa so tudi sicer naši krški gostinci podjetni. Koristno in dobro delo znajo združiti s prijetnim. Konec septembra so v dobrodelne namene pri Treh lučkah znane osebnosti kuhale lovski golaž. Izkupiček zanj pa namenile glasbeni šoli za nakup klavirja. Med kuharji je bil tudi predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Jankovič. Viri ne poročajo, kakšen golaž je skuhal. Poročajo pa, da je kuhlalnik sukal tako kot dirigent palico. Menda je to profesionalna deformacija, dodajamo viri iz Mercatorjevih logov.

MEHAK OBJEM VOLNE

Kontrasti, nasprotja, polarnost ... Marsikaj v našem življenju je ujeto med skrajnosti. Noč in dan, poletje in zima, svetlo in temno ... V novembru, ko se noč opazno daljša, mraz pritiska in je vse okoli nas nekam sivo, si bomo omislile kontrast tej turobnosti. Moda sicer še postavlja v ospredje sivo barvo, toda lahko ima nekaj sijaja in je svetla, skoraj srebrna. Nasprotje tej so rdeči toni, ki so še posebno priljubljeni in pogrejejo oko in srce. Za popolno nasprotje pa je poskrbela zelena. Kot meteor se je pojavila v modnih zapovedih in to ne le v enem odtenku, ampak v celi bogati paleti. Resnici na ljubo, preplavila je modo za pomlad in poletje naslednjega leta, toda za največje privrženice modnih smernic, ki so radi korak naprej, je to predolga doba. V zeleno se bodo odeli že kar november. Ah, zeleno, ki te ljubim zeleno.

Zelena, rdeča, tudi rumena in siva s sijajem bodo torej obarvale zadnji letošnji jesenski mesec. Tako intenzivnih barv bodo naši kostimčki, puloverji, plašči, rokavice ... Vse te barve so lahko ujete ne samo v finejših volnenih tkaninah, še bolj "in" so v pleteninah. Pletenine te jeseni so redko enobarvne. Predvsem puloverji, ki so tesnejši, so v dveh ali treh barvnih kombinacijah in to predvsem v črtastih. Pleteni hlačni kompleti z dolgim, teliranim in prav tako pletenim plaščem prinašajo in poudarjajo enostavnost, udobnost. Seveda so hlače ponovno širše, zgornji del pa je še vedno precej oprijet in pogosto v rebrastem pletenju. Še vedno so popularni puliji brez rokavov, ki jih dopolnjuje jopa v enaki barvi ali v eni od barv črtastega vzorca. Elegantnejše, zato pa nič manj udobne, so pletene obleke ali kompleti s krilom, ki je lahko v eni od treh dolžin - maxi, midi ali mini. Vesele barvne kombinacije bodo vzele turobnost novembru, topla volna ga bo pogrela, mehke linije prinesejo udobje...

Pletiva vabijo in ponujajo mnoge možnosti. Te pa niso le v barvah in stilu, so tudi v izbiri materiala. Čista volna, zlasti finejša iz kašmirske ovce ali volna z zajčjo dlako, je precej draga, skoraj tako kot krzno. Toda mehko in lahkotnost kašmirja odtehtata ceno. Cenejše in enostavnejše je izbrati volnene mešanice, ki jih lahko vzdržujemo in so neproblematične za nošenje. Tudi sintetika ni več kot je bila. Je mnogo, mnogo boljše. In kolikor boljše je, toliko dražja je. Se pa ne "mucka", ne razteza, omogoča kvalitetne bukule in druge voluminozne izpeljanke, ki so to jesen popularne za cela oblačila ali le za dodatke, ki nadomeščajo krznenne obrobe ... Pravijo : "Nimam denarja, da bi kupoval poceni." Ob današnji izbiri vsega in še zlasti oblačil, ni nujno, da prisegamo le na visoke cene, raje prisegajmo na razumne cene, ki tudi zagotavljajo kakovost, vzdržljivost in modnost. Za ekskluzivno in prefinjeno mehko kašmirja in zajčje dlake so tudi pri pleteninah običajni žepi skoraj preplitvi.

