

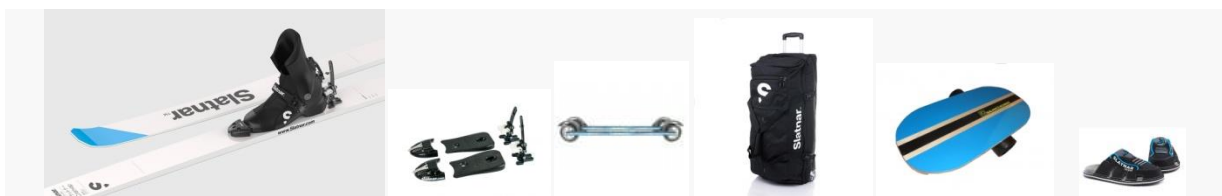
PROJEKTI IN TRŽNI SKOKI SKAKAKLNIH SMUČI SLATNAR

- **verjeti v zamisel, razviti zamisel, izdelati skakalne smuči po meri uspeha, izvesti projekte in uspešno obvladati čas -**

dr. Anton Hauc, dr. Gregor Hauc

Ko prebereš, preštudiraš, se seznaš, dobiš informacije o podjetju SLATNAR, o Petru Slatnarju, o njegovih sodelavcih, o uspehih, se prepričaš o izredni inovativnosti. Takrat spoznaš mejnike razvoja podjetja in načrtovane strateške cilje, ki so že sigurno določeni. Istočasno prebereš veliko o novih skakalnih smučeh, o kompleksnosti ponudbe pri prodaji smuči z vso dodatno opremo. Takrat spoznaš še ostale izdelke poleg skakalnih smuči. Vse to je mogoče dobiti v raznih intervjujih in člankih. Pravzaprav lahko prideš tudi v zagato, kaj sploh vprašati g. Slatnarja. Kontinuiran in hiter razvoj, izredno fleksibilno izkoriščanje priložnosti, obvladovanje tržišč in konkretnih kupcev ter še marsikaj, kar je povezano z razvojem, nam še pomembneje izpostavlja vprašanje, na kakšen način vse to uspeva podjetju z 14 zaposlenimi, kako obvladujejo vse projekte pri načrtovanju, pripravi in izvajanju tako različnih projektov?

Zgodovina nove zgodovine. Bralcem se opravičujemo za ta začetek. Zakaj smo to zapisali? Na spletni strani <http://www.slatnar.com/slap.html> lahko preberemo, da je bilo podjetje SLAP Peter Slatnar ustanovljeno leta 1972 z obrtjo za izdelavo kovinskih stružnih delov s konstantno poslovno rastjo, s stalno nadgradnjo tehnologije delavnice do uporabe najsodobnejših CNC strojev in vzporedno s tem je nastajalo vse več znanja in spretnosti. Podjetje izdeluje stružne in rezkane izdelke, polizdelke za avto industrijo, letalsko industrijo, kolesarstvo, elektroniko, belo tehniko ter razne izdelke za uporabo v športu. Po zaključku skakalne kariere Petra Slatnarja, sina g. Slatnarja, je podjetje razvilo program izdelkov za smučarski skakalni šport pod nazivi; SLATNAR WORLD CUP SMUČI, SLATNAR AIR CARBON VEZI in SLATNAR CARBON AIR ČEVLI.



Vsekakor je najodmevnejši projekt novih skakalnih smuči s »skokom« v sezono 2016/2017. In zakaj smo začeli ta odstavek z »zgodovina nove zgodovine«. S projektom razvoja in uveljavljanja novih skakalnih smuči ter že omenjenih ostalih izdelkov se na podlagi zgodovine razvoja podjetja SLATNAR piše nova zgodovina podjetja, nova zgodovina razvoja skakalnih smuči ter izdelkov, povezanih s smučarskimi skoki oz. smučanjem nasploh.

Na spletni strani podjetja <http://www.slatnar.com/> najdemo dve izjavi »naj« skakalcev, ki jih povzemamo. Povedo veliko, pravzaprav več, kot bi lahko mi.



