

**Kakšna bo
obvladujoča
družba čez
pol leta**

**Razpis
Mercatorjevih
nagrad**

19. Mercatoriada

Počitnice so blizu

**Renta in dodatna
pokojnina**





Mercator Eta



aktualno

**Kakšna bo obvladujoča družba
čez pol leta**

stran 6

Zapis o organizacijskih spremembah v obvladujoči družbi

**Razpis Mercatorjevih nagrad
za leto 1996**

stran 8

19. Mercatoriada

stran 9

Počitnice so blizu

stran 12

Stanje počitniških objektov in možnost letovanja v njih

mercator
moje dežele**Baročni tapiseriji - zgodba o drugačnem
donatorstvu**

stran 14

Mercatorjev prispevek k ohranitvi kulturne dediščine

Renta in dodatna pokojnina

stran 18

Ponudba za rentno in pokojninsko zavarovanje Zavarovalnice Mercator

Razstava risb Franceta Miheliča

stran 20

Razstave v Nanosu

stran 22

Branje za znanje

Vedno bo treba nekaj prodajati

stran 11

Da bi kupci bolj odvezali mošnjček

stran 17

Inkovsko zlato

stran 23

Moda, iz zelenega sveta

stran 26

Nagradna križanka

stran 30

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

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana, Dunajska cesta 107, telefon 061/1683-205.

Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: Tiskarna Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokoenci Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 10.300 izvodov.

Po mnenju pristojnega republiškega organa se od časopisa plačuje 5 % prometnega davka.



Vesna Bleiweis

Živela odličnost in 1. maj !

Začeli smo odštevati tisočletje. Še nekaj manj kot tisoč dni in zapisali bomo leto 2000. Leto, v katerem bo Mercator zaživel v popolnoma novi notranji podobi in obliki.

In medtem? Kaj se bo dogajalo v tem in prihodnjih letih? Obrnimo se k tekočemu letu kot letu, v katerem bo vse usmerjeno k dokončnemu organizacijskemu in vsebinskemu oblikovanju obvladujoče družbe (z odvisnimi trgovskimi družbami bo sklenjen triletni "mirovni sporazum") ter kapitalski razbremenitvi koncerna, predvsem pa k brez-pogojni izpolnitvi obljube, dane delničarjem - dvema milijardama dobička.

Obljubo so podpisali člani uprave - torej vedo, kako jo izpolniti in kaj bodo zato zahtevali od vseh nas, ki sestavljamo in v vsakdanjem delu izpričujemo Mercator pred svojo najpomembnejšo javnostjo - kupci. Da zato prav od prodajalk in prodajalcev uprava pričakuje največ, se da razbrati iz velikonočne čestitke, posebej namenjene tej skupini zaposlenih. Ti s svojim odnosom do kupcev in do dela, ki ga opravljajo, lahko najbolj neposredno prispevajo k povečanju prodaje - osrednjemu in najpomembnejšemu Mercatorjevemu poslovnemu cilju.

Menim, da leporečnost, vstajenski in pomladni simboli k odličnosti prodajalskega dela sicer nekaj prispevajo, ker pobožajo dušico. Toda, če jih trosimo brez vsem in vsakemu kolikor toliko jasne tekoče strategije in politike na področju stroškov poslovanja in dela, utegnejo biti vsi napor prodajalk in prodajalcev za odličnost, jalovi. Zato smo v prvi vrsti dolžni povedati in objaviti, koliko in na kakšen način je vsak med nami dolžan prispevati k obljubljenima dvema milijardama. Če v prvi vrsti ne bomo znižali stroškov poslovanja v vsaki trgovini oziroma drugi organizacijski enoti, če bodo trgovine ponujale siromašno izbiro ter kakovostno in cenovno neustrezne izdelke, nam tudi odličnost same storitve ne bo dosti koristila. Odličnost mora biti celovita. In predvsem mora vsak, ki bo k njej karkoli prispeval, vnaprej vedeti, kaj bo za svoja prizadevanja dobil. In tako kot ve uprava, bi morala vsaj večina vedeti za globalno politiko omejevanja stroškov in politiko plač v tekočem letu, poznati pravila plačne igre in razumeti končno dejanje v svoji plačilni kuverti. Pa naj gre za primer nedoseganja ali preseganja obljubljenih dveh milijard.

Howgh - govorila sem. Tudi v tem je lahko odličnost.

Znani nerevidirani poslovni rezultati 1996

Sredi marca 1997 je predsednik Mercatorjeve uprave Kazimir Živko Pregl za javnost pripravil prvo informacijo o poslovnih rezultatih Mercatorja v letu 1996.

V njej je poudaril, da se čas, v katerem Mercator posreduje nerevidirane poslovne rezultate, skrajšuje, kar bo nedvomno pomembno vplivalo tudi na čas, v katerem bo sklicana 3. skupščina Mercatorjevih delničarjev. Pomembno je namreč skrajšan tudi čas za pripravo revidiranega poslovnega poročila. O nerevidiranih in nekonsolidiranih bilančnih podatkih je razpravljal tudi že Mercatorjev nadzorni svet. Tako zanj kot za skupščino bo uprava pripravila podrobno poročilo z dodatnimi podatki o Mercatorju kot celoti kot tudi o njegovih posameznih dejavnostih.

Obvladujoča družba, ki je po ustvarjenem prihodku, številu zaposlenih in drugih kriterijih, osrednja in največja gospodarska družba v poslovnem sistemu, je v letu 1996 s prodajo ustvari-

la 66,3 milijarde tolarjev prihodkov, kar je nominalno za 12% več kot v letu 1995, realno pa za 2,1%. Čisti dobiček družbe je znašal 593,5 milijonov tolarjev, v letu 1995 je znašal 415,7 milijonov tolarjev.

Poslovni sistem Mercator - koncern kot celota je v letu 1996 ustvaril 135,1 milijard tolarjev prihodkov.

V tej pogači je delež prihodkov od trgovine 81,3% (v letu 1995 80,4%), industrije 14% (v letu 1995 13,8%), kmetijstva 3,6% (v letu 1995 4,5%), gostinstva 0,6% (v letu 1995 0,7%) in storitev 0,5% (leto prej 0,7%).

V letu 1996 je bilo v koncernu zaposlenih 9976 delavk in delavcev, od tega kar 73,1% v trgovini. V letu prej je ta delež znašal 71,3%. V industriji je bil delež zaposlenih 17,3%, v kmetijstvu 6,6%, v gostinstvu 2,5% in v storitvah je ta delež znašal 0,5%. V primerjavi z letom prej se je število zaposlenih v letu 1996 zmanjšalo od 9976 na 9042 delavk in delavcev.

Donosnost kapitala v koncernu je v

letu 1996 znašala 1,08%, leto poprej pa 0,43%. Donos na delnico je bil 180 tolarjev, v letu 1995 pa 120 tolarjev.

Z naložbami je Mercator v letu 1996 pridobil okrog 1.800 kvadratnih metrov novih površin in prenovil nekaj več kot 7.700 kvadratnih metrov površin. Investiral je okoli 3,5 milijarde tolarjev.

Skupaj s poslovnimi rezultati je v informaciji nanizanih še nekaj aktualnih podatkov o dogajanju v Mercatorju v prvih treh mesecih letošnjega leta:

- prodaja v Mercatorju realno narašča;
- preurejajo se trgovski procesi;
- h koncu gredo priprave strateških dokumentov industrijskih, kmetijskih in storitvenih podjetij;
- na pragu je koriščenje prve tranše mednarodnega posojila, ki bo znašala okrog 1,5 milijarde tolarjev;
- odprta je inozemska kreditna linija za blagovne kredite, kar bo pocenilo financiranje Mercatorjevega uvoza.

O poslovnih rezultatih in dogajanju v Mercatorju so poročali vsi pomembni slovenski mediji.

na kratko

Še tri leta brez sprememb

V aprilu bodo Mercatorjeva uprava in uprave odvisnih trgovskih družb sklenile poseben dogovor (ali pogodbo), na podlagi katerega bodo te družbe v naslednjih treh letih obdržale sedanjí pravni status, uprave družb pa bodo morale ta čas izrabiti za organizacijsko ter vsebinsko prilagoditev in uskladitev vseh poslovnih funkcij tako kot so, oziroma bodo, te organizirane v obvladujoči družbi. Tako bodo ta tri leta obdobje, v katerem se bodo zagotovili pogoji za "porod brez bolečin" novega Mercatorja - izključno trgovske družbe.

Podatki družbe Mercator-SVS

Mercator-SVS, d.d. je po več različnih merilih največja Mercatorjeva hči.

Njen delež v Mercatorjevi trgovini na debelo je znašal v letu 1996 18,5%, v trgovini na drobno pa 22%.

Prodajni program trgovine na debelo obsega prehrabeno blago in izdelke za dnevno rabo, tehnično blago, tekstil in galanterijo. Trgovina na debelo ima na voljo 10.524 kvadratnih metrov skladišč na Ptuj in še 1.500 v Lendavi. Dnevno se iz njih v štajerske in prekmurske trgovine razvozi okoli 150 ton izdelkov.

Pet profitnih centrov s 150 prodajnimi enotami - trgovinami in bifeji ter tremi blagovnicami z 11 oddelki, skrbi za dnevne, sezonske in občasne potrebe kupcev. Skupno ima družba preko 30.500 kvadratnih metrov čistih prodajnih površin, obenem pa še 17.000 kvadratnih metrov priročnih skladišč. Preko 60% prometa v trgovini na drobno odpade na prehrabeno trgovino, 20% ustvariijo tehnične trgovine, ostalo pa blagovnice, trgovine s tekstilom, galanterijo in drugimi izdelki.

Pred letom dni je bilo v družbi zaposlenih 1556 delavk in delavcev, pred koncem leta 1996 pa 1340. Število zapos-

OKVIRNI ROK ZA SKLIC 3. SKUPŠČINE DELNIČARJEV ZNAN

Glede na potek revizijskih postopkov, uprava Mercatorja pričakuje, da bo 3. skupščino delničarjev moč pripraviti pred iztekom meseca junija 1997. Še prej bo o poročilu revizijske hiše v maju razpravljala nadzorni svet.

Po opravljeni skupščini bo Mercator za svoje delničarje v pisni obliki pripravil povzetek poteka skupščine s sklepi, predstavil pomembne dogodke preteklega, tekočega in prihodnjega leta ter vrsto konkretnih napotkov za upravljanje z delnicami.

LIČNA VOŠČILNICA

Pred velikonočnimi prazniki je predsednik uprave vsem prodajalkam in prodajalcem v naših trgovinah poslal osebno voščilnico. V njej je zapisal:

"Spoštovana sodelavka, spoštovani sodelavec!
Prazniki prihajajo. Vemo, da so za Vas še večja obremenitev kot običajni dnevi. Naj bo tole voščilo za praznike tudi skromna zahvala za Vaše nasmeh našim kupcem, pa Vašo prijaznost in potrpežljivost. Vemo, da včasih ni lahko. Ampak s tem ustvarjamo naš Mercator: brez vas Mercator ne bi bil najboljši sosed. In vaše delo prinaša v naše trgovine prijetnost, zaradi katere ljudje prihajajo in se vedno znova vračajo.

Mercator spreminjamo, da bi bolje ustregel kupcu, da bi naraščalo premoženje delničarjev in da bi bili zaposleni zadovoljni. O spremembah Vas bomo temeljito obveščali. Že zdaj pa tole: Mercator Vas potrebuje in Vas bo potreboval.

Še enkrat hvala in res lepe velikonočne praznike."

Kazimir Živko Pregl, predsednik uprave

"Ljubljana na veliko noč 1997"

na kratko



lenih se je zmanjševalo zaradi rednih upokojitev, delno pa zaradi ugotavljanja presežnih delavcev po "mehki varianti". Za odpravnine delavcev je Mercator-SVS, d.d. v letu 1996 odštela 100 milijonov tolarjev. V letu 1997 se bo zniževanje števila zaposlenih še nadaljevalo tako, da bo ob koncu tega leta kolektiv štel le še okoli 1300 delavk in delavcev.

V prenovi maloprodajne mreže je družba v letu 1996 vložila 520 milijonov tolarjev in ob realno enakem obsegu prodaje kot v letu 1995 ustvarila 250 milijonov dobička.

Triletni gospodarski načrt predvideva, da bo družba v prenovi maloprodajne mreže vložila 880 milijonov tolarjev, v novogradnje pa 865 milijonov. Razvojna strategija družbe temelji na zmanjšanju števila prodajnih mest, vendar z večjo prodajno površino in sodobno tehnologijo. Že danes je 17 trgovin opremljenih s POS opremo, grosistična prodaja je računalniško podprta, skladišče je že več let na evropski tehnološki ravni. Nove prodajne zmogljivosti se bodo odpirale v velikih prodajnih centrih in samopostrežnih trgovinah, večji od 600 kvadratnih metrov.

AKTUALNA NALOGA - O SPREMENBAH KOMUNICIRATI Z NOTRANJO JAVNOSTJO

Posebna delovna skupina se bo v prihodnje ukvarjala z obveščanjem in s komuniciranjem z Mercatorjevo notranjo javnostjo (zaposlenimi). Naloga delovne skupine bo vsebinsko, časovno in izvedbeno pripravljati gradiva, v katerih bodo zaposleni pravočasno in celovito prejeli informacije o dogajanju in spreminjanju Mercatorja. Njena naloga bo tudi spremljati in ugotavljati odziv zaposlenih na posredovane informacije.

Vir za oblikovanje potrebnih informacij bodo predstavljali dokumenti in gradiva, ki jih bodo v zvezi z uresničevanjem Mercatorjeve poslovne in razvojne strategije sprejemali uprava, nadzorni svet in drugi udeleženci vsebin in postopkov, na podlagi katerih bo Mercator do leta 2000 popolnoma spremenil svojo obstoječo podobo.

na kratko

KAKŠNA BO OBVLADUJOČA DRUŽBA ČEZ POL LETA?

Mercatorjeva uprava je konec februarja svetu delavcev obvladujoče družbe posredovala natančnejše poročilo in argumente za reorganizacijo, ki zadeva več profitnih centrov. Ta informacija je, skupaj z razpravo članov sveta delavcev, vir za časopisno objavo. Po zagotovilih uprave bomo o nadaljnjih spremembah obveščeni vnaprej tudi preko našega časopisa.