Lidija Jez



SONCE, MORJE, PESEK, ZVEČER PA TUDI MESEC

Med lokvanji na obisk k plemenu Jakun

Srečanje z "nevidno" mambo smo preživeli. Po slabi uri vožnje po rokavih reke Sungai Pahang, se je pred nami odprl nov svet. Jezero Chini prekrto s cvetočimi lokvanji. Uh, če bi to videli moja mama in stara mama. "Al je tu lepu", bi jima v narečju privrelo iz srca. Čoln je drsel med lokvanji in prepustili smo se soncu, lenobi...

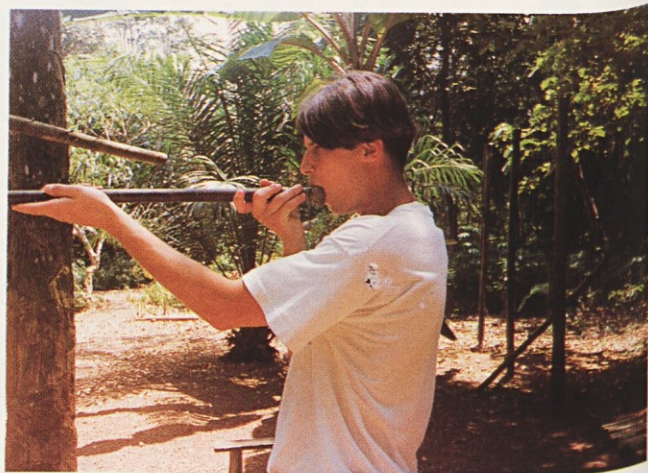


Ustavili smo se ob lesenemu pomolu in šli proti vasi plemena Jakun. Pleme sodi v skupino domorodcev z imenom Melayu.

Vas na kole postavljenih kolib. "Živalski promet" po trdih tleh je tu velik, zato si je varneje urediti domovanje nekoliko višje. Skromne kolibe, še skromnejši ljudje. Ukvarjajo se pretežno z lovom in nabiralništvom. Lovijo moški, pri čemer si pomagajo s "pihalko", približno 70 cm dolgo cevjo, ki jo naredijo iz debla manjšega drevesa. Vanjo spustijo koščeno ali kovinsko puščico, ki ima konico premazano s strupom, da omrtviči žival. S pihom v cev puščico izstrelijo. Lovijo pretežno manjše sesalce, predvsem kunjega medveda in indijskega tapirja. Pa tudi kakšna opica zaide na domači jedilnik. Na lovskem seznamu so tudi ribe, ki jih je tu obilo. Pihalko zamenja doma narejena ribiška palica z živo vabo.

Pihanje z domorodci

Pihati smo poskusili tudi mi, pa nam ni šlo kaj prida od ust. Tarče - deblo bližnjega drevesa, nam kljub velikanskemu naprezanju dihal, oči in številnih pov-



sem novih tehnik, ni uspelo zadeti. Čeprav nam je domorodec več kot nazorno pokazal, kako se tej stvari streže, nam ni bilo pomoči. Opazovali smo, kako je položil pihalo na usta, ga nato "ovil" s spodnjo ustnico in s prefinjenim občutkom "izpljunil" puščico proti cilju in ga zadel...kako enostavno! Posnemali smo ga na vse možne načine, pa ni in ni slo. Tako kot se ne izide mnogim živalim, ki so za te izurjene lovce kaj lahek plen. Uboge živalice!

Vaja dela mojstra, nam je dopovedoval naš inštruktor pihanja in nam dopovedoval, da je vsa umetnost v mirni roki. Pihalka ob izstrelitvi ne sme zanihati. Če zaniha, puščica spremeni smer in adijo večerja! Še dobro, da nas je čakala vrnitev v popotniški "hotel". Tam je bilo tudi nekaj bolj civiliziranega za podzob.

