



# LABOD

glasilo podjetja labod tovarne oblačil novo mesto • leto XXII, avgust, številka 7

Od države do posameznika

## STEČAJI SO V TEKSTILU VSE POGOSTEJŠI

Sindikata tekstilne in usnjarsko predelovalne industrije je do konca marca letos zabeležil že osem stečajev podjetij v naši branži, hkrati pa napovedal val teh za čas do konca leta. Prizadevanja, da bi vlada prisluhnila izredno težkemu položaju tekstilcev in s tem skušala zavarovati dragocena delovna mesta predvsem ženske delovne sile, niso bila uspešna. Sekretarka Sindikata delavcev v naši branži pri ZSSS, ga Branka Novak, pa je za DE sredi julija pojasnila, da je naknadno še 1000 tekstilnih delavk brez dela in težko je verjeti, da bodo dobile zaposlitev, saj gre za težko zaposljivo populacijo. Še dodatne štiri tekstilne tovarne so v kratkem času doživele stečaj, ti pa so bili pogosto izsiljeni s stavko. V negotovosti pa so še delavci Peka, saj ima podjetje precejšnjo tekočo izgubo. V Planiki poteka sanacija, ki bo zagotovo dolgotrajna, v Rašici poteka prisilna poravnava...

Minister Rop je sicer na zadnjih pogovorih obljubil, da bodo imela pri delitvi sredstev za ohranjanje delovnih mest podjetja v naši branži prednost, kar je sicer zelo malo glede na vse, kar bi vlada morala storiti, toda neka je le. Enako naj bi bilo pri regresiranju obrestne mere. Ker pa je denarja za te namene veliko premalo, bodo na Ministrstvu za delo družino in socialne zadeve skušali izbrati določeno število podjetij, da bi vsaj tem lahko resnično pomagali. Ni treba posebej ugibati, da pridejo v poštev za to pomoč »zdrava« podjetja, taka, kjer je realno upanje za izboljšanje poslovanja. Vlada »mečka« s svojimi ukrepi, v tekstilu pa se izredno težka situacija ne le nadaljuje, ampak se celo pospešuje. Redka so podjetja, ki so uspela zadržati delovna mesta, ki uspejo izplačevati plače redno in ki še ne poslujejo z izgubo. Seveda je pri teh podjetjih, med katerimi pa je tudi Labod, druga plat manj pozitivna: plače so majhne in ni videti, da bi bilo v kratkem lahko drugače.

Tudi v Labodu se delavci hudujemo nad nizkimi plačami in preobremenjenostjo. Stiske so težke, toda prevladati le mora razum. Perebroditi to obdobje, zadržati čim več delovnih mest, omogočiti redne plače, čeprav so zaenkrat še tako majhne. Za zagotovitev tega in za postopno izboljšanje poslovanja in s tem standarda posameznika pa bo potrebnih še veliko premikov, veliko težkih odločitev in korenitih sprememb. Na ravni države bodo te posegle v branže in v podjetja, na ravni podjetij v dele teh in v posameznike... Vsi vemo, da do sprememb mora priti. Ni pa vseeno, kako bodo te potekale. Pozornost mora biti torej obrnjena k načinu presejanja ustaljenih in za sedanji čas nesprejemljivih relacij.



Gledati moramo s srcem, kajti bistvo je očem nevidno. (A. de S: Mali princ)

## V DANAŠNJI ŠTEVILKI

### POGOVOR

z glavnim direktorjem o aktualnih temah - od poslovanja in plač do viškov.

### JESEN

bo vroča - če že ne po vremenu, pa po vsebinah, ki se jih moramo tudi v Labodu lotiti. O tem govori tudi sestavek Od države do posameznika.

### KOLEKCIJA

je naša največja investicija, saj stane med 300 in 400 tisoč markami. Zaključevanje te se je že začelo - Kolekcija nima popravnega izpita.

### REGISTRIRANO

imamo že tri družbe z omejeno odgovornostjo: Delto, Libno in Valido. O slednjem govori direktorica, mag. Zdenka Bezjak.

### UGOTOVITVE,

da je naš ciklus od ideje do izdelka predolg, niso nove. Od ugotovitve pa bo treba priti do realizacije skrajševanja tega, saj trg zahteva elastično in takojšnje reagiranje. O tem teče beseda v sestavku Začaran krog.

### DANES

nas bodo zbudle in nas skušale s tem strezniti Bucike, za katere je vsebino prispeval sindikat Tip-topa.

### MNOGO

naših dobrih kupcev moramo še obiskati. Tokrat smo se ustavili v Maksimarketu, ki je prenovil osrednjo etažo, v kateri prodaja konfekcijo, hkrati pa zastavil tudi nekaj novosti v načinu prodaje. Stroga selekcija dobaviteljev.

### LETOS

so bile počitniške kapacitete močno zasedene - odmeve je strnil vodja splošne službe, g. Jože Muhič.



## VSE ŽIVAHNEJŠE NA PODROČJU INOVACIJ

Inovativna dejavnost je oživila. Do konca julija je bilo rešenih 18 koristnih predlogov, segajo pa na zelo različna področja.

Bojazen, da je pri nas tako rekoč nemogoče oživiti inovativno dejavnost in doseči množičnost, je bila odveč. Po začetnih težavah in pasivnosti je sedaj realiziranih, torej izplačanih, že 16 koristnih predlogov v skupni vrednosti 134.500 SIT, dva bosta realizirana v kratkem, nekaj jih je pa še v obravnavi.

Za inovativno dejavnost pri nas je odgovoren g. Jože Krašna. Vesel je samoiniciativnosti, ki prihaja vse bolj do izraza in ki pomeni pravi premik. Najbolj »produktivni« na področju koristnih predlogov so v Temenici in Zali, sledita pa Ločna in strokovne službe. V Libni je bila že na samem začetku ena inovacija, iz drugih okolij pa zaenkrat še ni predlogov. Vsebine do sedaj pripeljih predlogov zajemajo marsikatero področje: od priprav za delo v proizvodnji in pripomočkov, kot so šablone, ki omogočajo bolj kvalitetno

in hkrati hitrejše delo, do tehničnih zadev in obrazcev, pobud za prihranek pri stroških v nabavi materiala, prihranek pri energiji itd. Vrednost inovacije je izračunana na letni prihranek, povprečna nagrada pa znaša 10 odstotkov tega.

Koristni predlog najprej popiše neposredni vodja, naknadno mnenje pa poda ustrezna služba v strokovnih službah. Če bi prišlo do oviranja, pa lahko predlagatelj kontaktira tudi neposredno s strokovnimi službami, natančneje s službo tehničnega razvoja. Predlog mora biti rešen v 45 dneh po registraciji - torej, po vpisu v interni register, za inovacijo pa je skrajni rok za rešitev 4 mesece. Zato je treba opozoriti vse, ki so vključeni v postopek predvsem pri podajanju mnenj, da spoštujejo postavljene termine in tudi tako pospešijo reševanje koristnih predlogov in inovacij.

## VALIDO kot d.o.o.

Invalidsko podjetje VALIDO je že od vsega začetka zasnovano kot pravna oseba. Prvi smo bili ustanovljeni kot družba z omejeno odgovornostjo in prvi smo začeli poslovati pod pogoji, ki prinašajo v naše delo in poslovanje številne spremembe.

Že v fazi ustanavljanja smo se srečali s številnimi novostmi, npr. odprtjem žiro računa, pridobivanjem različnih soglasij, pripravo akta o ustanovitvi, pripravo pogodbe o poslovno-tehničnem sodelovanju... Pri urejanju registracije in pripravi dokumentacije nam je bila v veliko pomoč pravnica Marija Janko, ki se ji ob tej priložnosti posebej zahvaljujem. Nova organiziranost nam je prinesla možnost za večjo samostojnost in s tem povezano povečano odgovornost za rezultate poslovanja. Mislim, da je največja sprememba prevzem odgovornosti za pokritje proizvodnje in možnost samostojnega sklepanja pogodb, saj so razmere težke in je težko pridobiti dovolj primerno plačanega dela za celo leto. Vsak zase vemo, da se bomo maksimalno potrudili, da bi bili rezultati čim boljši, jasno pa je, da nas lah-

ko - ne po naši krivdi - močno prizadene ekonomska situacija v Sloveniji in zaostrene razmere na tržišču. Prevzete obveznosti podjetij so tudi precej širše od dosedanjih, zato bodo potrebne tudi kadrovske prilagoditve. Znotraj podjetja bomo morali poiskati primeren kader in ga usposobiti za delo, ki prej ni bilo potrebno ali pa so ga za nas opravljale strokovne službe. Nova dimenzija je tudi vpogled v ekonomiko lastnega podjetja, kar se je prej odvijalo nekako mimo nas, sedaj pa nas z vsemi podrobnostmi zadeva. Iz tega izhajajo tudi nekatera nova opravila, kakor je na primer izdajanje faktur naročnikom za opravljeno delo in na drugi strani naročanje in poravnavanje računov.