Od 1. marca - drugačna obvladujoča družba

V januarju 1997 je uprava sprejela predlog za spremembo organizacijske strukture obvladujoče družbe, in sicer:

- **profitni center Nanos** se je 1.3.1997 razdelil v maloprodajni **profitni center Notranjska** in veleprodajni **profitni center Nanos-Tehnika**;
- **lokalna skladišča za market program**, ki sodijo v profitne centre Nanos v Postojni, Rudar v Idriji, Jelka v Ribnici, Trgopromet v Kočevju in Sevnica v Sevnici, so se 1.3.1997 vključila v profitni center Grosist v Ljubljani;
- **1.3.1997 se je razdelil prodajni program med profitnim centrom Grosist v Ljubljani in profitnim centrom Nanos-Tehnika**, pri čemer je prevzel ljubljanski Grosist market program, postojnskemu centru je pripadel program tehničnega blaga;
- **1.3.1997 se je maloprodajni profitni center Rudar iz Idrije** pripojil maloprodajnemu centru Notranjska v Postojni;
- **1.3.1997 se je maloprodajni profitni center STP Hrastnik** pripojil profitnemu centru Golovec v Ljubljani;
- **dosedanji sektor za komercialo na sedežu družbe v Ljubljani, se je 1.3.1997 razdelil v dva sektorja** - sektor za komercialo - market program in sektor za komercialo - tehnični program. Poleg teh sprememb pa so bile že prej opravljene naslednje spremembe:
- **hladilnica Zalog** je bila že 1. novembra lani vključena v ljubljanski

profitni center Grosist kot ožji profitni center;

- **poslovanje lokalnega skladišča profitnega centra Preskrba Tržič** je bilo prenešeno v profitni center Grosist v Ljubljani;
- **enako velja za profitni center STP Hrastnik**, profitni center Savica in nekdanji družbi Contal in Steklo;
- **veleprodajna dejavnost oziroma skladišče profitnega centra Preskrba Krško** je bilo prenešeno v družbo Mercator-Dolenjska oziroma njen profitni center Grosist;

Novi - stari direktorji

1. marec je tudi datum, ki ga je uprava določila za razporeditev delavcev in prevzem odgovornosti vodstev profitnih centrov ali drugih organizacijskih enot. Obenem pa je odločila, da se delo v obstoječih objektih nadaljuje dokler ne bo sprejela odločitve o spremembi koriščenja objektov.

Uprava je določila tudi nekaj **kadrovskih sprememb**: za direktorico profitnega centra **Notranjska** je imenovala dosedanjo direktorico profitnega centra Rudar **Ivanko Leskovec**, **Nanosu-Tehniki** **direktoruje Aleksander Maver**, sektorju za komercialo - tehnični program pa **Milan Bajželj**. Po imenovanju direktorja profitnega centra Preskrba Tržič **Rada Veselinoviča** za direktorja profitnega centra Krpan v izgradnji, tržiško Preskrbo vodi **Viktorija Pogačnik**.

Za spremembe, ki zadevajo profitna centra nastala iz Nanosa ter PC Grosist in PC Rudar je uprava pripravila tudi sistemizacijo delovnih mest in predloge za razporeditve obstoječih delavcev. Pomembna je njena ugotovitev in zagotovilo, da zaradi sprejetih sprememb, ne bo presežnih delavcev. Prav tako bo pri razporeditvah delavcev na delovna mesta izven okoliša bivanja in pri drugih pravicah delavcev v celoti spoštovala določbe podjetniške kolektivne pogodbe in drugih aktov obvladujoče družbe.

Specializacija profitnih centrov - znižanje stroškov

Vsi organizacijski posegi tako v veleprodajno kot maloprodajno funkcijo pomenijo, da se Mercatorjeva trgovina organizira v specializirane profitne centre.

Veleprodajni profitni oziroma distribucijski center za market program se oblikuje z ukinjanjem oziroma s spojitvami dosedanjih lokalnih veleprodajnih skladišč z ljubljanskim Grosistom. Obstoječi skladiščni prostori se bodo namenjali bodisi maloprodajni, diskontni ali cash and carry dejavnosti ali pa odprodali. Maloprodajni profitni centri bodo po teritorialnem načelu združevali prihodkovne centre - po domače trgovine, ki prodajajo izdelke za dnevno rabo.

Ljubljanski Grosist je postal osrednji oskrbni oziroma distribucijski center za trajne prehrabne izdelke, pijače in galanterijske izdelke ter tekstilne izdelke, ki se prodajajo v samopostrežnih trgovinah širokega tipa.

Profitni oziroma distribucijski center Sadje zelenjava oskrbuje trgovine s svežim programom - svežimi pridelki in izdelki kot so sadje, zelenjava in z mlečnim programom.

Z zamrznjenim programom trgovinam streže ožji profitni oziroma distribucijski center hladilnica v Zalogu.

Kot market program je definiran zaokrožen blagovni program trajnih prehrabnih izdelkov, pijač, galanterijskih izdelkov in lahkega tekstila, ki se prodaja v trgovinah oziroma samopostrežbah širokega tipa.

Kot sveži in zamrznjeni program je definiran program sadje, zelenjava, mlečni izdelki in zamrznjeni izdelki, ki zaradi tehnoloških posebnosti zahteva posebno skladiščenje, zamrzovanje ter temu primeren transport, režim naročanja in distribucije.

V profitnem oziroma distribucijskem centru **Nanos-Tehnika** se oskrbujejo specializirane tehnične trgovine in dopolnilno trgovine oziroma samopostrežbe širokega tipa. Oskrbujejo se s **tehničnim programom**, ki je definiran kot program velikih in malih gospodinjskih aparatov, instalacijskega materiala, električnega in drugega orodja, gradbenega materiala, barv in lakov. V ta program sodi tudi hoby program za hišo in vrt (zeleni program), šport in podobno ter steklo, posoda in keramika.

Oskrba maloprodajnih enot - trgovin se bo postopoma usmerjala v nove tokove od 1. marca 1997, vendar tako, da zaradi uvajanja novih oskrbovalnih poti, poslovanje v času največjih nakupov ne bo moteno.

Sektor za organizacijo v obvladujoči družbi je za specializacijo profitnih centrov, predvsem veleprodajnih, pripravil vrsto analiz in študij blagovnih tokov, logističnih in drugih stroškov, stroškov neizkoriščenih zmogljivosti in drugih ekonomskih elementov. Posebna analiza, ki je zajemala 5 sedanjih lokalnih skladišč, je pokazala možnost, da se stroški znižajo tudi čez 30%. Z vsakim dodatno ukinjenim oziroma reorganiziranim lokalnim skladiščem, se prihranek seveda povečuje.

Komercialni sektor - odslej dva sektorja

Istočasno s specializacijo veleprodajnih profitnih oziroma distribucijskih centrov se je spremenila tudi organiziranost sedanjega komercialnega sektorja v obvladujoči družbi. Sektor se je razdelil na dva dela, in sicer:

- **sektor komerciale - market program**, ki poleg programa živil pokriva tudi sedanje blagovne skupine, galanterijo, tekstil in pohištvo;
- **sektor komerciale - tehnični program**, ki pokriva tehnične izdelke, hoby program, skratka vse, kar ne sodi v dnevno oskrbo prebivalstva.

Nova organiziranost komercialnega sektorja je povezana tudi z načrtovano organizacijo verige tehničnih trgovin, z gradnjo hipermarketov in nakupovalnih centrov.

Kupcu - kralju, kraljevsko streči, zaposlene pa obveščati

Člane sveta delavcev obvladujoče družbe - večina so poslovodje, je v zvezi z opravljeno reorganizacijo zanimalo predvsem kje, po kakšnih cenah in s kako kakovostnimi izdelki bodo zalagali police v trgovinah. Reorganizacija ne sme povzročiti osiromašenja ponudbe, prispevati mora h konkurenčnim - nižjim cenam, vendar to ne sme biti razlog, da začnemo prodajati cenene in manj kakovostne istovrstne izdelke. Oba specializirana grosista morata svoj prodajni



program oblikovati po zahtevah in željah kupcev, ki se razpoznajo v malo-prodajnih trgovinah. Le z izpolnitvijo te temeljne zahteve bo reorganizacija dokazala, da se Mercator v celoti usmerja h kupcu in da mu tudi z dejanji priznava kraljevski status.

Vnemar pa tudi niso vprašanja, ki so zadevala zaposlovanje oziroma prerazporeditve obstoječih delavcev. Kot aktualno med njimi naj izpostavimo vprašanje prerazporeditev v ljubljanski Grosist, ki bo moral v času prilagajanja specializaciji oziroma novi vlogi, absorbirati kar precejšnje število novih delavcev in jim zagotavljati pravice iz kolektivne pogodbe in drugih aktov. Če specializacija ne bo dovolj hitro podprta z dorečenimi in celovitimi poslovnimi, organizacijskimi, logističnimi, informacijskimi in drugimi ukrepi, se utegne ob razpravi o ekonomski uspešnosti tega profitnega centra, kaj kmalu odpreti razprava o neprijetnih posledicah - med drugim tudi o odpuščanju delavcev. Staviti na novo zaposlovanje oziroma prezaposlovanje presežnih delavcev v novi Mercatorjevih super objektih, pa je ta hip, vsaj s časovnega vidika, prezgodaj.

Vesna Bleiweis

RAZPIS MERCATORJEVIH NAGRAD ZA LETO 1996

Odbor za podelitev nagrad Poslovnega sistema Mercator objavlja razpis za podelitev nagrad Poslovnega sistema Mercator za leto 1996.

I. Nagrade lahko prejmejo:

- delavci in kmetje iz družb in kmetijskih zadrug v Poslovnem sistemu Mercator za dosežke na področju inovacijskega, tehnološkega, proizvodnega in organizacijskega delovanja, pomembnega za Poslovni sistem Mercator, delavci in kmetje, ki so pomembno prispevali k uveljavljanju firme in blagovne znamke Mercator doma in v tujini, delavci in kmetje, ki so vidno prispevali k urejanju medsebojnih odnosov v družbi ali Poslovnem sistemu Mercator, delavci in kmetje, ki so dosegli viden ugled in spoštovanje med ljudmi zaradi delovnih in osebnostnih vrlin ter vsestranske aktivnosti;
- izjemoma tudi posamezniki izven Poslovnega sistema Mercator, kot priznanje za uspešno poslovno sodelovanje oziroma za prispevek k uresničevanju razvojnih usmeritev Poslovnega sistema Mercator.

II. Nagrade

ne morejo prejeti direktorji družb in kmetijskih zadrug ter delavci, ki imajo sklenjene individualne pogodbe o zaposlitvi v Poslovnem sistemu Mercator.

III. Kandidate za nagrado lahko predlagajo

organi upravljanja družb in zadrug ter delavci in kmetje, ki delajo v Poslovnem sistemu Mercator. V primeru posebej vidnega ugleda in spoštovanja delavcev in kmetov med ljudmi, lahko nagrado predlagajo tudi posamezniki in pravne osebe izven Poslovnega sistema Mercator.

IV. Predlog za podelitev nagrade mora predlagatelj utemeljiti s predložitvijo naslednje dokumentacije:

- osebni podatki (ime in priimek, rojstni podatki, poklic, izobrazba, delovno mesto, čas trajanja delovnega razmerja v družbi, čas trajanja statusa zadruženika in druge podobne podatke),
- dokaz o statusu delavca v družbi ali kmeta zadruženika na dan predlaganja (fotokopija delavske knjižice ali fotokopija dokaza o članstvu v zadrugi),
- ocena delavčevih ali kmetovih dosežkov oziroma prispevkov na področju inovacij in njihovega uvažanja v proizvodni in delovni proces,
- navedba trajnejšega doseganja proizvodnih oziroma delovnih rezultatov nad običajnimi v družbi ali zadrugi,
- ocena predlagatelja o delavčevem oziroma kmetovem prispevku k urejanju odnosov v družbi ali zadrugi,
- navedba javnih priznanj in odlikovanj za družbeno in strokovno delo. Podatki se morajo nanašati na najmanj štiriletno obdobje.

V. Rok za predlaganje kandidatov je 9. maj 1997

VI. Predloge pošljite na naslov

Poslovni sistem Mercator, d.d., odbor za podelitev nagrade (Center za obveščanje), 1000 Ljubljana, Dunajska 107, priporočeno s povratnico.

VII. O predlogih za podelitev nagrade

bo sklepal odbor za podelitev nagrad Poslovnega sistema Mercator, nagrade pa bodo svečano podeljene ob "Dnevu Mercatorja", 7. junija 1997 v Novem mestu.

19. MERCATORIADA IN DAN MERCATORJA NOVO MESTO, 7. JUNIJ 1997

Z Mercatoriadami, tako vsaj kaže, ne bomo odnehali. So preveč dragocen in tradicionalen kamenček v srečevanju Mercatorjevih ljudi, da bi jih lahko prezrli ali pa jih obravnavali v sklopu "nepotrebnih stroškov".

Res so časi, ko smo Mercatorjevci s "pleh muziko" na čelu stopali v povorki skozi različne kraje in se tja vozili s posebnimi vlaki, minili. Toda človeška draž te prireditve ostaja. Doživljamo jo vsako leto znova, ko pod Mercatorjevimi zastavami brca, polni koše, podira keglje, teče ali pribija teniško žogo nekaj sto Mercatorjevcev. Ali pa, ko se tisoč in več Mercatorjevcev razposajeno ujame za roke in sklne krog Mercatorjeve družine, zbrane z vseh koncev Slovenije. Ko se predstavljajo nagrajenci - deset tistih, ki jih zavoljo delovnih in osebnostnih vrlin razglasimo za osebnosti preteklega leta, ko se podeljujejo medalje športnikom, pozabimo na napore in skrbi vsakdanjika, ko zadihamo in se odprti src družimo vse generacije Mercatorjevcev.