Krokodili?

Zadnje dejanje potepa po Maleziji je bilo poležavanje na peščenih plazah otočka Tioman, približno 50 km od kopnega. Pot nam je sicer vzela nekaj časa, predvsem zaradi čakanja na ladjo.

Dan se je prevešal v pozno popoldne, ko je barkača spustila sidro ob lesenem pomolu zaliva Air Batang. Na barki nas je ostalo še kakih deset "bekpekerjev". Večina potnikov je namreč zapustila krov že na prejšnjih otočkih, pravih rajskih podobah zelenja in belega peska.

Iskanje prenočišča. Manjše naselje preprostih poletnih hišic je posrkalo vse prišleke. Pot do hišic je vodila čez plažo in preko lesenega mostička. Hodili smo v gosjem redu. Nenadoma pa histeričen in

hkrati paničen krik Nemke. "Krokodajls! I si krokodajls", se je drla. "Madonca, res krokodil! Pa ne eden, več jih je", sem štel krokodilje oči in glave. Ne spomnim se, kdaj sem imel tako mehka kolena in tresoče hlače. Obstali smo kot okameneli, vsi smo videli samo še krokodile in strah nas je nagnal nazaj na plažo. Krokodilje oči pa za nami, prisluškovali smo gibanju velikih teles. Čeprav smo družno ugotovili, da se pošasti za nas ne menijo, nismo bili pomirjeni. Ogromne in hudobne oči so sledile vsak naš gib. In to le dobrih 5 metrov stran.

... ne, samo komodoški varani

Naša četica se je po nekaj minutah odrevenelosti sunkovito obrnila in se spustila v dir. Treba je stran od morebitnega krvavega pokola. Dir je ustavilo glasno krohotanje domačinov, ki jih prej nismo opazili. Tam so krokodili, mi bezimo, oni pa se škodoželjno rezijo.



"Nič bati. To ne krokodili, to komodoški varan", je v polomljeni angleščini vpil eden od domačinov. Če po pravici povem, sploh nisem vedel, kakšna in katera žival je to. Beseda komodoški varan me ni čisto nič pomirila. Bila je hudičevo podobna krokodilu in zame je bilo to povsem dovolj.

Domačini so nam prišli prijazno naproti in hiteli razlagati, da so to udomačeni varani, ki se hranijo z ostanki hrane iz bližnje restavracije, in še, da se nimamo česa bati.

Moram reči, da sem še vse naslednje dni s silnim nelagodjem opazoval komodoške varane. Enostavno nisem mogel verjeti, da so ti, tudi več kot dva metra dolgi plazilci tako krotki. No, sodeč po zgodbi, ki sem jo slišal kasneje v Indoneziji, varani le niso tako nedolžni. Zgodba je baje resnična. Varan naj bi požrl nekega Nemca, ki je sladko spal pod drevesom. Bil je član skupine, ki se je sprehajala po rezervatu. Premagala ga je utrujenost, legel je pod drevo in zaspal. Skupina ga nekaj časa ni pogrčila. Z iskalno akcijo so

našli le nekaj njegovih oblačil. Zgodbe o plazilcih me vedno navdajo s strahom in previdnostjo.

Čudežni podvodni svet

Sicer pa je svet pod vodo čisto nekaj drugega. Z izposojeno potapljaško opremo sem odkril nov svet. Tih, očarjiv, skrivnosten. Barvit, osupljivo lep. Doživel sem sprehod ribjih manekenk, odetih v izrazite barve in njihovo lahkotno gibanje... preoblačile so se za koralami in vsaka, ki je "stopila" na modno pisto, me je osupnila. Vsak moj vzdih je pomenil, da spreminjam svoja merila za lepo.