Organizacija dela po novem je na Ptujju prinesla s sabo tudi določene spremembe in z njimi povezane težave, ki jih v ostalih tovarnah Laboda ne bodo imeli, saj se pri nas v praktično istih prostorih nahajata dve podjetji - Labod Delta konfekcija, d.o.o., in Valido, d.o.o. Tako moramo opraviti še dodatno delo - razmejitev stroškov, prostorov in opreme med obema podjetjema. Z ozirom na to, da smo invalidsko podjetje s 40 odstotki invalidov, je tudi naše delo nekoliko drugačno kakor v ostalih podjetjih, saj je potrebno vsakega zaposlenega obravnavati individualno z upoštevanjem njegovih omejitev.

V podjetju Valido smo torej že popolnoma samostojno živeli. V nadaljnjem lastniškem preoblikovanju pa je po moje vse odvisno od tega, kako se bodo delavci kot delničarji organizirali in na kakšen način bomo uspeli reševati tekoče probleme.

Direktorica Valida, d.o.o.:  
mag. Zdenka Bezjak, dipl. ing.



Koncem avgusta je v sklopu ISO projekta potekal za člane tima kakovosti glavnega direktorja ter za delavce, ki so lani pridobili potrdilo o opravljenem seminarju za interne presojevalce, dvodnevni seminar na temo »Interna presoja kakovosti«. Na posnetku tim kakovosti glavnega direktorja na eni od sej.



# KOLEKCIJA NIMA POPRAVNEGA IZPITA

Letos smo slovenski konfekarji začeli z zaključevanjem nekoliko prej kot pretekla leta. Tudi v Labodu se je je tokrat prvič začelo zaključevanje kolekcije za naslednjo pomlad in pletje že 20. avgusta. Nič novega ne povemo, če rečemo, da je zaključevanje najpomembnejši dogodek. V programu vrhnjih oblačil večino naših zmogljivosti prodamo na zaključevanju, nekaj več dopolnitev pa je v programu srajc in bluz. Izdelki v tem programu so cenejši in prenesajo več rizika kot izdelki v programu VO. Zato je tudi priprava kolekcije za nas tako »usodna«. Kajti le izredna ponudba omogoča kar največji delež nakupa v kolekciji. Trgovci se namreč vse težje odločajo za nakup vnaprej in zato se dopolnitve povečujejo. Končno pa je usodnost kolekcije razvidna tudi iz stroška te oz., bolje rečeno, iz naše investicije vanjo, saj nas stane med 300 in 400 tisoči DEM.

Trgovcem ponujamo tokrat nekaj nad 80 izdelkov s programa vrhnjih oblačil, 65 kosov zajema kolekcija Ella Vivaldi, 70 je kril in ženskih hlač, 120 je bluz, 150 srajc, okoli 20 kosov športnega programa in

nekaj modelov moških oblačil.

Hiter pogled na kolekcijo pove, da ostajamo v kolekciji kril in hlač cenovno na enakem nivoju kot lani. Pri srajcah, kjer dosegamo vrh, smo poskrbeli za izredno pestro ponudbo, ki pa prinaša v povprečju za približno 5 odstotkov višje cene. V programu VO, predvsem pa pri kostimih, pa beležimo povečanje normativov porabe materiala in časa, kar seveda vpliva na ceno. Vzrok je v novi tehnologiji dela, ki zagotavlja boljše kvaliteto. Kolekcija Ella Vivaldi je zelo lepa in zelo izbrana, zato je pričakovati manjše število naročil posameznih kosov, saj ti izdelki ne prenesajo množičnosti, v celoti pa naj bi bila ta kolekcija lepo prodana. Pohvala velja kolekciji bluz, ki je lepa in prodajna in znotraj katere je tudi del elegantnejšega športnega programa majic. Kot rečeno, imamo nekaj modelov moškega vrhnjega programa.

Zaradi splošne situacije, ki prinaša s seboj manjšo kupno moč, je realno pričakovati nekoliko manjši odstotek zaključenih količin, razlike pa bomo nadomeščali z dopolnitvami.



*Roki in kvaliteta je refren vseh pogovorov o poslovanju. Roke smo osvojili in letos sprvič smo z delom jesenske kolekcije prišli na tržišče že v drugi polovici avgusta. To nam zagotavlja večjo prodajo po rednih cenah, seveda, ob nesporni kvaliteti. Zato tudi tako strog pogled direktorja komercialnega sektorja, g. Marjana Vodopivca.*



**Panoge z žensko delovno silo nosijo breme, ki ga država ne priznava**

## PORODNIŠKA JE V LABODU VISOKA

Čeprav se vsako leto rodi manj Slovencev, je v Labodu zaradi porodniškega dopusta odsotnost visoka. Naš izrazito ženski kolektiv se pomlajuje in s tem je pričakovati tudi povečano porodniško. Ob dejstvu, da rodnost v Sloveniji pada - lani se je rodilo samo 18.000 otrok, čez sto let nas bo ob takem trendu le še 180.000. Zato bi morali biti veseli podatka, da se sploh kje porodniška še povečuje. Toda breme je neenakomerno porazdeljeno. Država glasno razmišlja, kaj bi storila, da bi vendarle povečali rodnost v Sloveniji, tekstilci pa jim že nekaj časa pripovedujemo, da naša pretežno ženska branža nosi velik del tega bremena in da bi to moralo bi-

ti priznано.

O prelaganju bremena na ženske kolektive govori tudi primer Tip-topa. Ta kolektiv se je zadnja leta močno pomladil in se tako »obremenil« tudi s povečano porodniško in bolniško za nego otrok. Kar 20-odstotna odsotnost iz tega naslova je zgovorna (od tega je 11-odstotna porodniška). Ob takem »manjku« je seveda težko dosegati plan in ta negativen vpliv se širi na cel kolektiv in na podjetje. Sicer pa poglejmo po tovarnah, kako in kaj je s temi številkami. Socialna delavka ga. Brigita Zalokar je zbrala naslednje podatke, ki veljajo za julij, kažejo pa trajnejšo sliko na tem področju.

	nega %	porodniška: %	št.
Ločna	1,24	2,67	6
Libna	0,92	7,04	21
Delta	0,84	5,08	19
Valido	0,47	2,75	2
Tip-Top	1,11	10,96	14
Temenica	0,38	7,33	10
Zala	0,63	6,87	8
Strokov.sl.	0,44	1,91	4
Labod	0,81	5,18	84

Skupna bolniška je v Ločni 10,77%, v Libni 17,58 %, v Delti 12,46%, v Validu 20, 13%, v Tip-topu 19,07%, v

Temenici 14,43%, v Zali 14,96, v strokovnih službah 7,04% in skupno na ravni Laboda 13,65%.

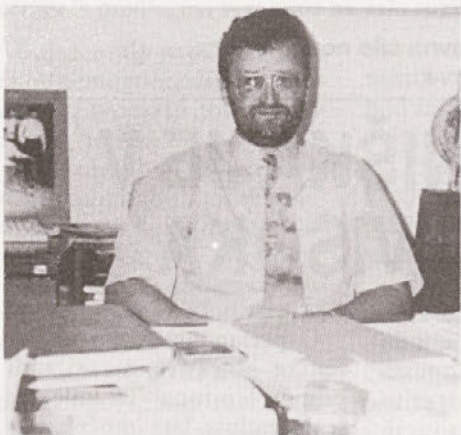


# VREDNOST DELNIC SI SAMI GRADIMO

Pogovor z glavnim direktorjem g. Andrejem Kirmom

**Kako smo poslovali v letošnjem polletju oziroma v sedmih mesecih in kako ocenjujete možnosti do konca leta? Bomo poslovno leto zaključili brez izgube?**

- Podatki kažejo, da je bila v letošnjem prvem polletju glede na lansko enako obdobje proizvodnja manjša za 12,3 odstotka. Vse tri tovarne vrhnjih oblačil so sicer izpolnile planirane obveznosti, v



programu srajc in bluz pa so bili rezultati za 15 odstotkov pod planom. Na to je vplival predvsem izpad v odvisnih družbah, to je v Delti in v Libni. Žal se tudi padanje prodaje na domačem trgu nadaljuje. Najbolj je padla prodaja srajc, saj je vrednostno manjša za 14%, po 4% je vrednostno manjša prodaja kril in hlač ter VO programa, za 3% pa je vrednostno nižja prodaja bluz (kosovno pa je bila ta večja) glede na enako obdobje lani. Če tem odstotkom dodamo stopnjo inflacije, je realno prodaja lastne kolekcije v letošnjem prvem polletju manjša za 16,2 odstotka. Tudi klasični izvoz ni bil najbolj uspešen. Ne moremo pa tudi mimo negativne ekonomske politike v naši državi, ki skozi nizek tečaj tolarja na eni strani in skozi visoke datjave na plače na drugi, seveda močno vpliva na poslovanje. Ob vsem naštetem smo tako v letošnjih sedmih mesecih ustvarili 13 milijonov izgube. Ta sicer ni v celoti nepričakovana, saj nas le lahko tolaži dejstvo, da je predvsem julij, kot izrazito nesezonski mesec za prodajo, tudi vplival na tako izgubo.