Pri Slatnarju cenim, da nenehno iščejo izboljšave in razvoj se pri njih nikoli ne ustavi. Material, ki ga dobim in posluh za moje komentarje, mi omogočajo, da lahko svoj maksimum vedno premikam naprej.

Peter Prevc

Zmagovalec svetovnega pokala v smučarskih skokih in smučarskih poletih, svetovni prvak v poletih, prejemnik olimpijskih medalj



Najprej naj omenim, da je ključno, da ima ženski skakalni šport podporo tako inovativne blagovne znamke kot je Slatnar. Na osebni ravni mi Slatnarjeva oprema omogoča, da postajam boljša skakalka in svoje rezultate nenehno izboljšujem.

Sara Takanashi

Svetovna prvakinja in zmagovalka svetovnega pokala v smučarskih skokih

Vprašanja, ki bi jih radi postavili g. Petru Slatnarju (inovatorju, nosilcu razvoja izdelkov za skakalni smučarski šport, snovalcu projektov) bi lahko začeli z kdaj, kaj, kako, kje, na kakšen način, s kom itd.? Pa si sami postavimo vprašanje, zakaj bi pričeli s takšnimi vprašanji? Predvsem iz razloga, kako doseči takšen razvojni, uveljavitveni, tržni in skakalno uspešen skok, ki je redek v svetu. Je pa hkrati dokaz za sposobnost Slovenije, njenih posameznikov, skupin, podjetij, razvojnih sredin , tudi razvojne sredine, zbrane okoli g. Petra Slatnarja.



Peter Slatnar, direktor

Projekte, ki ste jih izvajali moramo povezati z mejniki rasti podjetja SLATNAR. Eden izmed pomembnih mejnikov pri razvoju vašega podjetja je po naši oceni vsekakor končanje vaše športne kariere kot smučarski skakalec. Posvetili ste se namreč razvoju izdelkov, ki so vezani na smučarski skakalni šport. Tu so izdelki smučarskih vezi, ki so doživele izreden tržni uspeh, potem program skakalnih čevljev, projekt prevzema nadaljnjega poslovanja in proizvodnje skakalnih smučí v Elanu. Sedaj je v teku projekt ali kar več projektov uveljavitve v svetu smučarskih skokov nove blagovne znamke smučí Slatnar World Cup. Nadalje širite paletu svojih izdelkov, vezanih na smučanje. Bralcem priporočamo, da si jih ogledajo kar na spletni strani <https://shop.slatnar.com/>. Slovite kot inovator, ki bi vas glede na vso to projektno dinamiko razvoja izdelkov poimenovali kar kot inovator brez spanja oz. inovator stalnih inovacij. Vas lahko tako naslavljamo? Ob vsej množici vprašanj, ki se nama porajajo ob tem, se bi omejila na naslednje: Kako se vam porajajo ideje o novostih, ki jih uvajate, o projektih, ki jih izvajate, o stalnosti razvoja novih izdelkov, ki je značilno za vas osebno in za vaše sodelavce?

Če želiš ustvariti nekaj posebnega, kar še ne obstaja in mora biti zanimivo za uporabnike, moraš imeti nekaj čisto svojega, inovativnega. Inovacije se porajajo s potrebami. Pri našem skakalnem športu je potrebno izdelek (smučo po domače) nenehno izpopolnjevati, izboljševati. Razlika med nami kot inovatorji in ostalimi inovatorji je v tem, da mi inovacijo realiziramo takoj, pri ostalih inovatorjih pa običajno ostane pri inovaciji, ker od zadaj nimajo realizacije oz. jo morajo iskati pri drugih. Če že kdo od ostalih realizira inovacijo, jo potem težko proda. Mi imamo vse troje.

Glede pojavljanja idej za moje proizvode moram reči, da ideje obstajajo vsepovsod okoli nas, samo potrebno jih je prepoznati, videti in seveda uspešno realizirati. Najboljše ideje dobimo iz človeškega telesa, od živali in predvsem iz narave.