Te sreče, da bi v podvodnem svetu srečal stoletno želvo, nisem imel. Smolo, da sem zrl v oči strupeni morski kači, pa. Ampak to je že druga zgodba. Popihal sem jo. Tudi vi bi.

Počasi, strahovito počasi

Otok je raj za lenarjenje in uživanje. Peščene plaže so ustvarjene za poležavanje na soncu. Nič delati, nič misliti... Plaže so bogato porasle s kokosovimi palmami, vendar sence pod njimi ne gre iskati. Kokosov oreh je že ranil marsikatero trdo bučo.

Najlepši so bili večeri. Začeli so z večerjo v edini restavraciji. Vonj po hrustljavo zapečenih ribah... še danes se mi nabirajo sline. In čas, da si ribe dobil na mizo se je sešteval tudi v urah. Pa to ni nikogar motilo. Vse se je tako ali tako odvijalo strahovito počasi. Večerja je bila priložnost za klepet z vaškimi fanti, z Evropejcem, popotnikom iz Amerike...



Ob večerih je pela le kitara, po grlih je tekkel rum, "skadila" se je kakšna pipa miru in sklepala so se nova poznanstva, tudi tista v soju mesečine ... in to vse tako počasi ... in s takim užitkom. Tam sem pozabil, da je Blejski otok kinč nebeški in podoba raja.

Ob spominih me prijetno, počasi, prav uživaško mrazi.

Primož Godler

November je po temperaturah običajno že pravi zimski mesec, zato je skrajni čas, da na gredice, kjer bo zelenjava prezimila, postavite plastične tunele.

Solatnice, kot so radiči vseh vrst in endivija, zaščitite s tuneli kar na gredicah, na katerih rastejo. Tako so veliko bolj odporne proti mrazu, kot če jih presajate na druga skupna mesta. Presajene rastline običajno močnejše prizadene že prvi večji mraz, posebno, če smo jih presadili prepozno. Pod tunele lahko prenesete tudi peteršilj, zeleno in drobnjak. V toplejših dneh tunele v opoldanskem času lahko zračite. Motovilec, zimsko solato, radič in zimzeleno špinačo lahko pred mrazom zavarujete tudi s smrekovimi vejami.

Z gred poberite zadnje gomolje črne redkve, korenčka, rdeče pese, kolerabe in repe. Če jih boste uskladiščili v kletnih prostorih v zabojčke, dodajte mivki ali pesku nekoliko kamninske moke, ki bo preprečevala gnitje gomoljev. Dokler zemlja ne zmrzne, lahko še vedno sadite zimski česen in čebulo.

Brstičnemu ohrovту porežite vršičke, da se bodo brsti močnejše razvili. Brstični ohrovт in pastinjak lepo prezimita na prostem. Če pa so rastline brstičnega ohrovта zrasle bolj visoko, jim naredite opore, da jih veter in sneg ne bosta prevrnila.

Ostanke zelenjave razrežite in jih kompostirajte ali potresite kot zastirko po gredah. Tudi ostanke kumar, fižola, paradižnikov in zelene uporabite za kompost. Dobro je, če jih posujete še z apnom, ker s tem preprečite nastanek bolezni. Kompostirajte le zdravo odpadlo listje. Bolno, prizadeto od škrlupa, kodravosti, monilije, sežgite. Kompost zavarujte pred prehudim mrazom z lepenko ali s starimi odevami, da se ne bo ustavilo delovanje mikroorganizmov.

Dišavnice kot so drobnjak, melisa, žajbelj, majaron, poprova meta, timijan, origano in druge, zaščitite pred mrazom s polzrelim kompostom ali smrekovino. Drobnjak pa vam bo prihodnjo pomlad lepše uspeval, če ga boste posuli s sajami.

Z drevja poberite vse sadne mumije ter jih zažgite. Nikakor ne smejo ostati na drevju, ker bi se tako njihovi bolezenski trosi preveč razmnožili in prihodnje leto povzročali ogromno bolezni.