Pohvaliti pa moram veliko skrb in temu primeren rezultat pri pripravi vzorcev za pomladno-poletno kolekcijo, ki je bila letos nared bolj zgodaj kot prejšnja leta. Zahvala gre tudi tovarnam, ki so se ob rednem delu potrudile tudi za izdelavo kolekcije, kar je zahtevalo veliko preživetja časa oz. dodatnega dela.

Lahko tudi rečem, da so sedaj že vidni pozitivni premiki pri doseganju rezultatov tako v Delti kot tudi v Validu. Glede na zadnje pogovore s tujim partnerjem v Libni, si lahko obetamo boljše delovne naloge in s tem tudi izboljšanje rezultatov v tej odvisni družbi. Če se bodo ti pozitivni trendi nadaljevali in če bomo na področju prodaje uspeli povečati predvsem prodajo vrhnjih oblačil, za kar so še določene tržne možnosti in v programih, kjer je prodaja najbolj padla, uspeli vsaj zadržati, če že ne nadomestiti izpada prodaje, si lahko ob koncu poslovnega leta obetamo poslovanje s pozitivno ničlo.

**Kakšne odločitve nameravate sprejeti do konca leta za izboljšanje stanja oz. za doseganje boljših rezultatov?**

- Nekaj sem jih že nakazal. Ponovim naj le nujnost povečanja naporov za prodajo na domačem trgu, nekaj konkretnih potez smo že in bomo tudi še morali narediti za češko tržišče. Posebej moram poudariti tudi visoke zaloge tako surovin kot gotovih izdelkov. To nas veliko stane, saj je plačevanje obresti zelo drago. Odhodki za financiranje so bili v prvem polletju kar 168 milijonov SIT. Morali bomo biti tudi bolj fleksibilni, kajti kupci vse manj zaključujejo ob rednih kolekcijah in vse več kupujejo dopolnilne ponudbe. Ob dopolnitvah izgubljam precej priložnosti. Kot sem že omenil, bo tudi na Češkem potrebnih še nekaj konkretnih potez za izboljšanje stanja. Končno pa bom tudi od direktorjev zahteval, da v vseh pogledih izboljšujejo rezultate.

V zadnjem času je bilo izraženih kar nekaj nezadovoljstev - zahteve Libne, pismo naše delavke v Delu, pisanje nekaterih medijev je bilo dokaj negativno. Majhne plače so eden od vzrokov, ni pa edini. Pritožbe so zaradi slabih odnosov, na nejasno videnje prihodnosti... Marsikaj, kar je po-

vsem internega značaja tovarne oz. družbe, se posledično vendarle ustavi na ravni podjetja. Kakšne trajnejše odločitve ste in še boste sprejeli za izboljšanje stanja?

Popolnoma razumem nezadovoljstvo naših zaposlenih, saj so plače majhne, cene v trgovinah pa visoke. Zavedam se tudi, da so naše plače nesorazmerne naporom, ki jih vlagajo delavke v doseganje norme, kvalitete, v svoje delo, skratka. Žal pa so možnosti samega tekstila premajhne, da bi lahko stanje bistveno izboljšali. Poudariti moram, da bi le država lahko omogočila boljše poslovanje tekstila in s tem tudi primernejše plače. Prav ta država pa je sopolpisnica kolektivne pogodbe oz. je zahtevala podpis in izpolnjevanje socialnega sporazuma in vedeti bi morala, da izpolnjevanje tega, ob sedanjih pogojih, v tekstilu ni mogoče.

Glede odnosov moram reči, da po mojem mnenju ne more biti zadovoljstva in ne ustreznih rezultatov, če med delavci in vodstvom niso vzpostavljeni korektni medčloveški odnosi. To se je že neštokrat pokazalo. Žal pa so taki primeri tudi med nami. Zato vidim svojo nalogo tudi v tem, da zagotovim korektne odnose, ker jo to edini način za izboljševanje rezultatov.

Kar pa se tiče pojavljanja v medijih, moram reči, da me je osbeno zelo prizadela neresnična izjava naše delavke v Delu, vezana na moje ime. Gre za grobo neresnico in tudi za nelogičnost v sami izjavi. Tudi plače direktorja in vodilnih so v Labodu v neposredni soodvisnosti od povprečja plač.

Da nas je preveč, vemo vsi. Ena od rešitev v strokovnih službah, kjer bodo viški veliki, je čakanje delavcev, ki bodo v petih letih izpolnili prvi pogoj za upokožitev. Kašen bo postopek za reševanje drugih viškov in koliko jih v celem Labodu sploh je?



*Na junijski seji je nadzorni svet podprl stališče, da izplačujemo plače glede na dohodek, seveda ob iskanjem možnost približevanja izplačil po kolektivni pogodbi.*



# ZAČARAN KROG

Ne le v strokovnih službah, tudi v tovarnah oz. odvisnih družbah so viški. Smo v fazi ugotavljanja viškov tako po delovnih mestih kot tudi števila delavcev na posmazanih delovnih mestih oz. delavcev, ki ne ustrezajo kriterijem. Dokončno število je stvar vsake družbe oz. profitnega centra, strokovne službe pa jim bodo nudile pomoč.

Nadzorni svet je po oceni realnih možnosti izvajanja socialnega sporazuma podprl izplačevanje plač glede na dohodek, da bi tako omogočili pozitivno poslovanje, saj bi spoštovanje socialnega sporazuma zahtevalo okoli 40 odstotkov večjo maso sredstev za plače. Poleg tega bi tako vpeljali še večjo uravnilovko pri plačah. Gotovo pa to ne more biti trajna rešitev - kako torej vidite možnosti za postopno približevanje plač kolektivni pogodbi? Končno so tudi nizke plače ovira pri iskanju kadrov, ki nam jih manjka na določenih vodilnih mestih.

Ob tem sta izpostavljena dva problema. Če bi imel Labod denar oz., če bi do denarja za izplačevanje plač po socialnem sporazumu lahko prišel s kriditi pri bankah, bi si s tem pridela zagotovo in hitro izgubo in sledil bi stečaj podjetja. Zato je nadzorni svet zavzel stališče, da izplačujemo plače glede na dohodek. Končno bi ob tem temnem scenariju propadli tudi naši certifikati oz. bodoče delnice. Sicer pa banke odklanjajo kreditiranje povečevanja mase plač, če v dohodku ni pokritja. Rešitev je v procesu izboljševanja poslovanja, v katerega se morajo vključiti vsi vodilni in vodstveni delavci. Samo v boljših rezultatih so večje možnosti za izboljšanje plač. Čeravno so prav v tekstilu splošna gibanja za nas izredno neugodna. Še vedno se pojavljajo novi trgi s poceni delovno silo in druge ovire, ki ne peljejo k možnostim izpolnjevanja kolektivne pogodbe. Zato se bo morala v dilemo, kaj in kako storiti za izboljšanje stanja v tekstilu, vključiti tudi država.

Glede lastninjenja je med delavci tudi že malo nestrpnosti - kdaj bo torej zaključeno. In še eno hipotetično vprašanje - kako menite, da bodo kotirale naše delnice?

Drugo soglasje glede lastninjenja imamo, torej je postopek tik pred zaključkom. Glede vrednosti naših delnic lahko le rečem, da če ne bo izgube in če se v javnosti ne bodo pojavljale neresnične in nepotrebne negativne informacije, ki imajo v svetu z razvito ekonomijo najmočnejši vpliv na gibanje vrednosti delnic, bo vrednost le-teh primerna oz. zadovoljiva. Torej si vrednost sami postavljamo.