Mnogi se v vsesplošnem kritikantstvu in nagnjenosti k pretiravanju govoric o slabostih v Mercatorju, pomenljivo sprašujejo o smiselnosti Mercatoriade in Dneva Mercatorja. Kaj, da nas vlačijo skupaj s športom in z veseliciami, naj se v plačilnih kuvertah ali kako drugače pokaže, da res kaj dajo na ljudi. Odgovor mnogih, ki imamo Mercator v mislih tudi po njegovih dobrih plateh, je preprost: dokler se v Mercatorju radi družimo kot ljudje, tako dolgo bomo lažje doživljali in preživljali obetane spremembe, z večjo mero razumevanja bomo sprejemali razvojne poteze in tudi žrtve tega razvoja. Vsi skupaj in vsak posebej smo sestavni del sprememb, smo njihova človeška dimenzija, brez katere ne bi bilo ne starega in ne bo novega Mercatorja, brez katere ne bi bilo ali pa ne bo Mercatoriad. Dokler to dimenzijo še imamo, naj bodo Mercatoriade in dnevi Mercatorja njen sestavni del.

PREGLED TERMINOV POSAMEZNIH TEKMOVANJ

- | | |
|--------------|--|
| 19.4. | KEGLJANJE , Kegljšče Zveze društev invalidov, Malenškova ul. 1, Ljubljana in Kegljšče
Kegljške zveze - Dom Maksa Perca v Ljubljani, Kotnikova 8,
nosilec tekmovanja PSM, PC Sadje zelenjava Mirko Vaupotič; |
| 10.5. | KOŠARKA , Športna dvorana srednješolskega centra v Postojni,
nosilec tekmovanja PSM - PC Nanos, Mate Šoljič; |
| 10.5. | MALI NOGOMET , Športni park Bonifica v Kopru,
nosilec tekmovanja: Trgoavto, Stojan Prinčič; |
| 17.5. | ODBOJKA , Športna dvorana Marof, Novo mesto,
nosilec tekmovanja: M-Dolenjska, Karmen Lampret; |
| 24.5. | ŠAH , Hotel Valentin Kočevje,
nosilec tekmovanja: PSM - PC Trgopromet, Boris Štimec; |
| 24. in 25.5. | TENIS , Teniška igrišča v Luciji,
nosilec tekmovanja: Mercator-Degro, Jure Jež; |
| 31.5. | NAMIZNI TENIS , Športna dvorana Mladika, Ptuj,
nosilec tekmovanja: M-SVS, Milan Petek; |
| 31.5. | STRELJANJE , Strelišče Strelske družine Ptuj ob dvorani Mladika,
nosilec tekmovanja: M-SVS, Milan Petek; |
| 7.6. | KROS , Kros proga na Marofu nad športno dvorano Marof v Novem mestu,
nosilec tekmovanja: Mercator-Dolenjska, Jure Jež; |
| 7.6. | VLEČENJE VRVI , Osrednje prizorišče Dneva Mercatorja - dvorišče na sedežu Družbe Mercator-Dolenjska, nosilec tekmovanja Mercator-Dolenjska, Jure Jež; |
| 7.6. | FINALNE TEKME V KOŠARKI, ODBOJKI, MALEM NOGOMETU BODO V NOVEM MESTU |

VEDNO BO TREBA NEKAJ PRODAJATI

V zadnjih štirih letih smo v Sloveniji priča velikemu pritisku tujih trgovskih družb. Ne tako daleč nazaj so nekateri trgovci zagnali vik in krik, ko je prišla v Slovenijo velika trgovska veriga. Toda kmalu se je ugotovilo, da je to dobro, saj se je marsikateremu domačemu trgovcu porodila zavist češ, saj to, kar ponuja tujec, zmorem tudi sam. Domača podjetja ne morejo več enostavno samo prevzeti in kopirati tuje konkurence, dodati je treba zrno domačega znanja, iznajdljivosti, preprosto - biti boljši.

Vodstvo podjetja mora vedno znova razmišljati o strategiji vodenja. Pravila vodenja izpred 5 ali 10 let danes ne veljajo več. Na trgu se pojavlja vedno

spremeniti. Naše osrednje zanimanje mora postati kupec. Trgovci moramo kupovati to, **kar kupec želi** in ne tega, kar nam vsevprek ponujajo do-

Ne tako daleč nazaj, je pri nas prevladovala miselnost, da so kupcem pri srcu poceni in splošno dosegljivi izdelki. Če to miselnost prevedemo v jezik trženja pravimo, da gre za **koncept proizvodnje**, ki velja le v primeru, kadar je povpraševanje večje od ponudbe.

V trženju se srečujemo z različno koncipiranimi prijemi, ki naj bi vplivali na prodajo. Eden med njimi je koncept izdelka, ki se posveča izdelku, ne kupcu. Spet drugi, prodajni koncept, pravi, da kupci, če jih pustimo pri miru, ne bodo kupovali dovolj. Podjetje mora prodajati agresivno in intenzivno promovirati izdelke. Cilj takšnega razmišljanja je, da prodajamo in prodamo tisto, kar nam ponujajo proizvajalci in ne tega, kar kupec oziroma trg želi in zahteva. Čim prej moramo priti do spoznanja, da prodaja ni najpomembnejši del trženja. Vodilni teoretik menedžmenta **Peter Durcher pravi: vedno bo treba nekaj prodajati.**

Osrednji namen trženja je spoznati in razumeti kupca. Če poznamo kupca, vemo, kakšen izdelek ali storitev mu ustreza in potem ni težko prodati.

Trženje naj ustvari kupca, ki je pripravljen kupiti.

Če želimo torej uspešno prodajati, moramo najprej opraviti določene trženjske aktivnosti: ugotoviti



več konkurenčnih domačih in tujih trgovcev, proizvodnja mnogih izdelkov se seli v države s ceneno delovno silo. Potrebe ljudi so večje kot kdajkoli prej, vendar jim primanjkuje denarja, da bi kupili tisto, kar potrebujejo oziroma želijo. Če hočemo uspeti v borbi s konkurenco, se moramo kot trgovci bistveno

bavetelji.

Okrog besedice **trženje** je bilo prelitega že veliko črnila. Na splošno velja, da je trženje družbeni in vodstveni proces, ki omogoča posameznikom in skupinam, da dobijo to, kar potrebujejo in želijo, tako da ustvarijo, ponudijo in z drugimi izmenjujejo izdelke, ki imajo vrednost.

potrebe, nare-diti trženjsko raziskavo, poiskati izde-lek, mu določiti ceno in ga distribuirati. Tako razmišljanje nas pripelje k **trženjskemu konceptu**, ki pomeni bistveni preobrat v načinu razmišlja-nja.

Po tem konceptu je **prodaja osredotočena na potrebe prodajalcev, trženje pa na potrebe kupcev**. Prodaja se ukvarja s prodajalčevim ciljem - zamenjati izdelek za denar, **trženje pa z mislijo, kako kar najbolje zadovoljiti potrebe kupca, ne samo z izdelkom, ampak s celim nizom stvari, ki so povezane z njegovo proizvodnjo, dobavo in uporabnostjo**. Vse prevečkrat kupci v trgovinah naletijo na izjave prodajalcev, da zelenega izdelka ni zato, ker ga preprosto ne morejo dobiti, ker o izdelku ni prepričljivih podatkov o uporabnosti in podobne, za lase privlečene izgovore.

Teorije o trženju učijo, da mora podjetje izpeljati dve ravni trženja, notranjo in zunanjo. Notranje trženje pomeni uspešno zaposlovanje, izobraževanje in motiviranje sodelavcev, da bi bolje stregli kupcem.

Ko govorimo o kupcih in prodaji, ne moremo mimo besed **prodajalna in poslovodja**. Vsi projekti o povečani prodaji, o večjem dobičku ipd., morajo imeti glavno podporo v naših trgovinah. **Poslovodja je motor trgovine, je ključna oseba njenega uspeha ali neuspeha**. Prvi je, ki mora dobro poznati blago, ki mora skrbeti, da ima trgovina izbiro po zahtevah kupcev. Danes se poslovna miselnost obrača h kupcu. Dolga leta je imela v naši trgovini prednost nabava. Danes je veliko lažje blago nabaviti kot ga pa prodati. Ko kupec stopi v trgovino, mora dobiti občutek prijaznosti, sproščenosti, ker bo samo tako pripravljen kupiti tisto kar potrebuje ali pa še kaj več ... Izredno pomemben je izgled prodajalne in izložbe, ki je ogledalo prodajalne. Poslovodja mora opazovati, kaj dela konkurenca, kakšne so želje, pričakovanja in tudi kritične pripombe kupcev. Vendar vsega tega ne bo počel, če ni primerno strokovno usposobljen, če ne pozna sodobnih spoznanj o kulturi prodaje, če ne pozna izdelkov, če

je v komuniciranju s kupci in sodelavci neokreten...

Zaradi vse večje domače in tuje konkurence bi morali najprej in permanentno izobraževati zaposlene, saj je v šoli pridobljeno strokovno znanje le osnova za nenehno nadgrajevanje.

In kje je danes Mercator z vsemi različnimi tipi trgovin, trgov in nabavnih poti? Mirno lahko rečemo, da na začetku. Čimprej se mora prilagoditi in poiskati odgovore na vprašanja in izzive neprestano spreminjajočega se tržišča. S strateškim načrtovanjem, osredotočenim na trg, mora opredeliti svoje cilje, vire, poslanstvo trgovine, tipe trgovin ipd. Strateško načrtovanje se začne na koncernski ravni in se pomika navzdol preko specializiranih poslovnih enot (verig) do same prodajalne. Strateško načrtovanje pomeni ponavljajoče se cikle analiranja,

ov in njihove potrebe. Strateške poslovne enote (profitne centre) pritegnemo, da same pripravijo svoje načrte. Tretji sklop zahteva določitev sredstev za posamezne strateške poslovne enote, upoštevajoč njihovo tržno privlačnost in ekonomsko upravičenost. V tej točki mora priti do izraza odločitev koncerna glede razvoja, opuščanja ali graditve novih objektov. V četrti sklop sodijo vprašanja oziroma odgovori v zvezi s širitvijo sedanje dejavnosti in razvojem novih, da se zapolnijo vrzeli v strateškem načrtovanju. Pri tem se upoštevajo možnosti za različna povezovanja poslovnih enot.

Strateška poslovna enota - profitni center mora pripraviti svoj strateški načrt, ki naj primeroma vsebuje opredelitev poslanstva, analizo zunanjega in notranjega okolja, opredelitev ciljev, izdelavo in izvedbo programa, zbiranje povratnih informacij.



načrtovanja, izvedbe in nadzora. Strateško načrtovanje koncerna sestavljajo štiri komponente. Najprej je potrebno razviti jasen občutek za poslanstvo trgovinske dejavnosti glede na ohranitev, širitev, specializacijo trgovskih objektov. Druga komponenta zahteva identifikacijo strateških poslovnih enot glede na skupine porabnik-

V zadnjem delu prispevka sem posegel v jedro prihodnosti trgovinske dejavnosti v Mercatorju. Vse skupaj pa kaže na to, da moramo čimprej pripraviti ustrezne izvedbene programe z realnimi cilji, saj smo v bitki s časom vsak dan v bolj podrejenem položaju.

Franč Suhadolnik

POČITNICE BOMO VERJETNO LAHKO PREŽIVELI LE V NEKATERIH OBJEKTIH

Kot smo izvedeli od direktorja za splošne in kadrovske zadeve Tomaža Ravnikarja, bo za letošnje počitnice pripravljena večina počitniških objektov, ki jih ima obvladujoča družba v Sloveniji.

V zvezi s tem bo pripravljen nov pravilnik o koriščenju objektov, terminski plan in cenik. Večino objektov bo pristojna služba skušala urediti že do prvomajskih počitnic. Pravilnik, termini in cenik bodo objavljeni tudi v našem časopisu. To pot objavljamo le pregled lokacij in oceno stanja objektov.

Pomembna je še ena novost: **upravljanje in oddajanje vseh objektov bo za celotno obvladujočo družbo vodeno na sedežu družbe. Službo vodi Edo Samsa, naslov: Poslovni sistem Mercator, Dunajska cesta 107, Ljubljana, tel. 061-1682-282.**

Kaj pa je s koriščenjem objektov na Hrvaškem? Precej jih je, večino si je upravitelj Samsa že ogledal in ugotovil porazno stanje (vlomljeno, izropano, poškodovane in uničene instalacije, umazano od iztrebkov), zlasti to velja za objekte v Istri. Če že odmislimo problem njihove sanacije, pa ne moremo prezreti ukrepov hrvaške vlade v zvezi s koriščenjem objektov, zaradi katerih je počitnikovanje v slovenskih počitniških domovih, stanovanjih, hišicah, močno zaostreno. Kakšno je stanje objektov na Kvarner-

skih otokih in obali, še ne vemo, saj v času priprave te številke časopisa, še nismo imeli upraviteljevih podatkov. Zaenkrat se uprava nagiba k temu, da objektov, zlasti v Istri, ne bi sanirali (kljub dodatnim znatnim vlaganjem jih ne bo mogoče normalizirati) in jih v letošnjih počitnicah tudi ne bi uporabljali. Če pa se bodo okoliščine spremenile in bo vsaj nekatere objekte možno usposobiti brez večjih vlaganj in zapletov z lokalnimi oblastmi, bodo ti objekti seveda usposobljeni pričakali goste.

Opravljen je bil tudi ogled počitniških prikolic. 14 prikolic, ki so v različnih kampih v Sloveniji in Istri (in na sedežu profitnega centra Sadje zelenjava) je v povprečju starih 13 let in pol in večina je v zelo slabem stanju. Če bi jih hoteli usposobiti za dostojno in kolikortoliko udobno bivanje, bi morali vložiti precejšnja sredstva. Izračun, ki ga je pripravila pristojna služba kaže, da se obnova prikolic ne izplača, saj z najemnino ne bi pokrili niti stroškov, ki jih terjajo upravljalci kampov. Zato je predlog, da se prikolice prodajo, pri čemer imajo prednost pri nakupu Mercatorjevi delavci, utemeljen. O njem bo razpravljal tudi svet delavcev obvladujoče družbe.



Večina prikolic je prestarih, da bi se jih splačalo obnavljati.