Skušamo povzeti elemente, ki so bistveni za izreden uspeh vaših smučí in drugih izdelkov s področja skakalnega športa. Iz vaših intervjujev je možno razbrati marsikaj o novih tehničnih in drugih rešitvah samih smučí, o izdelavi smučí po »meri« skakalca ali skakalke, o minimalnem vzdrževanju smučí itd.. Vrstijo se uspehi Petra Prevca v sezoni 2015/2016, njegova odločitev in odločitev drugih tekmovalcev, da skačejo na vaših smučeh, nova oblika smučí itd.. Kaj bi popravili in dopolnili našem ugibanju o elementih uspeha vaših smučí? Kaj so konkurenčne prednosti vaši vezi, karbonski skakalnih čevljev?

Mogoče smo fizično čutili, da smo korak pred konkurenco, vendar moramo v glavi vedeti, da smo med konkurenco vsi usmerjeni v razvoj novih rešitev, novih inovativnih rešitev. Konkurenti imamo nenehno boj za ostanek na tem trgu. Vsak želi s svojim novim proizvodom vzeti kupce konkurentom. Kar se obstoječih smučí tiče, kaj bi spremenili? Vse bi spremenil, vse... To, kar imamo, je osnova za izboljšave, vendar ob tem čas teče zelo hitro in konkurenti moramo tekrovati med seboj. Iz te smučke smo se ogromno naučili. V eni smučí je toliko različnih materialov, toliko različnih funkcij delovanja, da si navaden človek niti ne more

predstavljati. V tem trenutku imamo že celotno letošnjo kvoto proizvodnje smuči na skladišču. Če smo kaj pozabili pri testiranju, izpustili kakšno podrobnost, se nam lahko zgodi, da bo celotna serija šla po gobe. V tej panogi je testiranje še kako pomembno. Zelo pomembno je tudi, da pri snovanju smuči skrbno načrtujemo vse predvidljive in nepredvidljive situacije, tveganja. Imamo snežno komoro, imamo zimsko testiranje, vendar to ni dovolj, da bi lahko prevarali moč narave.

Na kakšne načine ste prepričali trenerje in tekmovalce in smučarske zveze, da so se odločili za vaše smuči? Vaše podjetje se je uveljavilo z smučarskimi vezmi in smučarskimi čevlji, vendar doseči takšen »skok s smučmi« pa je presenetljivo. Zasedili smo, da je veliko izjav o kvaliteti in novostih v zgradbi smuči, ki pripomorejo k »bojšemu« skakanju? Kako so imenovani dobili to informaciji o tem in se tudi prepričali o vseh lastnostih nove smuči, projekt novih smuči od proizvodnje v Elanu je bil aktiviran lansko leto? Je bil to poseben projekt za vas? Enako vprašanje bi vam postavili tudi v zvezi z vezmi in karbonskimi čevlji.

Elan je aprila 2016 sporočil, da imam zelo kratek čas za razmislek, ali sem pripravljen prevzeti proizvodnjo njihovih skakalnih smuči, ker drugače namerava lastnik to linijo ukiniti. Šele sedaj se zavedamo, v kakšen posel smo takrat stopili. Brez mojih ljudi tega projekta ne bi mogel speljati. Sprva smo delovali udarniško, kasneje smo iz izkušenj rasli in že letos je bolj mirno. Vsak je nekaj vedel in vsak je nekaj dal k temu razvoju. Poleg te serije skakalnih smuči smo za razliko od konkurence šli v popolnoma drugačno (nasprotno) smer in razvijamo še tri nivoje smuči. Razvijamo prvo smučo, ki bo z elektroniko podprta. Čas bo pokazal, ali smo na pravi poti.