Prepočasni smo v odzivnosti na zahteve trga in predolg je naš ciklus od ideje do izdelka. Tržišče zahteva več fleksibilnosti, ob tem pa je najvišja kvaliteta skorajda sama po sebi umevna. Šele od tu naprej se velja pogovarjati o ostalih spremembah.

Tržišče je živ organizem in zahteva nagle odzive. Mi pa smo premalo fleksibilni, saj traja ciklus od ideje modela pa do njegove izvedbe kar mesec dni. Naša odzivnost na trenutne zahteve tržišča je slaba. Kot je pokazal sestanek na to temo, je več vzrokov za to. Kot je že omenjeno v uvodu, je predolg ciklus v pripravi dela in proizvodnji (vprašanje je tudi nabava osnovnega in pomožnega materiala). Na drugi strani pa je tudi premalo informacij s tržišča ali pa so te prepozne. To kaže na nezadostno marketinško obdelavo, ki bi omogočala pravočasno zaznavanje potreb oziroma usmeritev tržišča, sprejemljivost naših modelov in oceno potrebnosti oz. upravičenosti ponovitve teh. Tržišče zahteva svoje in če mu ne bomo postregli mi, mu bo kdo drug. Zato se moramo soočiti z lastnimi problemi in zavorami, da bi se znali v prihodnje bolje odzivati. Podrobnejša analiza pa pogosto pokaže drugačno sliko, kot se nam kaže ob površni oceni.

## Dobrih modelov ne gre ponavljati v isti sezoni

Na splošno sicer velja, da uspešnih modelov, to je dobro prodanih oz. razprodanih artiklov, v isti sezoni ne gre ponavljati. Prvič zato, ker so to »sladkorčki«, ki oblikujejo podobo Laboda in so dragoceni zato, ker jih je bilo tako malo, da so bili naenkrat razprodani. Drugič pa tudi zato, ker so se pojavili na tržišču na začetku ali višku sezone, ponovitev modela pa zahteva določen čas. To pa lahko pomeni zamik do časa zniževanja. S tem pa tudi prva uspešna pošiljka posledično izgubi na imidžu. Končno pa prodajniki trdijo, da neprodani efektni, modni artikli najbolj bremene zaloge, saj v posezoni ali celo naslednji sezoni ne najdejo več kupca. Torej, zadeti enkrat in takrat v celoti.

## Oceniti stanje in sprejeti odločitev je velika odgovornost

Če navedeno velja za izrazitejše modele, pa zagotovo ne more to veljati za klasične izdelke. Primer je srajca s kratkimi rokavi. Lani so bile še dolgo na zalogi, letos pa so bile tako rekoč vse prodane. Na višku sezone je bilo povpraševanje po njih veliko in teoretično bi jih lahko prodali »cel kamion«. Določeno število proizvodnih kapacitet je bilo prostih (Delta je bila celo na čakanju), blago je bilo v skladišču, ker bi šlo za ponovljen model, priprava dela ne bi potrebovala veliko časa... Vse je videti enostavno. Toda, ko je bila informacija s tržišča sprejeta, je bila sezona na višku. Ocena je bila, da bi srajce, če bi se odločili za ponovitev naloga, prišle iz proizvodnje v drugi polovici sezone, ko bo zanimanje za nakup zato že manjše in bi se znašle celo v znižanju ali pa bi morale počakati naslednjo sezono. Prodaja bi morala hitreje sporočiti gibanja na tržišču, na ta pa se mora takoj odzvati ustrezen tim. Če ta sam ne more sprejeti odločitve, kot je bilo v omenjenem primeru, je pot iskanja rešitve na višjih inštancah.

## Kako izostriti tipalke za prihodnost

Vsak je branil svoje pozicije. Namen sestanka pa ni bilo medsebojno obtoževanje, ampak iskanje rešitev, možnosti za hitrejšo odzivanje. Kajti morali se bomo obnašati bolj fleksibilno. Trgovine vse več zaključujejo iz tekočih ponudb, torej dopolnitev in te morajo biti odziv na zahteve določenega trenutka. Kako spoznati te zahteve, kako izmeriti položaj naših izdelkov na tržišču in oceniti možnosti, kako priskrbeti ob pravem času prave modele? Če bodo naše proizvodnje pretoge ali pa prezasedene, ni odveč razmisliti o kooperaciji. To je tudi svetovni trend. Vsekakor se bo treba hitreje obračati in imeti občutljivejši tipalke za zaznavo prihodnosti. Vse to pa ob predpostavki, da kvaliteta sploh ne sme biti vprašljiva.



V času zaključevanja je vsako jutro v vzorčni sobi še bolj mrzlično kot sicer. Karikirano rečeno so na posnetku nabava, izvoz in kreacija, prodaja pa je ta čas še za računalniki. Da bodo ja vsi podatki tekoče in jasno orisali sliko, ki jo bodo prodajniki čez dan na zaključevanju še dopolnjevali.



# ZANIMANJE ZA LETOVA BILO LETOS VEČJE

Pogovor z vodjem splošne službe g. Jožetom Muhičem

Letos ste imeli za letovanje veliko več prošenj kot zadnja leta. Kako ste jih uspeli rešiti in čemu pripisujete večje povpraševanje?

li v času, ko niso bile zasedene z našimi delavci.

Kakšni so odzivi - so bili letovalci zadovoljni?

Po daljšem času, natančneje od leta 90, smo imeli letos ponovno zelo veliko prošenj naših delavcev, ki so zapolnili del kapacitet že v predsezoni in polno v celi sezoni. Skok je očiten, mislim pa, da je bila potreba po oddihu, spremembi okolja in nabiranju novih moči močnejša od skromnih denarnih možnosti. Kljub majhnim plačam se naše delavke zavedajo, da je letovanje potrebno in so se pripravljene marsičemu odpovedati na račun tega. Seveda pa jim tudi mi želimo kar najbolje ustreči. Žal pa letos nismo mogli vsem. Osnovni vzrok je v tem, da je več tovarn letovalo hkrati in zato, ker je bil čas za dopust zaradi narave dela pač skromno odmerjen. V tako kratkem času pa je bilo nemogoče prav vsem prosilcem zagotoviti letovanje na morju. V ostalih terminih smo uspeli spoštovati želje in rešiti vse prošnje. Povedati pa tudi moram, da je v naših kapacitetah letovalo tudi nekaj naših poslovnih partnerjev in drugih stalnih gostov, ki pa smo jim to omogoči-

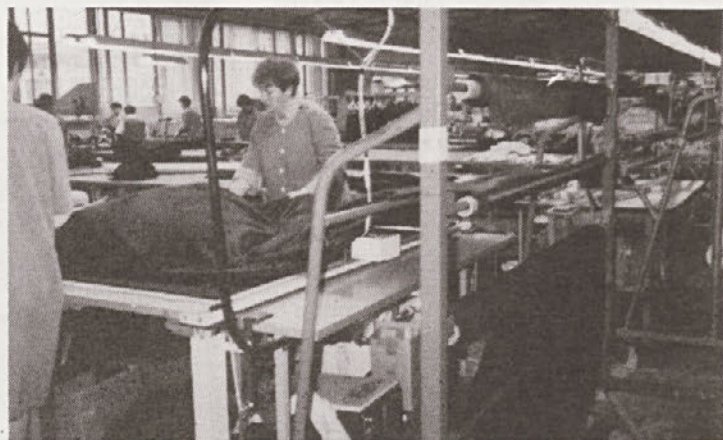
Odzivi so v glavnem pozitivni, nekaj pa vendarle je pripomb na skromno opremo in zastarane objekte. Nekateri to sprejmejo in razumejo, drugi pričakujejo večji komfort. Zavedati se moramo, da so naši objekti stari od 22 do 15 let. Zaradi nejasne situacije v preteklih letih oz. nejasne prihodnosti naše lastnine na Hrvaškem, nismo kaj dosti vlagali. Vendar pa smo lani le posodobili del kuhinjskega inventarja, ki smo ga letos še dopolnili in opravili najnujnejša vzdrževalna dela. Ker imamo objektov kar precej, pomeni to za nas velik strošek in zato se je pač težje primerjati ali z bogatejšimi firmami, ki imajo tudi svoje kapacitete v istem kraju, ali s tistimi, ki imajo le po kakšen objekt in je zato razkošneje opremljen.