V kolobarje pod drevje lahko posadite tudi česen kot varstvo pred zemeljskimi glodalci. Poskrbimo pa tudi za varstvo dreves pred zajci. Najboljša je ograja, pri manjšem številu dreves pa lahko ovijemo vsako posamezno drevo. Ne pozabimo, da nastane največja škoda ob visokem snegu, ko zajci zares nimajo druge hrane in temu primerno prilagodimo višino varo-

valne ograje oziroma žice. Drevesa belimo le tako, da prej postrgamo staro lubje in ga obvezno zažgemo. S strganjem tako odstranimo tudi številne škodljivce, ki prezimujejo pod skorjo.

Moč dišav je zdravilna

Zdravljenje z eteričnimi olji imenujemo aromaterapija. V bolniku prebudi in okrepi moč samoozdravljenja. Eterična olja delujejo neposredno na naše možgane in pomagajo uravnati psihična kot tudi fizična dogajanja.

Obstaja več načinov uporabe eteričnih olj. Najbolj praktična in najenostavnejša je uporaba dišeče svetilke. V tem primeru učinkujejo eterična olja prek zraka v prostoru. V skodelico dišavne svetilke nakapamo 2-20 kapljic eteričnega olja, odvisno od velikosti prostora in moči dišave. Voda in esenca se zaradi vročine segrejeta in tako se dišavne snovi uparijo, prodrejo skozi kožo, vezno tkivo in limfo v krvni obtok in s tem v telesu razvijejo dobrodejne lastnosti.

Uporabljajo pa se tudi v tinkturah, balzamih, kremah, oljih za telo in dodatkih h kopelim. Zelo pomembno pa je tudi, kakšno olje uporabljamo. Sintetična olja niso primerna za zdravljenje, malo življenjske moči pa imajo tudi nečista olja. Najboljše pa so čiste esence eteričnih olj, ki imajo največ vitalne energije in zdravilno vplivajo tako na telo kakor tudi na duševnost.

Pri nas imamo na voljo veliko vrst eteričnih olj. Vsako pa ima seveda različne zdravilne učinke.

- **bor** - čisti prostor in lajša prehlad
- **sivka** - čisti imunski sistem in krepi odpornost
- **žajbelj** - učinkuje kot antibiotik in razkužilo
- **rožni les** - zdravi predvsem kožne bolezni
- **melisa** - pomirja
- **rožmarin** - spodbuja krvni obtok
- **limona** - krepi imunski sistem in razkužuje
- **janež** - dobro vpliva na prebavo
- **sandalovina** - krepi in pomirja živčni sistem.

Česno pršilo varuje rastline

Pol kilograma olupljenega in zmletega česna damo v liter vode, premešamo in ekološko neoporočno sredstvo za varstvo rastlin pred škodljivci je nared. Pravitakšna raztopina namreč varuje žita v Indiji in Afriki pred napadi glivic *Claviceps sorghi*. Strokovnjaki Centra za žita ICRISAT v Indiji so jo že temeljito preizkusili, rezultati pa so presenetljivi. Nadležna glivica namreč spodbuja rastline k sproščanju mamljivih vonjav med cvetenjem, to pa množično privlači škodljivce. Fungicidna česnova mešanica je stodontno učinkovita, toda njeno ekološko neoporočno delovanje pomeni ha že po prvem dežju.

Recept

Navihanci

Iz masla, sladkorja, olupljenih in se-sekljanih mandeljnov, moke in malo vanilje hitro zamesimo testo. Testo razvaljamo za nožev rob debelo in ga razrežemo z okroglim modelom (tudi s kozarcem).

Razrezano testo položimo na pekač in spečemo v precej vroči pečici. Še tople navihance namažemo z marmelado, stisnemo po dva skupaj in povaljamo v vaniljinim sladkorju.