V Sloveniji bo v letošnjih poletnih počitnicah na voljo:

Lokacija	tip enote	št. enot	Lokacija	tip enote	št. enot
- Ankaran - Sadje Zelenjava	stanovanje		- Kranjska gora - PSM	stanovanje	
- Bohinjska Bistrica - Dolomiti	garsonjera	2	- Kranjska gora - PSM	stanovanje	
- Bohinjska Bistrica - Grosist	garsonjera	2	- Kranjska gora - Grmada	garsonjera	
- Bohinjska Bistrica - Grmada	stanovanje		- Čatež - PSM	hišica	
- Bohinjska Bistrica - PSM	garsonjera		- Čatež - Golovec	kontejner	
- Bohinjska Bistrica - PSM	garsonjera		- Čatež - Grmada	hišica	
- Bohinjska Bistrica - PSM	garsonjera		- Dolenjske toplice - PSM	počit.obj.	
- Bohinjska Bistrica - Savica	dom		- Gozd Martuljek - SZ	dom	
- Čatež - Savica	hišica		- Gornji grad - Grmada	stanovanje	
- Čatež - SZ	hišica		- Kranjska gora - Grmada	garsonjera	
- Čatež - Nanos	hišica		- Kranjska gora - Grmada	stanovanje	
- Čatež - Grosist	hišica		- Kaninska vas, Bovec - Nanos	stanovanje	
- Čatež - PSM	hišica		- Kaninska vas, Bovec - PSM	stanovanje	
- Kranjska Gora - Dolomiti	garsonjera	2	- Ljubelj - Preskrba Krško	dom - soba	
- Kranjska gora - Grosist	stanovanje		- Lisca - Sevnica	hišica	
- Kranjska gora - Grosist	garsonjera		- Piran - Golovec	dom	

Tudi nekateri objekti na slovenskih tleh so v zelo slabem stanju. Tako se lahko zgodi, da nekaterih ne bo mogoče uporabljati.



**Nič kaj prijazen
izgled počitniškega
doma v Piranu.**



BAROČNI TAPISERIJI - ZGODBA O DRUGAČNEM DONATORSTVU

Pokrajinski muzej Ptuj je 14. marca letos javnosti predstavil Mercatorjevo donacijo - dve dragoceni baročni tapiseriji.

Tapiserije so umetniški izdelki tkalcev. To so nekaj kvadratnih metrov velike upodobitve mitov, pripovedk in drugih zgodb ali posameznih prizorov, ki so burili domišljijo in življenje ustvarjalcev in uporabnikov. Tja do konca 18. stoletja so bile nepogrešljiv del opreme gradov in premožnejših mestnih palač. Tudi na Slovenskem, zlasti na Štajerskem, so stene plemiških domov prekrivale dragocene tkanine, ki so jih tkali v velikih evropskih manufakturah (ročnih tkalnicah). Najbolj so slovele francoske in belgijske tkalnice.

Dragocenost teh tkanin se meri po njihovem izvoru - od francoskih so dragocenejše bruseljske tapiserije. Deset tapiserij obeh izvorov z začetka in konca 17. stoletja hranijo v ptujskem Pokrajinskem muzeju. V nekaj zadn-

jih letih se je muzejska zbirka tapiserij povečala s tapiserijama, izdelanima po predlogah slikarja Franceta Miheliča, tri tapiserije, ki so bile v začetku 20. stoletja stlane v ljubljanskem Kranjskem zavodu za umetniško tkanje, pa je muzej odkupil leta 1995. Kranjski zavod za umetniško tkanje je bil prvi slovenski in hkrati drugi atelje za umetniško tkanje v Avstroogrski. Tega leta pa sta se na antikvitetnem trgu pojavili tudi dve baročni tapiseriji (barok je evropski umetnostni slog v 17. in 18. stoletju). Izziv za ptujske muzealce.

Gospod Boris Miočimovič, takratni direktor Pokrajinskega muzeja, se je v iskanju denarnih virov za nakup, obrnil tudi na družbo Mercator-SVS, Ptuj. Iz sprva ponujenega zgolj čisto donatorskega aranžmaja, se je obliko-

vala drugačna in za obe strani vabljivejša oblika sodelovanja. Družba Poslovni sistem Mercator in družba Mercator-SVS, sta kupili obe tapiseriji, eno podarili ptujskemu muzeju, druga pa je ostala v Mercatorjevi lasti in bo v hrambo in strokovno skrb zaupana muzeju. Obe tapiseriji sta zaradi poškodovanosti potrebni temeljitih restavratorskih posegov, ki jih bo v nekaj letih opravil muzejev restavratorski atelje za tekstil. To je bil tudi verjetno razlog, da niso zašle v roke individualnih zbiralcev starin ali celo čez mejo. Ptujski muzej s svojo restavratorsko ekipo je bil prav zaradi te okoliščine edini resnejši kupec.

In od kod sta tapiseriji? Njunega pravega izvora še ni mogoče določiti, saj na nobeni ni oznake tkalnice, prav tako pa ni sledi, od kod naj bi prišle v roke

prodajalcu. Znano je le, da so v roke njegovih prednikov prišle med obema vojnoma in da so bile kupljene pri znanem ljubljanskem antikvarju Krtini. Domneva se, da je bilo njuno prvotno nahajališče na katerem od slovenskih gradov. Grajski posestniki so namreč med obema vojnoma zaradi denarnih stisk prirejali številne razprodaje grajske opreme. Po prvi oceni bi tapiseriji lahko sodili v drugo polovico 17. stoletja, predstavljata pa mitološki ljubezenski prizor in skupino figur pred arhitekturo. Slednja je zanesljivo del prvotno večje serije.

Po dogovoru med muzejem in Mercatorjem bo "ljubezenski prizor" v lasti ptujskega Pokrajinskega muzeja, "fig-

uralni prizor pred arhitekturo" pa bo ostal v lasti Mercatorja, razstavljen in hranjen v muzeju z oznako lastništva družbe Mercator-SVS in Poslovnega sistema Mercator. Obe tapiseriji bosta pred in po restavratorskih delih na ogled v galeriji Mercator.

In zgodba o drugačnem donatorstvu? Ta kaže, da čisto donatorstvo le ni edini način, kako naj gospodarska družba prispeva k ohranitvi narodove kulturne ali druge dediščine. Izvirna oblika, ki sta jo našla ptujski muzej in Mercator, je v obojestransko in splošno družbeno korist. Vsak od partnerjev je prispeval svoj delež - muzej restavratorska dela, Mercator sredstva za nakup ter pridobil v last eno od umetnin.

Oba skupaj pa sta prispevala k ohranitvi in predstavitvi drobnega, toda dragocenega delčka kulturne dediščine, javnosti.

Ob predstavitvi novih pridobitev ptujskega muzeja je bila tudi krajša tiskovna konferenca, na kateri sta predstavnika donatorjev, predsednik Mercatorjeve uprave Kazimir Živko Pregl in generalni direktor družbe Mercator-SVS, Stanislav Brodnjak, poudarila vpetost Mercatorja v slovenski prostor ter željo in pripravljenost za spodbujanje kulturne rasti okolij, v katerih Mercator mora in želi ostati ali šele postati najboljši sosed.

Vesna Bleiweis



Z leve proti desni: Eva Ilc, strokovnjakinja za restavratorske posege na tapiserijah, Živko Pregl, Marjeta Ciglijenečki, direktorica Pokrajinskega muzeja Ptuj in Stanislav Brodnjak. Na tiskovni konferenci je gospa Eva predstavila delo restavratorskega ateljeja za tekstil, gospa Marjeta morebitni izvor darovanih tapiserij, gospoda pa seveda najboljšega soseda.



Harmonikar, Butalci, coprnice ...



Prebranje nagajencev M kartice.

Pogovor z udeleženci avtobusa zvestobe.



SEJEM KULINARIKE

Znana ljubljanska pomladanska sejemska prireditelj Alpe Adria se je razdelila na več vsebinsko zaokroženih sejmov. Med njimi tudi na sejem ALPE ADRIA KULINARIKA, na katerem so sodelovale predvsem Mercatorjeve proizvodne družbe. Prvi teden v aprilu smo se torej posvetili zapeljivosti hrane.

Oljarica, Mercator-Emba, Mercator-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, Mesnine dežele Kranjske, Mercator-Pekarna Grosuplje, Gorenjska mlekarna, Mercator-KZ Krka, Mercator-PC Sadje zelenjava ter uvozni sektor obvladujoče družbe, so obiskovalcem sejma pokazali proizvodne novosti in "železni repertoar". Vrsta poskusov je v mesto Mercator privabila številne obiskovalce. Predvsem pa jih je privabilo živahno dogajanje v tem majhnem mestu.

Voditelj vseh prireditev Mile Bitenc je vabil h kolesu sreče, odkrivanju in vrsti družabnih iger, ki so srečnejšem prinašale nagrade. Najmlajšim obiskovalcem je Mercator-Emba podarila lutkovno predstavo o psičku Tobiji. Poskrbela je tudi za nagrade in gručice malčkov so razposajeno hrustale zdrave, mladeži primerne izdelke. Za najbolj razgibano dogajanje je bilo prav gotovo poskrbljeno na dan, ko so mesto Mercator obiskali člani Kluba M kartice. Mercator je v goste povabil lastnike M kartice s postojnskega in cerkniškega konca, ki jih je izbral žreb. "Avtobus zvestobe" jih je že v dopoldanskih urah pripeljal pred Mercatorjevo poslovno stavbo. Tu so jih sprejeli predstavniki službe M kartice, ki jo po novem vodi mag. Zdenka Ban-Fischinger. Krajša predstavitev Mercatorja, delovanja službe ter pogovor o tem, kako kartico Mercator kar najbolj približati kupcem, kosilo in ogled ljubljanskih znamenitosti, in že se je dan nagnil v popoldanske ure. Takrat so se gostje zbrali v mestu Mercator in pokazali, kakšne znamenitosti so prišle z njimi. Slivniške coprnice, Butalci, pevci in godbeniki... Na majhnem prireditvenem prostoru je v miniaturi zaživel cerkniški karneval. Ob tej sejmski prireditvi je nagajevanje imetnikov kartice tradicija. Med imetniki je sreča tokrat izbrala 11 posameznikov, dvanajsto nagrado pa predstavlja "sedež na avtobusu zvestobe". Na kartični račun si bodo dobropise pripisale: Zlata Kušar iz Ljubljane 150.000 tolarjev, Kristina Koritnik iz Polhovega gradca 100.000 in Nada Kulovec iz Spodnjih Ivanjcev 50.000 tolarjev. Ostale nagrade v obliki izdelkov so romale po vsej Sloveniji.

Slabost letošnjega sejma je bil gotovo čas, v katerem je odprl vrata. Po velikonočnih praznikih so denarnice kar dobro izpraznjene, ob sobotah in nedeljah pa v Ljubljani praktično ne vidiš žive duše. Toda organizator - Ljubljanski sejem se za pripombe razstavljalcev ni dosti menil. Sejem je bil, vendar z njegovim izkupičkom, vsaj Mercatorjevi razstavljalci niso preveč zadovoljni. So pa zadovoljni s tem, da so obiskovalcem povedali, kje vse se njihovi izdelki prodajajo. O tem, koliko konkretnih novih poslov jim je sejem prinesel, še nimamo podatkov.

DA BI KUPCI BOLJ ODVEZALI MOŠNJIČEK

Stagniranje gospodarstva in prodor ameriške konkurence silita evropske trgovce v izboljševanje storitev. V Oberhausnu, središču industrializirane Nemčije, vlak ali avtobus vsakih 90 sekund pripelje reko potencialnih kupcev v velikanski nakupovalni center Centro.

Nakupovalne navade Nemcev in tudi Evropejcev se spreminjajo. Dnevne nakupe pri mesarju, prodajalcu sadja in zelenjave, počasi zamenjujejo tedenski nakupovalni izleti v nakupovalne "super centre" izven mest.

Kaj vse počno trgovci, da bi pri njih kupovali z veseljem in zadovoljstvom: trgovci se na posebnih tridnevnih seminarjih učijo umetnosti nasmeha, obnašanja, vzpostavljanja stika s kupci... Obenem pa je prodajna ponudba celovita in kupcu postreže z vsem - od preprostih in tradicionalnih klobasic, do vrhunskih in dragih penečih vin. Med nakupovanjem skrb za najmlajše prevzame "Kinderland". Vse je torej namenjeno privlačnosti, kakovosti in celovitosti storitve.

Zaradi upadanja nakupov in naraščajoče konkurence, evropski trgovci iščejo nove, inovativne načine, s katerimi si utirajo pot do denarnic kupcev. Glede na ostra določila evropskih zakonodaj, ki že dolgo omejujejo trgovce, so se le-ti morali domisliti novih načinov, s katerimi bi zadržali kupce.

Prodaja v trgovini na drobno povsod v Evropi stoji. Verige prodajaln, blagovnice in hipermarketi so v letu 1996, tako pravi poročilo OECD, prodali manj kot pred tremi leti. Tudi Evropska unija za preteklo leto poroča o padcu osebne potrošnje, ki naj bi tudi letos ohranila zmanjšani obseg.

Na evropskem trgu se vseh bolj množijo ameriški konkurenti. V borbi proti invaziji ameriških tekmecev se nekateri evropski trgovci združujejo z njimi, drugi pa jih v svoji ponudbi posnemajo.

Konkurenca sili k inovativnosti - konkurenca je trgovce prisilila k vse bolj inovativnemu razmišljanju o storitvah, namenjenih kupcem. Tako so kupci v francoski blagovnici Galeries Lafayette lahko pred božičnimi prazniki oddali pisma svojih otrok, namenjena Božičku. Kasneje pa so se vrnil po že zavita darila. Italijanska veriga supermarketov SMA je ob božičnih praznikih pripravila naslednjo domislico: za malo manj kot 6.000 SIT so kupcem dostavili na dom popolno božično večerjo (izbor je vključeval celo jastoga). Tesco, številka ena med britanskimi verigami supermarketov, med prazniki sploh ni zaprla vrat svojih prodajaln.

Ena od strategij za povečanje prodaje se ukvarja z vprašanjem, kako iz obstoječih kupcev iztisniti čim več denarja. Tako trgovci na drobno v svoj poslovni portfolio vse bolj vključujejo tudi finančne storitve. Pri Marks &

Spencerju so s tovrstnimi storitvami pričeli sredi osemdesetih let. Sedaj pa prav tovrstne storitve predstavljajo njihovo najhitreje rastočo dejavnost. Tudi druge največje britanske verige supermarketov sledijo temu primeru. Sainsbury Stores je v povezavi z Abbey National objavil zanimivo ponudbo za svoje kupce: denar, ki je deponiran za nakup izdelkov za vsakodnevno potrošnjo, prinaša 5% obresti. Tudi dve največji britanski verigi v trgovini na drobno Tesco in J. Sainsbury ponujata podobne storitve; slednja je celo zaprosila za dovoljenje za opravljanje bančnih poslov.