Če preberemo stare zapise o letovanjih, ne moremo mimo ugotovitev, da so bili ob zaključku sezone vedno očitni manjki določenih kosov kuhinjskega inventarja, ter da so v pripombah letovalci pogosto za-

## DA NE BI ZARADI SKUPNIH PROBLEMOV POTEGNILI SLABŠI KONEC NAJBOLJŠI

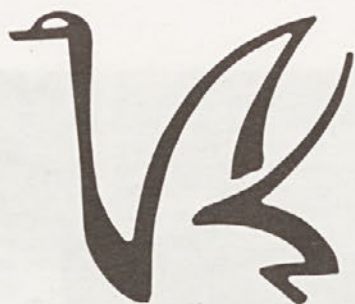
Nezadovoljstvo, ki so ga pokazali v Libni in ki so ga tudi nekateri časopisi pomagali podpihovati, se je ob analizi problema in podrobnejših informacijah obrnilo v razsodnejše razmišljanje in skrb za prihodnost. To, kar imamo in na čimer lahko gradimo prihodnost, lahko hitro zapravimo in se znajdemo na zavodu, ki nam edini zagotovo ne bo pobegnil. Zato je treba delati razsodno, saj so take poteze lahko usodne. Ob libenskih dogodkih se je sestal tudi sindikat v Tip-topu. Skrb glede zaostajanja za povprečnimi plačami v gospodarstvu, ki je večje, kot je bilo kdajkoli prej, je upravičena. Toda v Tip-topu vidijo ta problem večplastno. Sami so z delom dobro pokriti, imajo tujega partnerja, ki dobro plačuje in dolgoročneje zagotavlja delo. Še več, zanimanja za njihove proste kapacitete je veliko. Toda kako bodo zagotavljali vse to, če jim kvaliteten kader odhaja! Izoblikovane kvalificirane šivilje tako rekoč ni mogoče dobiti. Vezani so na mlade delavke, pripravnice, ki potrebujejo še dodatno izobraževanje, za kar so potrebna določena sredstva. In ko se pri delu potrdijo, dobijo vabljuješe ponudbe z dostojnim plačilom in odidejo. Zato se tudi Tip top zadnje čase srečuje s težavami pri doseganju plana. Manjka jim kvalitetnega kadra, ker so močno pomlajeni, pa imajo tudi visok odstotek porodniških in bolniških dopustov. Pobuda sindikata iz Tip-topa torej je, da bi vendarle omogočili selektivno nagrajevanje. Nagraditi dobre delavke in tovarne glede na dosežen rezultat, da bi obdržali pri življenju obetajoče dele podjetja.

Glede zagotavljanja socialnega sporazuma, ki bi prinesel, če bi ga bilo mogoče uresničevati, predvsem uravnolovko, se sindikat v Tip-topu zaveda, da izvajanje tega ni možno zahtevati. Povečanje prodaje za 20 odstotkov, oziroma zagotavljanje občutno večje mase za plače ni mogoče doseči čez noč. Zato pričakujejo bolj strog odnos do neprofitnih proizvodnih programov in hitrejšo ukrepanje pri zdravljenju stanja. Ob tem pa vendarle tudi skrb za posameznika ne sme biti spregledana. Znotraj te vidijo tudi korektno obveščanje o stanju v podjetju, načrtih, odločitvah. Sami so v svoji tovarni s pretokom informacij po zaslugi direktorice zadovoljni, pričakujejo, da bo več skrbi na tem področju tudi po ostalih tovarnah in tudi na ravni podjetja. Čeprav je v našem celem prostoru večkrat poudarjeno, da so časi, ko bi naj vsi vse vedeli, mimo, ostaja resnica v tem, da je dobro obveščen delavec tudi najbolje motiviran. Kar je še vedno zelo pomembno za dobro delo.



V letošnjem prvem polletju so bile pri doseganju planskih rezultatov tovarne VO (na posnetku Temenica) uspešne, slabši pa so bili proizvodni rezultati v programu srajc in bluz.

# VANJE JE



## NA TRIGLAV



*Labodov kombi v Kopru, pred njim pa kreatorka Ellet Vivaldi, ga Petra Brecej. Pa ne gre za oddih na morju, ampak za snemanje, ki je naporno in odgovorno delo.*

**pisali, da so našli objekte nepospravljene, zanemarjene...**

To so odzivi posameznikov in tudi letos so nekateri našli hišice neurejene, čeprav so bile pred sezono temeljito počiščene in pripravljene kot se spodobi. Zato velja opozoriti na odnos letovalcev. Ta naj bi bil tak, kot ga imamo doma čistoča, odgovornost in če je treba, bi lahko tudi kaj postorili, na primer kaj pričvrstiti, popraviti... Toda ljudje smo različni. Žal pa moram tudi za letos, prav tako pa tudi za lansko sezono reči, da so zmanjkovali posamezni kosi inventarja iz kuhinje. Lani smo kupili novo posodo, ki je letos ob koncu sezone že skoraj ni bilo več. Nekaj te se seveda uniči, kakšen kos pa dobi noge...

**Ali je bil tudi letos Podkoren tako bogato obiskan kot prejšnja leta?**

Podkoren je dobro zaseden. V celi sezoni je bil polno izkoriščen, pa tudi ostali del leta je veliko zanimanja zanj. V septembru imamo še nekaj rezervacij za vikende, ker pa je jesen na Gorenjskem lepa, pričakujem, da bo tudi sicer še dosti zanimanja. Zaradi dobrega odziva smo z lastnikom podaljšali pogodbo. Zato vabimo naše

delavce, da si privoščijo še kakšen lep dan med hribi.

**V razpisu ste najavili tudi možnost letovanja na Ljubelju. Tam imamo dve sobi v domu Panorama, ki sta bili nekaj let nazaj zasedeni - tako kot cel dom - z begunci. Letos pa je bil dom ponovno pripravljen za letovalce.**

Z naše strani, žal, ni bilo zanimanja za Ljubelj. Dom pa ni sameval, saj so ga napolnili letovalci solastnikov (dom ima več lastnikov). Če se spomnim preteklih let, ko pri nas ni bilo dobiti kave in še marsičesa, je bil Ljubelj poln nakupovalcev. Toda ni vabljiva le Avstrija. Okolica je čudovita in ponuja številne izlete na Begunjsčico, na Košuto, planino Korošico, Kofce itd, itd. Zato me čudi, da planinci, ki jih je veliko med nami, tega ne koristijo. Verjetno se bomo morali ponovno navaditi na to, da imamo v domu Panorama tudi nekaj svojih prostorov in da je ta dom pod Triglavom v čudovitem delu naše lepe dežele.

Poletna sezona se počasi izteka in prihajajoča jesen je lahko tudi čas priprav in planiranja za zimsko letovanje. Pa naj že sedaj velja povabilo na Ljubelj in v Podkoren v času zasneženih smučišč.

Ideja je bila zelo zanimiva - organizirati izlet na Triglav, ki se naj bi ga udeležili tudi poslovni partnerji. Prvo navdušenje je sicer bilo veliko, v soboto 17.8.1996 pa se je zbralo v vratih 19 planincev (10 Labodovcev, 7 poslovnih partnerjev, 2 vodnika).

Vzpon do Kredarice preko Praga ni zahteven, vendar če ni dovolj kondicije pa povzroča težave. Eni malo lažje, drugi malo težje, prišli pa smo vsi. Kasneje se nam je pridružil še večni zamudnik Boris z družino, tako da je bilo na pohodu 22 planincev. Odločitev, da gremo še isti dan na vrh, se je izkazala za zelo dobro. Brez nahrbtnikov smo v 1 uri osvojili vrh. Prekrasen razgled z vrha je poplačal ves trud. Med nami so bile 4 planinke, ki so bile prvič na Triglavu. Za njih je bil obvezen krst. Ker je bilo že šest popoldan, na vrhu ni bilo gneče pa tudi na poti ne. Srečevanje na vrvi oziroma klinih ni najbolj prijetno. Prenočili smo na Kredarici. To noč je bil rekorden obisk. Zasedene so bile vse klopi, mize, stopnice. Ko si utrujen, si zadovoljen, da dobiš streho nad glavo. Pravi planinec se nad takim prenočevanjem ne pritožuje.

Ker smo Triglav osvojili že prvi dan, v nedeljo ni bilo potrebno oditi zarana. Ko smo gledali nepopisno množico planincev, ki se je podajala zarana proti vrhu, smo bili veseli,

da smo mi vzpon opravili že v soboto. Triglav je kmalu dobil kapo (megla), zato z vrha ta dan ni bilo razgleda.