Sestavine:

*25 dag masla, 18 dag
sladkorja, 2 dag mandeljnov,
36 dag moke,
1 vaniljin sladkor.*

Rozinove ploščice

V penasto umešano maslo, dodamo rumenjake, 16 dag sladkorja, malo cimeta in zmletih klinčkov ter nari-bano limonino lupino. Sestavine rah-lo zmešamo in jim nežno dodamo 11 dag moke in trd sneg iz belja-kov. Zmes namažemo na pekač za pol prsta na debelo, potresemo z rozinami, počasi svetlo rumeno za-pečemo in razrežemo na poljubne ploščice.

Sestavine:

*11 dag masla, 3 rumenjaki,
16 dag sladkorja, cimet, klinčki,
limonina lupina,
sneg 3 beljakov in
11 dag moke.*

Tritij prodira v telo

Plastične ure lahko močno ogrožajo vaše zdravje. Avstrijski znanstveniki so namreč ugotovili, da plastične ure s svetlečimi se kazalci vsebujejo radioaktivni tritij, ki skozi plastično ohišje lahko prodre v telo. V urinu mladih, ki so nosili takšne ure, so odkrili desetkrat več tritija kot pri ljudeh, ki jih niso nosili. Akutne nevarnosti sicer po besedah raziskovalcev ni, toda po načelih zaščite pred ionizirajočim sevanjem je potrebno človekovo obremenitev z radioaktivnim sevanjem kar se le da zmanjšati. Po treh letih nošenja takšne ure dobi telo iz bleščečih kazalcev toliko tritija, kot ga je dobil vsak prebivalec zahodne Evrope v štirih desetletjih zaradi poskusnih nadzemskih eksplozij jedrskih bomb.

Paprika kot aspirin

Paprika varuje človeško srce kar na dva načina. Njen betakaroten upočasnjuje poapnenje žil, capsidiol (snov, ki papriki daje ostrino) pa deluje kot aspirin: ker redči kri, je ta bolj tekoča in zato se ne delajo strdki. To so pred kratkim odkrili japonski znanstveniki. Kdor torej redno je papriko, se s tem obenem zaščiti pred srčnim infarktom ali možgansko kapjo.

Andrej Remškar

NAGRADNA KRIŽANKA

PROSTOR V STANOVANJU, NAMENJEN NAJMLAJŠIM ČLANOM DRUŽINE	VRT BREZ KEMIJSKIH PREPARATOV	PRAZEN PROSTOR, LUKNJA	FIGURA PRI PLESU ČETVORKI	ŠESTA ČRKA GRŠKE ABECEDE	IME DVEH GRŠKIH POVELJNIKOV PRED TROJO (TUDI AJANT)	DOPUSTNIK V KAMPU	VIŠEČ SNEŽNI ZAMET V GORAH	PREVOZNIK S KOČLO V GLAVNEM MESTU AVSTRIJE	IME KRITIKA FINCIJA (IZ ČRK: LIE)	NAPAKA, SPODRSLJAJ	PREBIVALKA SRBSKEGA KRAJA SJENICE, ZNANEGA PO SIRU IN VOLNI
KOS TKANINE, KI SE NAMESTI NA RANO					ZAKONIK, ZBIRKA PREDPISOV						JAZONOVA LADJA IZ GRŠKEGA MITA
ST. GRŠKI PISEC BOJNIH PESMI					POKRAJINA V JV ITALIJI, PUGLIA						
OKRASEK V OBLIKI ROŽE					UREJEVALEC NOHTOV PROPELER						
VZKLIK NA BIKOBORBAH			BREZ-KUŽNOST AMERIŠKO OTOČJE						LJUBLJANSKA DRAMA PISATELJICA PEROCI		
VSAKA NEKAJ STANE				ANGLEŠKA OBLIKA IMENA ANA	ULIVANJE KOVIN IZRASTEK NA GOVEJLI GLAVI					IZVRŠNI ODBOR PREDJAMSKI	
SOGLASNIKA V KAŠI		GEOMETR. PROJEKCIJA TEŽKA KOVINA					GRM RODODENDRON				NAJVIŠJI VRH V KARAVANKAH
NUJNOST, NAGLOST							HRVAŠKI PORTRETIST MEDVEDEK				
ŠPANSKI BEZEG, MAJNICA						LUDOLFOVO ŠTEVILO PLES V 4/4 TAKTU			PRIPADNIK ANTOV		
KROŽNIK PODOLGOVATE OBLIKE				SLOVENSKI ZGODOVINAR	ŠPORTNI VADITELJ	GRELEG ZA ROKE ZADNJA STRAN KOVANCA			ZVEZA KULTURNIH ORGANIZACIJ ZAPOREDNI ČRKI		
ŠIBAST OBMORSKI GRM Z RUMENIMI CVETI							VZOR PTIČ PLENILEC, NPR. OREL				
TRETJINA BESEDE VRATCA		ZNESEK, KI GA DAMO ALI DOBIMO VNAPREJ KOT DEL CELOTNEGA ZNESKA									RISBA ZIHP SESTAVIL JOŽE PETELIN
			PREDSTAVLJA-NJE MODNIH NOVOSTI Z MANEKENI								
			IZGUBA ČISTE TEŽE, KALO								
			ŠTORAST, NEOKRETEN ČLOVEK								
			PRODAJALEC PLEMENITE ŽIVALSKO KOŽE								