Ena od največjih sprememb v evropski trgovini zadnjih let je povezana z naraščanjem števila velikih nakupovalnih centrov izven mestnih središč. Še bolj aktualna pa postaja elektronska prodaja. Kot načina neposredne prodaje se je poslužujejo švicarski Nestle, francoski La Redoute Catalogue in nemška Quelle Schickendanz.

Bolj tradicionalen način pridobivanja tržnega kolača pa je konsolidacija in prevzemanje podjetij. Tako trgovske družbe pridobijo mrežo prodajaln na določenem območju. Na ta način se je na območju severovzhodne Francije z nakupom družbe Grands Magasins Bouriez razširila družba Carrefour, na Nizozemskem pa sta podobno taktiko ubrali verigi supermarketov De Boer in Albert Heijn.

Evropski kupci, vsaj tako kažejo izsledki raziskav, cenijo prijaznost prodajnega okolja. Ko bodo spoznali in tudi verjeli, da trgovci presegajo sami sebe v želji, da bi jim ustregli in jim olajšali nakupe, bodo morda tudi bolj na široko odprli svoje mošnjičke.

Med prijemi, na katere stavijo evropski trgovci, so najpomembnejši:

- daljši delovni čas;
- kar najbolj bolj prijetne, funkcionalne in estetske prodajalne;
- odličnost storitev.



Mateja Jesenek

(Business Week, Jan 20, 1997)

Prevedla in priredila: Mateja Jesenek

ZAVAROVALNICA MERCATOR - ZA RENTO IN DODATNO POKOJNINO

Pokojninski sistem se bo v naslednjih letih bistveno spremenil, socialne pravice se bodo, sodeč po napovedih, skrčile. Zavarovalnica Mercator je pripravila in še pripravlja vrsto zavarovalnih sistemov, torej zavarovanci lahko že sedaj poskrbijo za svojo prihodnost.

Predstavljamo vam nekaj odgovorov na najpogostejša vprašanja zavarovancev in nekatere zavarovalne sisteme. Bodite radovedni tudi vi in zavarovalnico pobarajte o vsem, kar vas v zvezi z njeno ponudbo zanima.

Želeli ste vedeti

Ali je med potekom zavarovanja mogoče spreminjati zavarovalne pogoje?

Med potekom zavarovanja se lahko spreminjajo naslednji zavarovalni pogoji: višina premije, višina pokojnine, rente ali zavarovalne vsote, zavarovalna doba, doba izplačevanja. Rentno zavarovanje in zavarovanje za doživetje je možno spremeniti v pokojninsko zavarovanje; obratno ni mogoče. Prehajanje na posamezne sisteme znotraj rentnega zavarovanja je možno.

Najnižji in najvišji možni znesek mesečnega vplačila?

Najnižnji in najvišji znesek vplačila ne obstojata. Obstojata samo najnižja pravica (renta, prostovoljna pokojnina), ki mora dosegati vsaj 50 DEM mesečno. Ustrezno temu znesku se izračuna tudi zavarovalna premija.

Ali med pogoje zavarovanja (varčevanja) sodi tudi udeležba na dobičku zavarovalnice?

V primeru, da ima zavarovalnica dobiček, se 90 % letno ugotovljenega dobička razdeli med zavarovance.

Ali so ponujeni sistemi oziroma načini zavarovanja pogojeni s starostjo zavarovanca?

Sklenitelj lahko zavaruje zavarovanca že ob rojstvu in vse dokler ne preseže starosti 70 let. Zavarovanec ne more prejemati rente pred dopolnjenim 10. letom starosti.

Ali ima zavarovalnica različna cenika glede na spol zavarovanca?

Da.

Kako je z dedovanjem?

Deduje se lahko:

- matematična rezervacija in dobiček v primeru smrti zavarovanca v zavarovalni dobi, če je sklenjeno zavarovanje z vračanjem matematične rezervacije;
- mesečna renta do predvidene starosti zavarovanca 78 let, če ta umre pred 78. letom in je zavarovan za izplačilo po

smrti do 78. leta;

- zavarovalna vsota, če je bil zavarovanec dodatno zavarovan za primer smrti.

Kakšni so pogoji za odkup in prekinitev zavarovanja in koliko v tem primeru izplačate zavarovancu?

Zavarovanec lahko odkupi vložena sredstva po poteku dveh letne karentne dobe. Izplačane dobi vse vplačane premije, zmanjšane za stroške zavarovalnice, obrestovane z obrestno mero, ki se v primeru odkupa prizna zavarovancu.

Ali ima zavarovanec v primeru, da je sklenitelj zavarovalne pogodbe podjetje, pri katerem je zavarovanec zaposlen, popust pri plačevanju zavarovalne premije?

Načelno da, vendar pri skupinskem zavarovanju.

Je vplačilo zavarovanja tudi davčna olajšava?

Trenutno ni, vendar se zavzemamo, da bi se prostovoljna vplačila upoštevala kot posebna davčna olajšava pri vsakoletni davčni napovedi. Ko pa bo zavarovanec prejemal rento ali prostovoljno pokojnino, bo od odmerjenega znaska moral plačati tudi dohodnino oziroma davek.

Prednost zavarovanj, ki jih nudi Zavarovalnica Mercator v primerjavi z istovrstnimi ponudbami konkurenčnih zavarovalnic?

Zavarovalnica Mercator ima zagotovljen mehanizem ohranjanja s pogodbo dogovorjene pokojnine ali rente tudi za primer, ko se povprečna življenjska doba zavarovanca podaljša. Njena prednost je predvsem v konkurenčnih naložbah in nizkih obratovalnih stroških, kar zagotavlja visok dobiček. Zavarovalnica ima razvito računalniško podporo za sklepanje zavarovanj po osebni shemi. Tako lahko zavarovanec oblikuje sklenitev takega zavarovanja, ki najbolj ustreza njegovim zahtevam oziroma lastnostim.

Rentni premijski sistemi

- 0 - 2** periodična vplačila z možnostjo vračanja matematične rezervacije v primeru smrti v zavarovalni dobi, z dosmrtno rento;

- 0 - 3** periodična vplačila z možnostjo vračanja matematične rezervacije v primeru smrti v zavarovalni dobi, z dosmrtno rento in izplačili po smrti do 78. leta
- 0 - 5** periodična vplačila z možnostjo vračanja matematične rezervacije v primeru smrti v zavarovalni dobi, z rento za določen čas;
- 0 - 8** polog z dosmrtno rento;
- 0 - 9** polog z dosmrtno rento in izplačili po smrti do 78. leta
- 0 - 10** polog z rento za določen čas;
- 0 - 11** polog z odlogom z dosmrtno rento - v primeru smrti v času odloga matematična rezervacija pripada upravičencu;
- 0 - 12** polog z odlogom z dosmrtno rento in izplačili po smrti do 78. leta, v primeru smrti v času odloga matematična rezervacija pripada upravičencu;
- 0 - 13** polog z odlogom z rento za določen čas, v primeru smrti v času odloga matematična rezervacija pripada upravičencu.

Vsak od rentnih premijskih sistemov ima lahko dodano zavarovanje za primer smrti ali pa tega dodatnega zavarovanja nima. Doba vplačevanja in obdobje zavarovanja je pri zavarovanju za primer smrti enaka kot pri rentnem zavarovanju. Zavarovalna vsota za primer smrti ne more preseči dvakratnika matematičnih rezervacij ob izteku zavarovalne dobe. Pri pologu z odlogom so možna dodatna periodična vplačila v dobi odloga.

Prostovoljni pokojninski premijski sistem

- 1 - 1** periodična vplačila brez možnosti vračanja matematične rezervacije v primeru smrti v zavarovalni dobi, z dosmrtno prostovoljno pokojnino po upokojitvi;
- 1 - 8** polog z dosmrtno prostovoljno pokojnino brez odloga;
- 1 - 11** polog z odlogom z dosmrtno prostovoljno pokojnino, v primeru smrti v času odloga matematična rezervacija pripada upravičencu.

Vsak od treh prostovoljnih pokojninskih premijskih sistemov ima lahko dodano zavarovanje za pridobitev prostovoljne pokojnine družinskim upravičencem za primer smrti ali pa tega dodatnega zavarovanja nima.

Vrste prostovoljnega pokojninskega zavarovanja za primer smrti:

- 1 - 0** ni zavarovan za primer smrti;
- 1 - 1** zavarovanje za primer smrti v celotnem obdobju zavarovanja; družinski upravičenec dobi rento, ki se določi iz zavarovalne vsote glede na starost ob nastopu zavarovalnega primera.

Doba vplačevanja je vezana na pokojninsko dobo,

plačevanje prostovoljne pokojnine pa na status upokojenca oziroma družinskega člana upokojenca po "Pokojninskem zakonu".

Zavarovalna vsota za primer smrti se ne more izplačati drugače kot prostovoljna družinska pokojnina. Pri tem zavarovalna vsota ne more preseči dvakratnika matematičnih rezervacij ob zaključku zavarovalne dobe.

Pri pologu z odlogom so možna dodatna periodična vplačila v dobi odloga.

Premijski sistem za doživetje

- 2 - 06** periodična vplačila brez možnosti vračanja matematičnih rezervacij v primeru smrti v zavarovalni dobi z izplačilom zavarovalne vsote ob doživetju;
- 2 - 07** periodična vplačila z možnostjo vračanja matematičnih rezervacij v primeru smrti v zavarovalni dobi z izplačilom zavarovalne vsote ob doživetju;
- 2 - 14** polog z odlogom z izplačilom ob doživetju, v primeru smrti v času odloga matematična rezervacija pripada upravičencu.

Vrsta zavarovanja za primer smrti:

- 0** ni zavarovan za primer smrti;
- 1** zavarovanje za primer smrti v celotnem obdobju zavarovanja.

Doba vplačevanja in obdobje zavarovanja je pri zavarovanju za primer smrti enako kot pri rentnem zavarovanju. Zavarovalna vsota za primer smrti ne more preseči dvakratnika matematičnih rezervacij ob zaključku zavarovalne dobe.

Pri pologu z odlogom so možna dodatna periodična vplačila v dobi odloga.

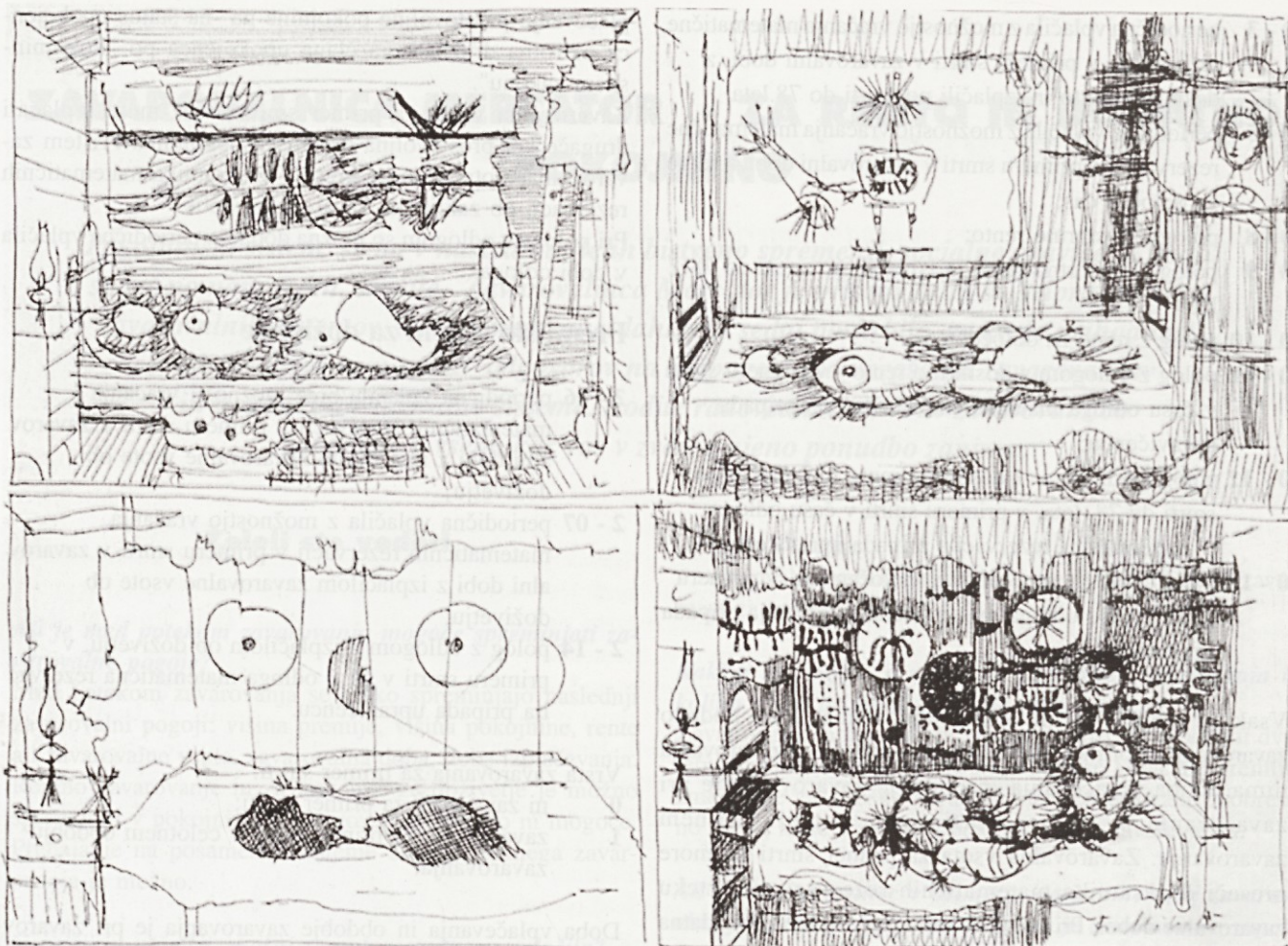
Sposobnost za zavarovanje

1. Sklenitelj lahko zavaruje zavarovanca že ob rojstvu in vse dokler ne preseže starosti 70 let. Zavarovanec ne more pričeti prejemanja rente pred dopolnjenim 10. letom starosti.