Mi smo se podali proti Planiki in nato do Tržaške kočice na Doliču. Sledil je spust v Trento, v dolino Zadnjice. Teško smo pričakovali odcep za Luknjo. Do prelaza Luknja, ki loči Trento od doline Vrat je bilo zopet nekaj vzpona. Še spust po melišču in nato čimprej do Aljaževega doma v Vratih.

V gorah smo v prijetni družbi preživeli dva prekrasna dneva. Videli smo veliko planinskega cvetja. Takih druženj nam primanjkuje. Upam, da se bomo še srečali na izletih. Ni potrebno, da je to Triglav. V Sloveniji je dosti gora, ki prekašajo lepoto Triglava. So manj obljudene, zato pa je hoja po takih poteh bolj prijetna.

Na poti sta nas spremljala tudi dva planinska vodnika. Pri organiziranih izletih se je namreč izkazala potreba, da izlete vodijo planinski vodniki.

Naj še enkrat poudarim, da smo preživeli dva lepa dneva, prijetna družba pa je bila zagotovilo, da se še vedno razumemo, le malo strpnosti je potrebno.

Hvala vsem, ki ste se udeležili izleta in nasvidenje prihodnjič. Ideja za naslednji izlet je že tu, o njej pa kaj več prihodnjič.

Marica Praznik





# maximarket

Emona Maximarket, d.o.o.

## PREDSTAVLJAMO NAŠE NAJBOLJŠE KUPCE

Maksimarket je poletno za-  
tišje izkoristil za korenito pre-  
novo srednje etaže, etaže torej,  
ki je namenjena prodaji kon-  
fekcije. Prenova je pomenila  
globok poseg v prostor, hkrati  
pa tudi poseg v način prodaje.  
Čudovito prenovljeni prostori  
združujejo zamisli in pričako-  
vanja Maksimarketa, kar je z  
bogatimi izkušnjami povezala  
tuja firma, specializirana za  
trgovine.

Ga. Jana Smodiš, pomočni-  
ca vodje blagovnice, je prijaz-  
no predstavila novosti, pre-  
zgodni pa smo bili za fotografi-  
ranje. Kajti prodajni prostor  
so šele napolnjevali.

Hkrati pa je bil to primeren  
čas za pogled na novosti v na-  
činu prodaje v maksimarketu.  
Izbor dobaviteljev je strož-  
ji, kajti že sam prostor nare-  
kuje najvišji cenovni razred in  
s tem najvišjo kvaliteto. Po be-  
sedah gospe Jane je Labodom  
imamo zelo lep odnos in nad-  
vse pohvalno je, da smo uspeli  
zgraditi zelo pristne, prijatelj-

ske odnose. Tudi za posel so ti  
zelo pomembni, kajti vemo,  
da se lahko zanesemo drug na  
drugega. Takih odnosov ni  
moč vzpostaviti samo na stro-  
gi poslovni ravni, nasprotno,  
na osebnih, toplih vezeh in za-  
upanju smo zgradili to pove-  
zavo. « Od tu naprej pa seveda  
igrajo glavno vlogo naši izdel-  
ki, roki, kvaliteta... V trgovini  
se marsikaj spreminja. « Pred  
nedavnim smo obiskali tuje  
dobavitelje in obljubili so nam  
pošiljko pomladnih oblačil že  
tako po prodaji slovesnega  
novoletnega programa. Ver-  
jetno bo to šokantno tako za  
nas kot tudi za kupce. Toda v  
mrtvih sezonah smo potrebni  
popestritve, pohiteti moramo  
novi sezoni nasproti, pritegniti  
pozornost kupcev tako in  
drugače.

Ob otvoritvi novih prosto-  
rov želijo pokazati najboljše  
od svojih izbranih dobavite-  
ljev. Dogovori glede predsta-  
vitve Labodovih izdelkov so  
pravočasno stekli in v glavnim  
so zadovoljni s poslanim bla-  
gom. Nekaj je pripomb le na

nekompletnost Elle Vivaldi.  
Ob izredno lepih izdelkih te  
znamke manjkajo bluže. Prav  
v completeness pa tiči deviza  
prihodnosti. Tako kot je za-  
ključeno, naj bi izdelki tudi  
prihajali - v dopolnitvah eden  
z drugim pomenijo celoto. Ga.  
Jana je opozorila tudi na re-  
den Labodov program prav za  
čas otvoritve. Glede na iztek  
sezone je sicer ponudba prič-  
akovano manjša, žal pa so v na-  
šem skladišču našli predvsem  
izdelke v temačnih barvah.  
»Nekaj klasike že velja, toda

potrošniki so željni svetlih, op-  
timističnih barv.«

Ta pogovor je nastal v času  
postavljanja nove etaže. V obi-  
lici dela je naraščala tempera-  
tura. Zato smo se za podrob-  
nejšo analizo naših izdelkov  
skozi izkušnje prodajalk in na  
pripombe oz. na pohvale kup-  
cev dogovorili za kasnejši da-  
tum, ko bo prodaja ponovno  
utečena in bomo v zadovolj-  
stvo obeh strani dali pod  
drobnogled naš celoten pro-  
gram.



Kolekcija Ella Vivaldi v Maximarketu.



Prenovljena srednja etaža Maximarketa pred uradno otvoritvijo.





## MODNA PRAGA

Praški sejem mode se odvija dvakrat letno. Predstavi kolekcije domačih in tujih proizvajalcev, med slednjimi pa je vse večja gneča. Zanimivo in perspektivno češko tržišče je namreč preplavljeno z znanimi imeni svetovne mode. Vsi pa se

predstavljajo na sejmu, kjer smo se predstavili tudi mi. Vtise s sejma in s češkega tržišča sploh, sta strnila ga. Vanja Gole in g. Lojze Avbar:

Imeli smo lep razstavi prostor na katerem smo predstavili celotno žensko kolekcijo za naslednjo pomlad in poletje. Kolekcijo so obiskovalci zelo pohvalili in je bila zares zelo odmevna. Toda to so naključni obiskovalci.

Pravo podobo uspeha bomo dobili po zaključevanju, ki je potekalo že teden dni pred sejmom, med sejmom samim in še po njem. Glede na prve vtise z zaključevanja lahko rečemo, da so tudi kupci, ki jih je bilo veliko, zadovoljni.

Če se primerjamo s tujimi proizvajalci, ki intenzivno osvajajo Prago in celo Češko, lahko ugotovimo, da jim mirno lahko stopamo vzporedno tako pod deženih oz. materialnih kot po kreaciji. Takoj pa je treba dodati, da se naglo popravljajo tudi češki konfektorji in da ne smemo izgubiti prednosti, ki jo še imamo pred njimi.

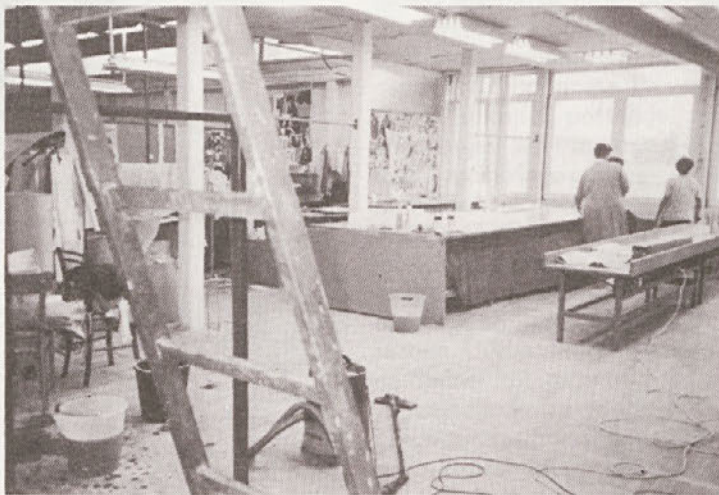
Kajti glede na domače proizvajalce smo še za enkrat občutno boljši, izbranejši pri tkaninah in v kreaciji kot tudi izdelavi. Vendar tudi precej dražji, kar gre lahko na račun omenjenih prednosti. Teh pa, kot rečeno, ne smemo izgubiti.

Z veleprodajo smo na Češkem začeli lani novembra. Peščica naših prvih

kupcev je na samem začetku kupila le po kakšen izdelek, ker so ga pač morali plačati v naprej in je cenovno odstopal od njihove utečene ponudbe. Toda, vrnilo se je in naročila so postopno rastla. Danes zaključujejo kolekcijo v okvirni vrednosti 20 do 30.000 mark. Prihajajo pa novi kupci, ki tudi začenejajo z manjšimi naročili in bodo zagotovo postopno postajala vse večja. Tako se razvija veleprodaja na katero lahko v prihodnje trdno računamo.