Rešitve pošljite do 15. decembra 1999 na naslov:

Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana.

Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Rudi Bedenik, Slatno 11, 1431 Dol pri Hrastniku, Albin Horvat, Mala vas 3D, 1290 Grosuplje in Pavel Lopert, Kobilje 14, 9227 Kobilje. Nagrade bomo poslali po pošti.

VARUJE ZDRAVJE



VARUJE ZDRAVJE

Če je zdravje največje bogastvo, potem ga varujmo. Uživanje zdravih pravih izdelkov ni želja nikogar izmed nas. Zato razmišljajmo pravočasno in izberimo zdrav način prehrane. Primerne izdelke, okusne in zdrave, izdelane iz mesa, prirejenega v okolici Kočevja, kjer narava še vedno omogoča pridelavo ekološko neoporečnih izdelkov, proizvajamo v M-KG Kočevje. Dvema izdelkoma, sočni DELIKATES GOVEDINI V ČREVU in prvovrstni GOVEDINI V ASPIKU S ŠAMPINJONI je Društvo za zdravje srca in ožilja Slovenije podelilo znak varovalnega živila, saj vsebujeta manj kot 3% maščob in manj kot 1,5% nasičenih maščobnih kislin. Odlikuje ju visoka kakovost in nizka energijska vrednost, primerna pa sta tudi za diabetike. Poizkusite!



Mercator

Kmetijsko gospodarstvo Kočevje

od njive do mize

Silvestrovska noč



Ko odbije polnoč, ko žarijo le še sveče, voščimo si zdravja, sreče!

***NAJ VAS OBNORI
PRIHOD NOVEGA TISOČLETJA
V LJUBLJANSKEM HOTELU ILIRIJA
in
V GOSTILNI »PRI KATRCI«***

V obeh lepih lokalih vam bodo za 15.000 tolarjev na osebo postregli z aperitivom, bogato silvestrovsko večerjo, ob vstopu v novo tisočletje s kozarcem šampanjca, v jutranjih urah pa s toplim okrepčilom.

Ostani z nami, ostani do jutra, saj bomo peli in plesali v Iliriji z ansamblom Zaliv, Pri Katrci pa z ansamblom Kon Tiki

Rezervacije do 1. decembra v tem letu:

- Hotel Ilirija g. Janez Meglen, tel. 061/153-7005

- Gostilna »Pri Katrci«, g. Vinko Jezernik, tel. 061/266-800.