2. Pokojninsko se lahko zavaruje:

- oseba, ki je v delovnem razmerju, podjetnik-obrtnik ali oseba s statusom samostojnega kulturnega delavca;
- oseba, ki je prijavljena na zavodu za zaposlovanje kot iskalec zaposlitve;
- študent po programu, ki ga je sprejel Svet za visoko šolstvo Republike Slovenije in ki je bil razpisan po veljavnih pogojih za razpis dodiplomskih in diplomskih programov.

Dodatne informacije vam bodo posredovali v Zavarovalnici Mercator, Ciril Metodov trg 1, Ljubljana, telefon: 061/132-23-48, 133-52-50, 133-51-11, 168-32-92.



France Mihelič: Metamorfoza Dafne II, tuš.

V ČAST NESTORJU SLOVENSКИH SLIKARJEV

Razstava del akademskega slikarja **Franceta Miheliča**, nestorja slovenskih slikarjev, je v Galeriji Mercator že njegova druga predstavitev, tokrat risb.

O risbi, kot rdeči niti slikarjevega ustvarjalnega opusa, je na otvoritvi razstave spregovoril kritik Marijan Tršar.

"Pisati ali govoriti o Miheličevih risbah pomeni pisati o bistveni, pa tudi najbolj izstopajoči izrazni prvini njegovega likovnega izpovedovanja. In to ne samo o risbi tistega najširšega spektra, ko se v pasovni ritmičnosti že močno približuje slikarstvu, ampak v njeni najbolj izčiščeni, najbolj prvobitni značilnosti tekoče črte, ki kot drobna nit vleče gledalčevo oko v umetnikove čarovnije mehkih, čustvenih vijug, stvarnih premic ali ostrih, kar bolečih zalomov. Takšno, Miheliču vrojeno risarstvo, ki ga ne moremo prezreti v nobeni njegovih slogovnih faz, v nobeni njegovih izvajalskih tehnik - srečujemo ga v risbah, slikah in grafikah - kot rdeča nit

osebnega rokopisa povezuje vse formalne in vsebinske premene v njegovem razvoju. Je na prvi pogled razpoznavno znamenje njegovega avtorstva, njegovega domišljenega, osebno interpretiranega sveta."

"Zato pričujoča razstava ni običajna počastitev ljubiteljev Miheličeve umetnosti ob njegovih častitljivih letih, ampak predvsem njegovo darilo teh devetdesetletnih umetniških in življenjskih izkušenj, ki so se v razstavljenih risbah prelile v magistrale neuničljivega človeškega upanja.", še lahko preberemo v razstavnem katalogu.

Ob otvoritvi so se devetdesetim, še vedno ustvarjalnim letom umetnika, spoštljivo in iskriko priklonili predsedniki države Milan Kučan s soprogo, predsednik državnega sveta dr. Ivan Kristan, nekateri slovenski akademiki, umetnikovi stanovski kolegi, mnogi prijatelji in predvsem ljubitelji njegovih stvaritev. Pridružil se jim je slovenski oktet v stari sestavi.



Akademik France Mihelič in predsednik države Milan Kučan - iskriva sobesednika

Za razstavo je večino eksponatov ljubeznivo prispevala galerija Ars Fra-Ma.

France Mihelič se je rodil 27. aprila 1907 v Virmašah pri Škofji Loki. Po končanem učiteljskem študiju je študiral na Likovni akademiji v Zagrebu, služboval je kot profesor risanja v Kruševcu in na Ptuju. Leta 1943 je odšel v partizane. Po vojni je bil do leta 1970 profesor na Akademiji za likovno umetnost v Ljubljani, bil večkrat tudi njen rektor, od leta 1965 je član Slovenske akademije znanosti in umetnosti in član Accademie Fiorentina delle Arti del Disegno v Firencah. Od leta 1979 je zaslužni profesor Univerze v Ljubljani. Sodeloval je na številnih razstavah doma in v tujini ter za svoje delo prejel mnoga nacionalna in mednarodna priznanja. Živi in dela v Ljubljani.



France Mihelič: Konjenik, tuš

OBOŽEVALKE MOZARTA, HAPPENING, DOMAČE ŽIVALI, TIHOŽITJA IN BIOLOG

Odkar smo v našem časopisu nazadnje pisali o razstavah v Nanosovi galeriji, se jih je zvrstilo že pet.

Ob otvoritvi tretje razstave v likovni sezoni 1996/97 sredi novembra, so galerijo preplavile oboževalke Mozarta - krhke ženske figurice iz žgane gline. Njihova avtorica, leta 1926 v Krškem rojena akademska kiparka **Alenka Eržen-Šuštaršič**, je ena prvih, po drugi svetovni vojni na ljubljanski Akademiji za likovno umetnost izšolanih kipark. Njen kiparski opus predstavlja enega pomembnejših, na žalost pa še ne povsem pravično ovrednotenih prispevkov k široko razvejanemu in izrazno pestremu slovenskemu kiparstvu 20. stoletja. Po končanem študiju, je poleg umetniškega ustvarjanja, vse do svoje upokojitve delovala kot likovni pedagog. Za likovno-pedagoško delo je prejela več priznanj in nagrad. Priznanje njenemu delu sta s postavitvijo njene osme samostojne razstave primaknila tudi PC Nanos in Postojna.

19. decembra - šok ob otvoritvi četrte razstave v tej sezoni. Otvoritvenih togosti navajene obiskovalce, je s pravim happeningom presenetil leta 1957 v Kopru rojeni akademski slikar **Boris Benčič**. Leta 1979 je diplomiral na Akademiji lepih umetnosti v Benetkah. Happening, ki je sestavni del njegovega umetniškega izražanja in ustvarjanja, se je pričel z razstavo ducata slik ob poti do osrednjega dogajanja. Tiste,

ki so uspešno obhodili po poti nastavljene slike, so na stenah pričakali fotografski zapisi nastajanja slik. Benčičeva slika ni namreč gotova takrat, ko je poslikana, ampak šele takrat, ko avtor začuti, da je zares gotova. Tako včasih v fazi nastajanja ene slike nastane več slik, vmesne različice pa avtor prenaša na filmski trak in fotografije. Razstava v Postojni je pokazala segment Benčičevega dela, ki ni skoraj nikoli samo slikanje, ampak je pogosto povezano z drugimi mediji in oblikami izražanja. Udeleženci otvoritve so si lahko ogledali umetnikov film njegovem delu in pri tem ugotovili, da je pomemben del njegove ustvarjalnosti prepleten s seksualnostjo, s katere lušči tabuje in jo prikazuje z vseh, tudi najbolj bizarnih zornih kotov.

Poskus z razstavo ilustracij velike in slavne Marije Lucije Stupica, ki naj bi bila januarja, ni uspel.

Je pa Nanosova galerija spet odprla vrata 13. februarja, ko so bila na ogled dela akademskega slikarja **Božidarja Strmana - Miša**, ki živi in dela v Novi vasi na Blokah. Razstava v Postojni je bila njegova deveta samostojna razstava, sodeloval pa je na več kot 30 skupinskih razstavah. Njegov motivni svet je vsakdanje življenje - okolje, v katerem živi. Portreti domačinov, ki jih zapisuje v risbi so izraziti, pokrajina in upodobljene živali so barvno pripovedne, njegove grafične tehnike so precizne. Sicer pa si zbirko umetnikovih del lahko ogledate na stalni razstavi v penzionu Slamar v Novi vasi. Na prvi pomladni razstavi, odprti 13. marca, je slovenjegraški slikar **Jože Kramberger** predstavil 13 tihožitij. Kramberger je član Društva slovenskih likovnih umetnikov. Izučil se je za zidarja, potem pa še za tehničnega risarja. Za njim je več kot četrto stoletje ustvarjanja, ki tako v pristopu kot rezultatih presega ljubiteljsko ustvarjalnost. Imel je 53 samostojnih razstav, sodeloval je na 60 skupinskih razstavah. Poskušal se je v različnih slikarskih tehnikah, dokler se ni našel v oljni ter potrehtih in tihožitjih. Slednja so bila na ogled v Postojni; pri njih je poudarjena nota domačnosti in vsakdanjosti ter enkratnost ujetega trenutka. Zglede je umetnik našel v holandskem slikarstvu 16. in 17. stoletja.

Boris Gaberščik, štiridesetletni diplomirani biolog, ki se že enajst let kot samostojni kulturni delavec ukvarja s fotografijo, je konec marca z razstavo umetniške fotografije prebil led. Doslej je šestnajstkrat samostojno razstavljal doma in v tujini, sodeloval pa je na prav tolikih skupinskih razstavah. Njegove stvaritve je Moderna galerija v Ljubljani uvrstila v svojo stalno fotografsko zbirko. Komercialni fotografiji namenja barve, sive tone pa hrani za umetniško. Kot fotografa - umetnika ga zanima raziskovanje odnosov, ki se vzpostavljajo med nemimi stvarmi, zanimajo ga odnosi med stvarmi, ki so že zdavnaj izgubile svojo vrednost. Tisto, česar ni več in kar se ne bo nikoli več vrnilo, je zvesto in pripovedno ujeta na fotografijah.

V letošnjem delu razstavne sezone se bosta predstavila še akademski slikar **Darko Slavec** in **Ljerk Kovač**.
Matjaž Marinček



Boris Gaberščik na otvoritvi razstave fotografij v Nanosu



Zgodnje jutro v Andih. V ozadju stena Hunadoya, kjer poteka smer Oro del Inca.

INKOVSKO ZLATO

Utrinki o enem od mnogih vzponov slovenskih alpinistov v Andih so poleg intimnega doživljanja samega vzpona tudi prijeten zapis o Peruju - deželi legend o skrivnostnem inkovskem zakladu in njenih sedanjih ljudeh.

V Huarazu - andskem Zermattu

Stara indijanska legenda pripoveduje, da je poslednji vladar inkovskega cesarstva v zadnjih dneh pred dokončno zmago španskih osvajalcev poskušal najti skrivališče za velikanski zaklad. Zlato je skrnil nekje med visokimi vrhovi Andov za čase, ko se bosta spet povrnila nekdanja moč in slava inkovske države. Mnogi so že poskušali poiskati ta zaklad, a brez uspeha. Nekateri najbolj vztrajni so uspeli videti odsev zlata pod gorskimi vrhovi, a kdor se mu je poskušal preveč približati, se ni več vrnil v dolino...

Štirje obiski Peruja v zadnjih šestih letih so bili dovolj, da sem ob prihodu v gorsko mesto Huaraz počutili skoraj kot doma. Prijatelji so me pozdravljali na glavni ulici, lastniki gostilnic vabili na pijačo, kolegi iz agencij za organiziranje avanturizem pa skušali na vsak način izvedeti, kakšni so moji načrti v Cordillero Blanci.

Nihče me ni spraševal, zakaj se vedno znova vračam v te gore. Eden od razlogov je čisto praktične narave: vrhovi so dostopni brez raznih dovoljenj in zveznih oficirjev, tudi

nosačev ni potrebno najemati, tako da so nam perujski Andi kljub oddaljenosti razmeroma lahko dosegljivi. Drugi, pomembnejši razlog pa so lepe gore. In to zares lepe, take, ki so v konkurenci za najlepše vrhove sveta. Še zdaleč mi ni vseeno, če plezam na neko gmoto iz skal in ledu ali pa na enega od teh pravih, lepih in ošpičenih vrhov ...

Mesto Huaraz leži več kot 3000 metrov visoko sredi pogorja Cordillera Blanca in nekateri ga imenujejo tudi andski Zermatt, čeprav je med mestoma vsaj ena velika razlika - tisto v Alpah je precej bolj čisto in urejeno. Toda v Latinski Ameriki je pač treba to vzeti v račun in Huaraz je konec koncev v primerjavi s kakšnim Katmandujem še kar čisto mesto. Zato pa so ljudje poleg narave tisto glavno, kar daje tem krajem nek poseben čar. Že ob prihodu dobiš vtis, da jim ni vseeno, kako se boš počutil med njimi. Vrsta zgodb o poštenosti in gostoljubnosti domačinov kroži med gorniki. Tudi sam imam svoja tovrstna doživetja.

Sicer sem prišel v Ande plezat. Moj namen je bil preplezati novo smer sam, oziroma, kot pravimo alpinisti, opraviti solo prvenstveni vzpon. Severovzhodno steno šesttisočaka Huandoya sem prvič opazil pred tremi leti. Takrat ni bila preveč privlačna: čez celo steno se je vlekla rjava sled skalnega podora tik pod vrhom. Tudi zdaj se mi je sprva zdela preveč kopna in skalnata, nazadnje pa sem se le odločil, da poskusim. Stena sama bo pokazala, koliko bo treba tvegati. Če v visokih gorah plezaš sam, so največja

nadloga in nevarnost brez dvoma ledeniške razpoke. Njihova žrtev so bili tudi vrhunski plezalci.

Izkušnje z višino so me v preteklih letih naučile, da se za aklimatizacijo splača žrtvovati kak dan več. Nekaj ur zmerne vzpona vsak dan, nato postaviš šotor, pa še malo sončenja in razgibanja po okoliških skalah.

"Se vidimo jutri zvečer ..." se na predvečer vzpona skušam na hitro posloviti od nemških prijateljev, ki sta pravkar prispela v tabor ob jezercu pod Piscom in si sezuvala premočene gamaše.

"In če te zvečer ne bo nazaj?" hočeta vedeti.

Nekoliko sem v zadregi. Odgovor je znan, vendar nočem razmišljati ali razpravljati o njem, najraje bi ga odrinil nekam v kot: za jutrišnji dan ta možnost odpade, ne sme obstajati.

Sam v steni

Ko geš v steno sam, se ne sme zgoditi ničesar. Še posebej ne v Andih, kjer ni reševalnih služb, ni helikopterjev na razpolago, prijatelji pa ne morejo za teboj v težko steno. Zato mi je dan pred vzponom povsem jasno: če bom imel občutek, da nevarnost le za las presega mejo, ki se mi zdi še sprejemljiva, bom isti trenutek obrnil in pozabil na lepo steno in novo smer v njej.