Naše izdelke tudi na Češkem kupujejo predvsem poslovni ljudje, ki jim status narekuje izbrano oblačenje, dohodki pa to omogočajo. Povprečna plača je na Češkem zares še precej nižja od povprečja pri nas, toda posamezna strokovna dela so visoko vrednostna. Za ta segment kupcev se potegujemo mnogi konfektorji in med temi tudi številna priznana imena svetovne mode.

Glede na to, da smo si uspeli že ustvariti določen krog stalnih kupcev



**Poletje je čas obnavljanj, vzdrževalnih del, večjih posegov. Na posnetku — prenavljanje prostorov v ljubljanski pripravi dela.**

### ŠOPEK MODROSTI

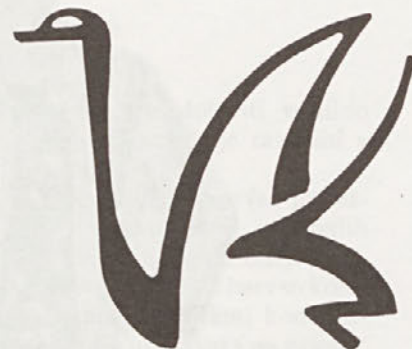
*Če hočete pozabiti na vse težave, obujte premajhne čevlje.*

*Meč ima dve ostrini, jezik jih ima nešteto.*

*Trma je najcenejši nadomestek za značaj.*

v Pragi in na širšem češkem tržišču, da se število teh širi in da imamo zelo lepe prodajne prostore, ki si že pridobivajo

ugledne stalne stranke, lahko optimistično gledamo na prihodnost prodaje na Češkem. Toda, že za majhen lokal, če karikiramo primer, je potrebnih nekaj let, da jo zapolnimo s stalnimi strankami. Kaj šele veliko češko tržiš-



če, ki se hitro razvija in kjer je konkurenca zelo močna. Glede na to, da takorekoč vsi vlagajo na Češko, je to tržišče zares perspektivno in z nekaj potrpljenja in pretehtanimi potezami si znamo zagotoviti tudi mi svoj zanesljiv delež prihodnosti na njem.



**Irena Hrenko, delavka Delte, uspešno tekmuje s svojim 6 let starim konjem na preskakovanju ovir. Na posnetku je v preskoku višine 110 cm, sicer pa preskakuje tudi višine A1 -100 in A 21- 120 cm. Irena je ponosna na 13 že pridobljenih rozet in še posebno na osvojen pokal. Konjeniški šport pa ni poceni, zato je Irena primorana iskati sponzorje. Ker že več kot leto dni žanje lepe uspehe, ji to menda ne bo pretežko**



**Prodajalna v Delti doživlja prenavo. Vzporedno s postavljanjem vzorčne sobe bo tudi naša trgovina deležna nekaj izboljšav, končno pa bo dobila tudi svojo telefonsko številko, ki je do sedaj ni imela. Poslovodkinja, ga Zorica Kozelj sicer pravi, da je bila pot do tega težka, saj je vzorčna soba v nadaljevanju trgovine, torej so vsa dela potekala preko te. Ropot, prah, odprtine v stenah itd so delo v trgovini skoraj da onemogočale. Toda uspeli so vendarle poslovati normalno, s tem, da se je bilo treba strankam vedno znova opravičevati, pojasnjevati itd. Konec dober - vse dobro bi lahko rekli., saj bo sedaj trgovina posodobljena in lepša.**



# PRIMERJAVA S SVETOVNO MODO

Pred zaključevanjem naše kolekcije so si nekateri kreatorji in prodajniki ogledali sejem mode v Düsseldorfu, imenovan CPD. Namen je preveriti usklajenost naše kolekcije s trendi svetovne mode.

Irena Bradač in Mirjana Matko, kreatorki našega zelo uspešnega programa bluz, sta zadovoljni in optimistični. Pre-

teh tonih. Poudarek je na strukturiranih materialih raznih vezav. Vrača pa se tudi šantung vezava. (zadebeljene nitke), krepirane viskoze, kupro in razne mešanice... Med vsemi temi tkaninami pa je zelo veliko sintetičnih. Zaradi visoke in zahtevne obdelave, ki daje lastnosti naravnih materialov, so te tkanine zelo



va, zapisana na začetku tega sestavka, ni pretirana. Kolekcija je nastajala usklajeno, delana je za širšo prodajo, čemur je prilagojena kreacija. Na selekciji, kjer so sodelovali predstavniki komercialne, ni bilo pripomb. Linije so modne, med vzorci pa je tudi v naši kolekciji veliko aktualnih cvetličnih, pikastih, eksotičnih, et-

no in črtastih dezenov, v klasični ponudbi pa je vedno aktualna bela skupina bluz s čipkami. Med materiali najdemo tudi žakardno kupro. V prvih dneh zaključevanja pa so tudi kupci kolekcijo bluz pohvalili kot lepo, uporabno, kar kaže, da bo lahko biti dobro prodana.



dstavljene kolekcije bluz različnih svetovnih proizvajalcev na sejmu CPD so pokazale, da je tudi naša kolekcija na višini, da je primerljiva s predstavljene kolekcijami na omenjenem sejmu tako po barvah kot tudi v liniji in materialih.

Največji poudarek je na žensveni liniji, nekaj oblačil pa je tudi v ležernejšem stilu. Barve prihodnje pomladi in poletja bodo sijoče, sončne, intenzivne, prednjači pa pistacija zelena, oranžna, rumena, pa tudi nekaj rdeče in izrazito modre je. Tudi naše bluze so v

drage. Naše tržišče zaenkrat še odklanja oblačila iz sintetičnih tkanin, še zlasti bluze s kratkimi rokavi.

Od tega, kar smo videli v Düsseldorfu, bomo morali v dopolnitvi poskrbeti le še za kakšen model bluz v karo vzorcu, ki je tudi zelo popularen in pa v finih viskoznihih tkaninah z videzom jeansa. Tudi take bluze so bile pogoste in odmevne, mi jih pa v naši ponudbi zaenkrat še nimamo.

Naša kolekcija bluz pomlad-poletje 97 je naletela na zelo lep odmev, zato primerja-



podrobno ogledati vseh razstavljenih oblačil. Zato sem se bolj posvetila razstavnemu prostoru s klasično moško modo.

črtah ali v drugih strnjjenih vzorcih. Telovniki so visoko zapeti.

## Nova eleganca

Moška moda nič več ne sledi strogi klasiki. Jasni in dolgo-sežni koncepti postajajo vprašljivi. Ker je kupna moč potrošnikov tudi v Z Evropi padla, vidi ta metodo za premagovanje krize v novi eleganci. Ta prinaša oprijete in efektne modele, ki so namenjeni predvsem mlajši populaciji potrošnikov. Kljub »bežanju« od klasike pa vendarle moški suknič ne more bistveno spremeniti oblike in zato tudi moške obleke ohranjajo osnovne komponente. Pa vendarle: sukniči postajajo za spoznanje ožji in nekoliko daljši, z višjo lego gumbov. Pojavljajo se sukniči, ki imajo od 3 do celo 5 gumbov. Zaradi višjega zapenjanja so fazone krajše in nekoliko širše. V ospredju so karo in koničaste fazone. Uveljavljajo pa se tako enoredno kot tudi dvoredno zapenjanje. Poleg standardnih žepov se včasih pojavi ob strani sukniča še tretji, manjši žep, ki ima tudi poklopec. Značilno je, da se spreminja tudi lega žepov, saj pri nekaterih sukničih žepi ležijo poševno. Nove modne zapovedi rušijo dosedanja pravila. Tako se, na primer, pri nekaterih sukničih namesto standardne prsne letvice pojavijo žepi s paspulo ali s poklopci. Včasih celo na obeh straneh.

Tudi hlače spreminjajo obliko, inspiracija za spremembo pa prihaja iz 60. let. Postajajo ožje, vendar ohranjajo udobje v pasni in kolčni širini. V ospredju so hlače s plitvejšimi gubicami, samo z eno gubo ali celo brez nje. Predvsem oblačila, namenjena mlajšim, imajo ozko širino hlačnic, ki so nekoliko krajše (nogavice so vidne), in širok zavihek, ki je lahko širši od 4 centimetrov.