Razdalja je na pogled majhna, pot pa vse prej kot prijetna: najprej sestop po kotalečih se granitnih kockah, zatem iskanje prehodov čez razbit ledenik, pokrit s kotalečimi se granitnimi kockami in končno vzpon na rob morene. Seveda po kotalečih se granitnih kockah. Vse sem pripravljen pretrpeti; da bo le v steni vse v redu... Na najvišji točki morene me razveseli raven prostorček, kjer se bo dalo prespati: očitno je bil nekdo tukaj že pred mano. Stena je od blizu videti vsaj nekoliko bolj prijazna kot izpod Pisca in vedno znova študiram vse mogoče prehode in variante.

Da, zdi se mi, da bo šlo... Na poti do bližnjega studenčka so kamni zloženi v nekakšen majhen oltarček inkovskemu božanstvu in za hip se ustavim: dobri ali zli duh, ne prosim te za pomoč, le ne jezi se preveč, če nepovabljen vdiram v tvoj svet...

Zvečer poslušam grmenje serakov in gledam zadnje žarke sonca v zgornjem delu zahodne stene Chacararaja, ki se dviga izza pobočij Pisca. Stena je izzivalna in že večkrat sem jo opazoval; poleg previsnosti in objektivnih nevarnosti jo odlikuje še gnila skala. V Huandoyu je skala vsaj od daleč videti dobra. Načrt vzpona je enostaven: če bo ledenik na dostopu dovolj varen, grem naprej, sicer ne; če grem naprej in bodo razmere v steni dobre, bom nadaljeval, sicer ne. Upam, da bo v skalni zapori vsaj eno mesto prehodno.

Trda noč je še, ko začnem iskati prehode v strmi in neprijazni skalni groblji, ki zgoraj prehaja v ledenik. Tudi na drugi strani doline vidim lučke; Pisco je prav gotovo ena najbolj obiskanih gora v Cordilleri Blanci.

Prvi problem je rešen, ko ob zori prečkam široko krajno poč; celo izbiram lahko med prehodi preko nekaj metrov širokega ledenega žrela. Led je odličen in hitro dosežem skalni pas, ki poševno od leve proti desni prereže ledeno steno. Na levi sami previsi, vse od francoske smeri in na desni ne kaže nič bolje Treba bo pogledati od blizu! Res, čisto na desni, že skoraj v stebru, se ponuja gladka, nekoliko previsna in ne preveč prijazna poč, ki pa obljublja lažje nadaljevanje nazaj proti levi navzgor. Presenetljivo dobro gre; včasih so plastični čevlji tudi v skali koristna obutev: nič ne boli, ko jih z brco zagozdiš v gladko granitno razpoko. Še dva, tri raztežaje nekoliko lažje skale in spet sem v dobrem ledu. Toda zgornji del stene je videti čuden, spominja me na greben sosednjega Chacararaja, kjer sem plezal prejšnje leto: ozek leden žleb izginja nekje med gobastimi seraki, za katerimi slutim vrh. In eden od serakov se je nagnil prav nad žleb, kot utrujen starec s širokim



Za pot do tegale jezera na višini 5300 m ni potrebnih prav nobenih alpinističnih izkušenj.

klobukom je videti. Toda, kako leto bo še vzdržal, ali vsaj kak mesec ali teden... pravzaprav: naj zdrži le en dan, vsaj še en dan, morda pa bi bilo dovolj tudi dve uri...? Žleb je ozek in strm, pravzaprav je bolj podoben ledenemu kaminu in v prvih trideset metrih ni prav nobene možnosti umika.

Sonce počasi postaja vroče. Le malo se je treba nagniti, da se s čelom dotaknem ledu v strmi steni. Ne, ne bom se umaknil od tukaj! Samotne plezalske avanture v najbolj divjih stenah danes niso več moj edini cilj - toda, ko stojim na konicah prstov ali derez, tedaj me še vedno vodi in usmerja ista skrita sila kot pred petnajstimi leti v prvih velikih smereh, in še vedno me spremlja tisti lepi občutek, da v steni zmorem natanko to, kar si želim... Kdo bi tedaj lahko odnehal tik pod vrhom tako lepe gore?

Pogled v modri očesi jezer doline Llanganuco globoko na drugi strani vrha je bil kot nagrada za preplezano steno. Nova smer v steni Huandoya se bo imenovala Oro del Inca, po naše Zlato vladarja Inkov, saj žarki prvega jutranjega sonca spremenijo njene skale in led v rumeno zlato. In njen krstni boter naj bo sosednji velikan Huascaran, ki se dviga visoko nad dolino in brez besed pripoveduje zgodbo vsem, ki jo želijo in znajo poslušati: da za eno preplezano steno pride druga in da za vsakim osvojenim vrhom čaka naslednji, še višji.

"De que pais?" "Eslovenija."

Že mnogo let preden sem prvič obiskal Ande, sem poslušal zgodbe o življenju in ljudeh v dolinah pod najvišjimi vrhovi. Prvi vtis pa je vseeno nepozaben.

Presenečenje v Huarazu so njegove diskoteke. Z evropskimi nimajo nič skupnega in čez dan so večinoma videti prav neugledne. Zvečer pa, ko v njih zaigrajo na svoje instru-

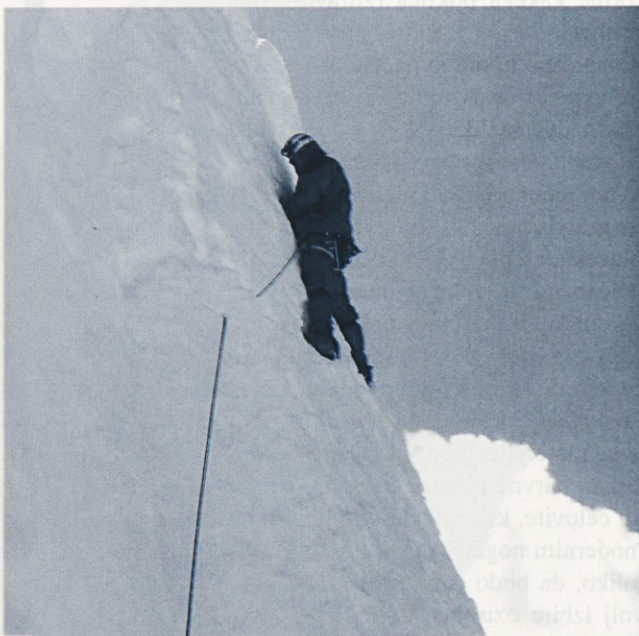
mente Indijanci izpod andskih vrhov, se spremenijo v center mesta. Glasbeniki so zares dobri, znajo ustvariti vzdušje in preden se dobro zaveš, si že del množice na plesišču in po nekaj pravih indijanskih plesih se noge zašibijo in prese- nečeno opaziš, da je v Peruju ne rabiš kondicije le za gore... Domačini te takoj sprejmejo medse in prvo vprašanje je navadno "De que pais?", iz katere države prihajaš. Ko jim pojasniš, da si iz "Eslovenije" (špansko govoreči prebivalci pred S na prvem mestu vedno postavljajo E), poznavalsko prikimajo, češ: seveda, kdo pa je ne pozna. Nato pa pogovor za vsak slučaj hitro obrnejo v kakšno manj zahtevno temo. Vendar je treba priznati, da smo si Slovenci v teh krajih res ustvarili poseben status, pa ne le zaradi sedanjega števila obiskovalcev: še ne dolgo tega, ko je Peru terorizirala maoistična organizacija Sendero Luminoso, smo bili praktično edini, ki smo si upali priti v Cordillero Blanco. Morda smo zato zdaj tam dobro zapisani. Sicer pa imaš že kot tujec določene prednosti: če v diskoteki prosiš dekle za ples, imaš le malo možnosti, da dobiš košarico; seveda pod pogojem, da nisi preveč podoben domačinom. Tako ni čudno, da so bile prav diskoteke moja priljubljena šola španščine, brez katere pa v Andih - tako kot v celotni Južni Ameriki - ne prideš prav daleč.

Pa tudi sicer se v Huarazu in okolici le težko dolgočasiš. Le nekaj kilometrov stran so kopališča s toplimi vreli, pa številni ostanki Inkovske kulture in idilične indijanske vasi, kjer življenje še vedno poteka kot pred stoletji. Prijetna klima kar vabi k potepanju po starih, z velikimi kamni tlakovanih poteh in včasih se ti zazdi, da čas tukaj le ne teče tako hitro kot smo ga navajeni v našem vsakdanjem življenju. Kako lepo je, če lahko uro vsaj za nekaj dni brez skrbi pospraviš v skrit predal nahrbtnika...

Pavle Kozjek



Diskoteka Huarazu



Sam v ledeni steni

ONOGAVIČENI IN OKRAVATENI MAČO

Tokrat se bomo v modnem kotičku ustavili predvsem pri moškem, malce pa tudi pri ženski, ki se včasih rada obleče v moškem stilu.

Pa začnimo pri moškem in to spodaj! Nogavice so tokrat v povečavi in čeprav gre za tako majhen in skoraj skriti del garderobe, ta ni nepomemben. Marsikaj bi se dalo reči na račun moških nogavic. Na račun prekratkih nogavic, ki pri prekrižanih nogah pokažejo tisto, kar bi morale skriti, na račun spranih, obledelih in tu pa tam stanjšanih nogavic, predvsem pa na račun neustreznih barvnih kombinacij, čemur tokrat posvečamo osrednjo pozornost.

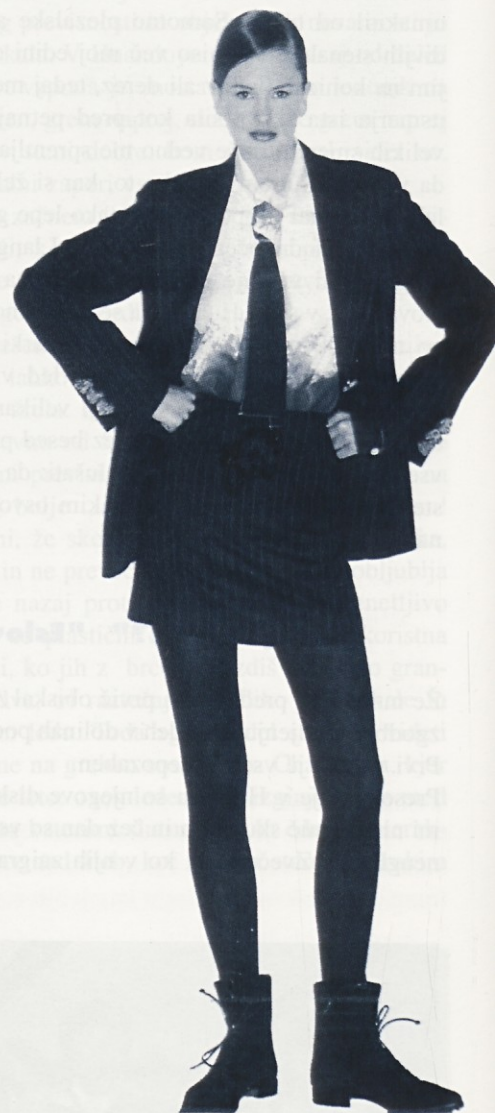
Moda ima sicer tudi pri nogavicah veliko besede, toda nikoli se ne more toliko zmotiti in užaliti dober okus, da bi predpisala bele nogavice, če slučajno ne gre tudi za bele hlače! In prav ta razvada se je razpasla med naše moške. Vsepoprek bele nogavice svetijo izpod takih in drugačnih hlač. Pogosto celo frotiraste ali debele bom-bažne, ki so namenjene izključno športu ali pa so del uniforme kakega poklica (zdravnik, na primer).

Za splošno uporabo pa je zlato pravilo nogavic: barvno naj se le za nianso ali dve razlikujejo od barve hlač. Ni treba posebej poudarjati, da morajo biti temu primerni tudi čevlji. Torej, ne gre, da nosijo naši moški ob bordo hlačah zelene nogavice, ob temnih hlačah svetlo sive in obratno. In če že moški ne znajo ali nočejo osvojiti tega pravila, jim moramo pomagati ženske. Saj smo verjetno tudi me tiste, ki nogavice kupujemo. Poiščimo naravne materiale, predvsem tanek bombaž in barvne nianse, vzorčke - delne ali celovite, ki so pika na "i" lepim in modernim nogavicam. Kupimo jih pa toliko, da bodo naši moški imeli dovolj izbire oziroma, da tudi če bodo hoteli, ne bodo mogli zgrešiti najprimernejše kombinacije.

In če se naši petelinčki ne smejo pobahati s pisanimi in vpijočimi barvami nogavic, se lahko postavijo s toliko bolj živahnimi barvami kravat. Tu ima fantazija prosto pot, saj moda poudarja intenzivne, kričeče barve in vzorce. Seveda sodi vpijoča kravata na mirnejšo srajco in obratno, dopustne pa so šokantne barvne kombinacije. Pomlad narekuje močne rumene, oranžne, pariško modre, jabolčno zelene in celo ciklamente s kombinacijami velikih izrazitih vzorcev.

Klasika, ki jo predstavlja temno modra, bordo, siva ali rjava kravata z manjšimi, diskretnimi vzorčki, pa ima tudi svoje stalno mesto in je primerna v vsaki situaciji. Toda za umirjen stil je vedno še dovolj časa, zato si za pomlad le privoščite nekaj lepega, sijočega okrasja okoli vratu. Da pa kravate, pa naj bo še tako lepa ali pa če je še tako vroče, ne nosimo na odpet ovratnik, je treba tudi upoštevati ...

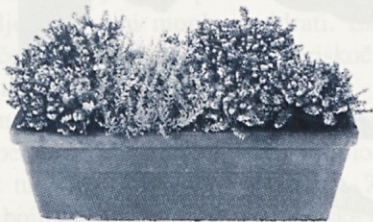
Kravate pa si ne nadenejo samo moški.



Prav lep dodatek je tudi ženski garderobi, kadar je le-ta v stilu "plavega angela" - torej, kadar ženskost poudarja skozi strožje, skoraj moško oblačilo. Hlačni ali klasični kostimi, srajčne bluze kar kličejo po kravati. Seveda mora biti ob strogosti in moški noti tudi nekaj nežnejšega, ponavadi je to vzorec srajčne bluze ali pa že samo nežnejša barva. Tiste, ki ne pozabijo na kravato, že poznajo prefinjene skrivnosti bodisi izražanja lastne osebnosti ali pa kar zapeljevanja.