Pri oblekah se pogosto pojavljajo telovniki, ki so lahko v barvi obleke, ali pa v drobnem karo vzorcu, drobnih tankih

## Materiali in motivi

Materiali so pogosto mešanica naravnih in sintetičnih vlaken. Za navidezno enostavnostjo se skrivajo novi otipi in novi videzi. Na splošno so materiali gladkejši, čvrstejši in tanjši. Pogosto ima ena stran blaga zabrisan videz, druga pa je rahlo svetleča.

Pojavljajo se finejši motivi vzdolžnih črt in diagonal. Ponekod so namesto motivov miniaturni vzorci. Materiali imajo razne dolžinske efekte, kot so markantne diagonale, rips in podobno.

## Barve

Težko je določiti vodilno barvo, lažje jih je razdeliti v skupine.

Nevtralne barve (so pretežno v sivkasti barvi, od svetlih do temnih sivih odtenkov). Obleke nevtralnih barv so kombinirane s srajcami kontrastnih barv in kravat (na primer: temna obleka, pariško modra srajca in rumena kravata ali druga šokantna kombinacija - temna obleka, rdeča srajca in travnato-zelena kravata in še bi lahko naštevala)

Vodne barve: modri toni, od najsvetlejših, preko tirkizne do najtemnejših. Tem barvam se pridružujejo kombinacije v rdeči, oranžni, zeleni, rumeni in beli barvi.

## Moda ponuja veliko svobode

Moda 90 let zahteva izoblikovane lastne poglede in sprejemljivost za novosti. Lahko izbirajo med različnimi tipi mode, sledijo tem smernicam ali pa jih interpretirajo po svoje. Ker moda pušča toliko svobode pri izbiri modnih smernic, se v oblačenju toliko bolj odraža kultura oblačenja potrošnikov, način mišljenja in utrip časa.

Klavdija Kopina

# MOŠKA MODA IZ KÖLNA

Poudarjen utrip časa -nova eleganca, ožje linije, šokantne barvne kombinacije

V začetku avgusta je bil v Kölnu sejem moške mode.

Groba delitev pokaže tri smeri moških oblačil: Fashion on top, Inter-jeans in Sport fashion. Na tem ogromnem sejemu si v času, ki sem ga imela na razpolago, nisem mogla

# SEME IN PLEVE

## Računalniki v CML

*Naslednja Labodova prodajalna, ki prehaja na računalniški način, je ljubljanski CML. Tolažba, da se bodo na izkušnjah Novomeščank lažje kaj naučili, velja le delno. CML ima nekaj specifičnosti, ki jih novmeška prodajalna nima: prodaja metražo, v njenem okrilju pa je tudi Oddelek po meri. Kako ga bodo spravili med šifrante, še ne vedo.*

## Podobe zapeljivosti

*Naš prvi gigant plakat z novim sloganom Podobe zapeljivosti je naletel na različne, povsem skrajne odmeve. Bili so ali zelo ugodni ali zelo odklonilni. Po zastavljenem konceptu sledi nadaljevanje zgodbe o zapeljivosti. Iz pravljicnih višin se ženska in moški spustita v vsakdanje življenje. Zgodbo torej nadaljujemo v jesenski oglaševalni akciji, v katero je ponovno vključen gigant plakat. Tokrat z dvema »povsem stvarnima osebama«, z Ello Vivaldi in Petrom Bensnom. Na to temo bodo tudi oglasi v revijah in ogledni kartoni.*

## Reklamni izdelki nas predstavljajo

*Zato ne bi bilo odveč razmisliti o lastnih in izvirnejših reklamnih izdelkih, ki nas bi dostojno in nam podobno predstavljali. Iz ostankov bi lahko naredili marsikaj - šale, okrasne robčke, priročne torbice...; malenkosti, za katere imamo na razpolago dovolj krpic in gotovo tudi kakšno proizvodno kapaciteto. Velikokrat je bil že načet pogovor na to temo, nismo pa prišli dlje od ideje.*

## Vsega se ne da naučiti

*Radi potarnamo, da imamo premalo izobraževanja, in pokažemo na sosednjo Krko, kjer se dnevno odvija vrsta seminarjev. Med temi niso redke teme o poslovnem komuniciranju, lepem obnašanju, primernem oblačenju... Marsikaj tega bi morali slišati tudi mi. Toda, ali bi bilo to dovolj za to, da bi se med seboj znali vsaj vljudno pozdraviti, si pokazati spoštovanje in prijaznost? Osnova mora biti srčna kultura, da se na njej lahko še kaj dogradi.*

# ZAPOSLOVANJE

## V MAJU, JUNIJU IN JULIJU

V obdobju maj-julij je v podjetju 26 delavcem prenehalo delovno razmerje, na novo smo zaposlili 3 delavce za določen čas, 2 pa sta bila razporejena iz ene organizacijske enote v drugo. Konec meseca julija je bilo 1740 delavcev zaposlenih za nedoločen čas in 60 za določen čas. Največ delavcev — 16 je odšlo iz proizvodnje, 7 iz splošne režije in 2 iz proizvodne režije.

### LOČNA

Cilka KOBÉ — IV. st., šivilja II — sporazumno prenehanje  
Anica GAŠPER — IV. st., šivilja III — sporazumno prenehanje

### DELTA

Marjeta TURK — IV. st., šivilja II — sporazumno prenehanje  
Lidija BOŽIČKO — IV. st., pomožni kuhar — določen čas  
Cvetka LEVA — V. st., komercialist II — določen čas  
Natalija RESNIK — VII. st., tehnolog I — pripravništvo — določen čas  
Sabina MEZNARIČ — IV. st., šivilja II — določen čas  
Neža KOSAR — I. st., šivilja II — določen čas  
Polona JURŠNIK — V. st., mojster brigade II — določen čas  
Ložefa MARKEŽ — I. st., šivilja II — predčasna upokojitev  
Marija KIRBIŠ — I. st., šivilja II — predčasna upokojitev

### VALIDO

Marjeta STARČIČ — IV. st., šivilja II — v drugo podjetje  
Marjetka BELŠAK — I. st., šivilja III — v drugo podjetje

### TIP TOP

Barbara SEDEJ — IV. st., šivilja II VO — v drugo podjetje  
Zdenka BRINOVEC — IV. st., šivilja II VO — v drugo podjetje  
Sonja BUČAR — IV. st., šivilja II VO — določen čas  
Andreja RUPNIK — IV. st., šivilja II VO — v drugo podjetje  
Vanja BUŠČAJ — IV. st., šivilja II VO — določen čas

### ZALA

Milka LAPAJNE — III. st., šivilja II VO — sporazumno prenehanje  
Igor MUROVEC — IV. st., šivilja II — sporazumno prenehanje

### STROKOVNE SLUŽBE

Mojca ZUPANČIČ — IV. st., prodajalec — določen čas  
Marija BERČAN — III. st., komisionar II — sporazumno prenehanje  
Srboljub PETROVIČ — V. st., samostojni komercialist — sporazumno prenehanje  
Dušan UDOVČ — V. st., izdelovalec kroj. narisov — v drugo podjetje

### PRERAZPOREDITVE

### LOČNA

Mateja GORŠE — VI. st., na delovno mesto komercialist I v komercialnem sektorju

### TIP TOP

Vanda DROLC — IV. st., na delovno mesto komisionar II v komercialnem sektorju

### PRIHODI

### LOČNA

Marjanca GORENC — IV. st., na del. mesto šivilja II — določen čas — subvencija zavoda za zaposlovanje  
Franc AVŠIČ — IV. st., na del. mesto komisionar II — določen čas  
Marija GORIČAN — IV. st., na del. mesto prodajalec v trgovini  
PTUJ — določen čas — čas-pripravništvo — subvencija zavoda za zap.

Pravno kadrovska služba  
Silva Pezelj

## ZAHVALA

Ob boleči izgubi ljubega zaročenca, sina, brata in strica Martina Radoša iz Metlike se iskreno zahvaljujem vsem, ki ste nam ob hudi bolečini stali ob strani. Iskrena hvala za vse pisne in ustne izraze sožalja, za darovano cvetje, sveče in za denarno pomoč ter za številno spremstvo kolektiva na njegovi zadnji poti.

Vsem in vsakemu posebej še enkrat hvala!

Zaročenka Mojca Stupica iz Tip-topa in vsi njegovi

**LABOD** je glasilo delavcev tovarne oblačil iz Novega mesta. Izhaja mesečno v nakladi 2500 izvodov. Glavna in odgovorna urednica Lidija Jež. Grafična priprava: Grafika Novo mesto. Tehnični urednik: Tomo Cesar. Tisk: Opara Novo mesto. Glasilo se šteje med proizvode informativnega značaja, za katere se plačuje davek od prometa proizvodov po stopnji 5%.