Lidija Jež

Oksenske in balkonske rastline so po presaditvi začele rasti. Da bo njihova rast čimbolj čvrsta, jih moramo imeti na sončnem mestu. Temperatura naj ne bo previsoka. Na takšnem mestu jih bomo pustili še tja do 15. maja, ko mine nevarnost pozebe.



Sobne rastline so po presajanju prav tako že začele rasti. Redno jih pregledujemo, da lahko morebitne škodljivce pravočasno zatremo. Rastlinam z velikimi listi sproti odstranjujemo prah.



Vrste buč ali kumaric sadite v bližino kompostnega kupa, da bodo imele vse leto dovolj hrane. Zelo lepo rodijo tudi, če izkopano jamico napolnimo z gnojilom Biogren, humusom deževnikov Biobrazda ali pa z močnim kompostom. Semena lahko posadimo neposredno, ali pa jih v tako pripravljene jamice prenesemo iz lončkov.



Preden vrtnine presadimo, jih prej nekaj časa "utrjujmo", tople grede naj bodo tudi ponoči odkrite, če seveda ne zmrzuje. Tako se bodo rastline okrepile za zunanjo rast. Dan pred presajanjem je dobro rastline močno zaliti, tako se koreninski sistemi napojijo in

se zemlja pri presajanju ne osipa. Na ta način rastline ne doživijo prevelikega "šoka" in se na novem mestu hitreje ukoreninijo.



Zalivajte vedno zjutraj, da se rastline osuše, razen, če je vročina zelo huda. Tedaj je priporočljivo zalivanje tudi zvečer, venar le po zemlji, nikakor pa ne po rastlinah.



Rabarbari odrežite cvetne nastavke, da bo razvila bogate liste. Tako bo več pridelka.

Ob živih mejah in ob ograjah se je zagotovo že razrasla robida (*Rubus fruticosus*). Nabiramo liste, ki jih pustimo več dni v večjih kupih. Tako listi fermentirajo, dobijo rjavkast oprh in prijetno dišijo. Uporabimo jih v običajnih čajnih mešanicah s šipkovimi plodovi in meliso.

Preglavice z žabo

Zaradi zelene žabe iz močvirja v okolici Sydneja bodo morali spremeniti prvotne načrte za gradnjo objektov za olimpijske igre leta 2000. Zaščiteno redko žabo bo namreč varovala ograja, vredna 300.000 dolarjev. Organizatorji pa se že zdaj hvalijo, da gre za ekološko najbolj ozaveščeno prireditev na svetu.

Papagaj leta

Papagaj je v Angliji sam pojasnil svojo ugrabitev. Primrosa so ukradli prodajalki živali. Policija ga je našla pri nekem 40-letnem moškem, ki je zatrjeval, da je ptiča Bilija dobil za darilo. Na sodni obravnavi pa je Primrose pozdravil svojo lastnico s "Halo" in izgovoril celo njeno ime. Tat je dobil 15 mesecev zapora.



Še kravam prepovedali alkohol

Indonezijske muslimanske skupine, ki v zadnjem času stopnjujejo kampanjo proti uživanju alkoholnih pijač, nameravajo prepovedati ali vsaj strogo omejiti uporabo zvarke, ki ga kmetje že od nekdaj dajejo kravam, da bi imele več mleka. Napoj iz zdravilnih zelišč po starem izročilu izdeluje neka tovarna na Javi. Živali, ki jim ga dajejo, si menda tudi hitreje opomorejo po kotitvi, rejci pa celo trdijo, da so telički odpornejši in hitreje rastejo.

Edina pomanjkljivost zvarke, ki ga prodajajo pod imenom Anggur beranak je, da vsebuje tudi nekaj alkohola. Pravoverne in zadrte slamske skupine so zato začele neusmiljeno gonjo proti njegovi uporabi. V Indoneziji, kjer živi največ muslimanov na svetu, je alkohol uradno prepovedan, vendar je to doslej veljalo samo za ljudi. Zakaj celo kravji užitki tako zelo skrbijo fundamentaliste, pa ostaja skrivnost.



Hrana pred hrano

Na sprejemih in zabavah obstaja velika verjetnost, da se bodo ljudje preveč najedli že v prvih desetih minutah in predvsem jedli narobe. Ugotovili so namreč, da so ljudje na začetku živčni in lačni, kar je lahko nevarna kombinacija. Da bi preprečili nelagodje in s tem naval na hrano, strokovnjaki za hrano svetujejo pred banketom obrok, ki bi vseboval največ 160 kalorij. Pol ure pred zabavo pojedite trdo kuhano jajce in jabolko ter spijte kozarec vode. Ta prigrizek zadostuje za eno uro brezskrbnega počutja.

Popoprano življenje

Meso živali, ki so jih pred zakolom hranili z začimbami, ni le okusnejše, ampak ostane tudi dalj časa sveže. Tako trdi japonska družba Jamaguči. Meso se kvari, ker maščobe v njem oksidirajo in nastajajo kisline. Z zmrzovanjem proces sicer lahko upočasnimo, vendar še vedno ne dovolj. Nekatere začimbe pa naj bi imele antiseptični in zdravilni učinek. Zato so žitu, s katerim krimijo piščance, primešali muškatni orešček, poper, čili, papriko, klinčke in ingver. Skupina 22 ljudi je poskušala na ta način začinjeno meso in ga primerjala s tistim brez dodatkov, obenem pa so s tekočinsko kromatografijo nadzorovali stopnjo oksidacije v mesu. Meso piščancev, ki so zobali začinjeno žito, je ostalo sveže, pa tudi večina ocenjevalcev se je odločila zanj. Le tega ne vemo, kaj so si o novi dieti mislili piščanci.

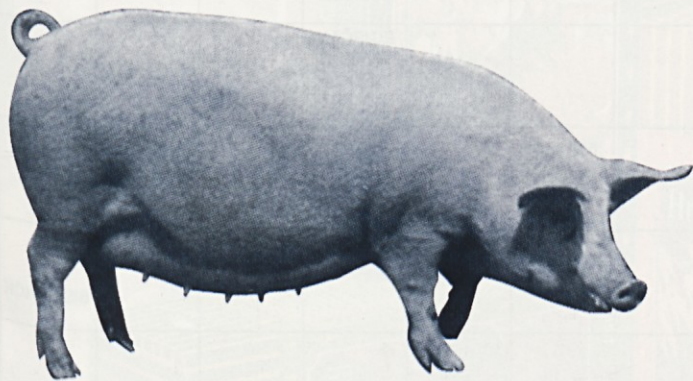


Greenpeace proti genskemu inženiringu

Trideset članov v Greenpeaceu je zasedlo del lizbonskega pristanišča, kjer se je hotela zasidrati ameriška tovorna ladja, ki je na Portugalsko pripeljala genetsko spremenjeno koruzo. Pet demonstrantov se je z verigami pripelo na rob pomola, štirje drugi pa so na motornih čolnih krožili okrog ladje, da se ni mogla zasidrati. Ekologi so vztrajali do večera, ko jim je na pomoč priskočila oseka - ladja tedaj ni mogla več pristati.

Ameriškim znanstvenikom je z genetskim inženiringom uspelo vzgojiti rastline z večjimi plodovi. Vendar ima novost tudi škodljive stranske učinke. Zahodni varuhi narave se bojijo, da bodo umetne genske spremembe povzročile večjo odpornost bakterij proti antibiotikom, škodljivci pa se bodo prilagodili pesticidom. Posledica bi bila čedalje večja uporaba sredstev proti mrčesu, s čimer bi še bolj obremenili okolje. Demonstranti so zato na bok ladje napisali: "Nič X-koruze!" **Znak "X" pomeni pridelan z genetskim inženiringom.** Koruza iz ameriške zvezne države Louisiana je bila namenjena za krmo živine. Portugalska policija je protest le opazovala in ni aretirala nikogar.

Raj za prašiče



Violet Sandres hrani svojega pujska Tonija kar v kuhinji. Inštitut v kraju Nieuw Scheemda na Nizozemskem je raj za prašiče. V njem raziskujejo možnosti za izboljšanje njihovega življenja in prirejajo pogovore z rejci. Razlagajo jim, da morajo imeti živali dobro hrano, čistočo in dovolj prostora in jim skušajo dopovedati, da tudi prašiči potrebujejo ljubezen. Nizozemska svinjereja se je v zadnjem času znašla v težavah, saj Evropska unija zaradi epidemije vročinske bolezni prašičev prepoveduje uvoz živih svinj iz te države. Tony je seveda zdrav in ima zato temu primeren tek.

Recept

Palačinke s korenjem

V Franciji so včasih ob svečnici prerokovali iz palačink in verjeli, da prinašajo srečo. Celo Napoleon je pred pohodom na Rusijo spekel pet palačink; zadnja mu je padla na tla in po tem je v Rusiji prve štiri bitke dobil, peto pa je izgubil.

Palačinke pa ponujajo veliko več, kot pa samo vero v srečo. Vsestranske so.

Dajemo jih v juhe kot zakuho z imenom fritati, so odlična predjed, obogatene z mesom ali zelenjavo, so nasitna glavna jed, ki jo dopolnimo s solato, s sadjem ali marmeladami pa je možno ponuditi nič koliko različnih sladici. Pomembno je tudi, kako pripravimo testo za palačinke. Dobro so le takrat, kadar ujamemo pravo razmerje med moko in jajci. Če dodamo namesto samega mleka tudi nekaj mineralne vode, je testo bolj rahlo. Počiva pa naj vsaj eno uro, da se moka lepo napne.

Za testo potrebujemo:

12 dag moka, 2 dag masla
2,5 dcl mleka, 2 jajci.

Za nadev potrebujemo:

30 dag korenja, 1 dcl smetane,
žličko masla.

Za preliv:

50 dag paradižnikov ali pelatov, 4 dcl
olivnega olja, 10 dag čebule, 2 stroka
česna, baziliko, sol in poper.

Iz sestavin zmešamo gladko testo za palačinke. Pustimo ga počivati. Potem jih spečemo in postavimo na toplo. Pripravimo omako. Na olju popražimo seseklano čebulo, nato stremo naribane paradižnike in začimbe. Kuhamo toliko časa, da se omaka zgosti. Nadev naredimo tako, da korenje skuhamo do mehkega in ga pretlačimo. Pire na maščobi med mešanjem segrejemo, stepemo smetano in jo umešamo v pire. S tem nadevom napolnimo palačinke, jih zavijemo in prelijemo z omako.

Andrej Remškar

NAGRADNA KRIŽANKA

NEMŠKI FILMSKI REŽISER (IME IN PRIIMEK, FILM "METROPOLIS")	KNJI- ŽEVNOST	PREBI- VALEC ASTRA- HANA	RUSKI UPORNIK V 17. STOLETJU	DRSALKA MAŠKOVA	STRAHO- PETEN BAHAČ V STAREJŠI FRANC. IN ITALI- JANSKI KOMEDIJI	ANTIČNA FANTA- STIČNA FIGURA	NASO- LJENE RIBJE IKRE	PISMENO POTRDILO	SIMBOL ZA RADU	FRANC. MESTO POD SEVENI	VERSKI MRAČ- NJAK	MAJHNA USTA	HRVAŠKI FILMSKI IGRALEC (SLAVKO)
STRIPOV- SKI JUNAK GORDON	4										3		
SRBSKO Ž. IME (IZ ČRK: SITAR)					KDOR SE MIRNO VDAJA V USODO								
ŠVICARSKI GRAFIK JOHANNES					SLIKAR ŠUBIC	8			ESTONCI				
					NORDIJ. BOGINJA				IVO ANDRIČ				
USTROJ IZ TREH ENOT													
PLINSKA ZMES ATMO- SFERE	11	5			SCHWARZ- KOBLEK RIJEKA					TELIČKA PO ŠTA- JERSKO			
NAŠ SKLA- DATELJ SAMOUK (IVAN)								GRŠKA BOGINA ZEMLJE	OTROŠKA IGRA S KARTAMI	CELOVŠKI HOKEJ- SKI KLUB		14	
ZNAMKA RAČUNAL- NIKOV (IZ ČRK: IRATA)					KORALNI GREBEN	DEL SMUČI	- RMI - GESLO FRANC. RE- VOLUCIJE			RISBA ZIIIP	MEDMET NAVELI- ČANOSTI	PISEC Z NRAVNO TEN- Denco	ORODJE ŽANJIC
REDOV- NICA	7				VAS JZ OD VIPAVE				13	REKA NA SEVERU NEMČIJE			
MEHKO BLATO NA DNU RIBNIKA					KRAŠKO VINO					EGIPČAN- SKI BOG SONCA		10	
					LAGO -- GARDA					ORODJE			
SESTAVIL JOŽE PETELIN	ZASTRU- PITEV S KISLINAMI				6+12			IVO LOJK STARO- GRŠKO MESTO			RECEPT MOČNO BELJENO PLATNO		
POVPREČNA DOLŽINA BESED V KRIŽANKI JE 5,22 ČRKE.		NAJDALJ- ŠA REKA NA SVETU				MESTO V ŠUMADIJI			9				---- VON BISMARCK
						PRIVID, FATA- MORGANA				1			
						RUDNINA TITANOV SILIKAT, SFEN							
						NAVDU- ŠENOST	15						
						LUKA V JUŽNI ITALIJI (VRATAI)							2

Iz črk na oštevilčenih poljih sestavite geslo, rešitve pošljite do 30. maja 1997 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. **Trem izžrebancem bomo nagrade poslali po pošti.**

Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Katarina Varga, Dolga vas 21a, Lendava; Kovačič Julči, Lapajnetova 13, 5280 Idrija; Božič Denis, Dražgoška 14, 4226 Žiri.

POMLADNI POZDRAV



Mercator
Emba

A photograph of a grand, ornate wooden double door set within a stone archway. The door features intricate carvings, including a central panel with a diamond pattern and four smaller panels on each side. Above the door is a decorative pediment with a central urn-like finial and symmetrical scrollwork. The entire structure is flanked by stone columns. The text is overlaid on the image in a white, italicized font.

Zavarovalnica Mercator, d.d.

*Kjer je tudi
zaupanje previdnost!*