Smučarska proizvodnja (govorim za alpsko smučanje) je postala industrija. En smučar zahteva na sezono tudi po en milijon evrov, da vozi določeno znamko smuči. Pri smučarskih skokih je drugače. Mi ne damo nobenega denarja nobenemu tekmovalcu. Obljubljamo mu najboljšo smučo, ki jo drugi ne morejo (v tem trenutku) narediti. Moje vodilo je, da mora biti smuča SLATNAR najboljša na svetu in da pridejo k nam najboljši skakalci in rečejo: Jaz bi želel vašo smučo in koliko to stane?. V Sloveniji smo še zmeraj preskromni, ne cenimo se dovolj in tudi premalo smo ponosni na svoje izdelke.

Podjetje SLATNAR kot celoto je potrebno označiti kot izrazito projektno usmerjeno in projektno organizirano ne samo na programu izdelkov v zvezi s skakalnimi smučmi, ampak tudi pri drugih programih izdelkov. Kako ste projektno organizirani? Kdo vodi projekte, po kakšnem načelu izbirate sodelavce in morebitne zunanje izvajalce, kako podrobno pripravljate zagone vaših projektov, kako planirate in spremljate izvajanje projektov.... Imeli bi še kar veliko (pod)vprašanj, saj nas posebej zanima ravno projektni management. Morebiti pa imate vzpostavljeno svojstveno projektno organiziranost glede na vaš način dela, glede na to, da ste manjše podjetje, ste pa izredno fleksibilni v projektne izvajanju svojega razvoja.

Projekti nastajajo po potrebi in intuiciji, kot veriga na kolesu. Med 14 zaposlenimi ima vsak svojo vlogo. Jaz sem tisti glavni pometač, ki odloča in pripravi do konca model proizvodnje, ki gre potem v serije. Med njimi imam dva takšna, ki bi me morda lahko zamenjala v tem poslu, vendar žal oba nimata skakalnih izkušenj. Jaz sem skakal od 1973 do 1987 in te izkušnje, ta občutek imam. To pa je zelo pomembno pri tem poslu, ko inoviraš smučo, saj lažje razumeš potrebe skakalcev.

Ena od naših prednosti (pa nimamo projektne vodnje kot systemske rešitve) je tudi ta, da se spuščamo v takšne stvari, ki npr. Kitajce ne zanimajo (nišni produkti oz. hobby program, male serije, najvišja kakovost, najvišja dodana vrednost). Poleg smuče nas zanimajo tudi ostali produkti, npr. smučarske rolke za letno vabo. Na Norveškem smo našli eno od najboljših rolk za tekače. Obstoječi proizvajalec teh rolk je bil neresen in odločili smo se za to, da poskušamo narediti boljšo. Dokaz, da nam je izboljšava obstoječe rolke uspela, je dejstvo, da je celotna poskusna proizvodnja za tekače pošla zelo hitro in sedaj jih večina želi imeti to rolko.

Na kakšen način izbirate vodje projektov – projektne managerje med svojimi sodelavci? Kaj so glavni pogoji za imenovanje vodje projekta?

Pri tistih dveh, ki sem jih omenjal, da bi me en dan lahko skoraj enakovredno zamenjala, predvsem gledam na to, da jih usmerjam, da gresta čim manj levo in desno, da je pot trasirana čim bolj naravnost proti cilju. Ko je potrebno dobiti od njih še kakšno idejo, je včasih najbolje, če dam na mizo kakšne »češnje« in potem ideje stečejo, se dogovorimo in zadevo (projekt) izvedemo.

Zmeraj v glavnem ocenim, komu bi bil projekt najbolj pisan na kožo in običajno se tako tudi odločim. Imam nečaka, ki študira strojništvo in se vsako leto tukaj ogromno nauči, se kali. Dal sem mu narisati eno zadevo, ki bi jo od naših dobil v dveh dneh, nečak je to isto stvar pripravil dva tedna. Imam tudi enega, ki je večino leta na snegu. Tudi od njega dobivam kakšne ideje, ki jih uporabimo pri inovacijah.

Imel sem tudi dobrega učitelja, mojega očeta. Pustil me je, da sem ustvarjal, včasih me je še kaj popravil pri delu. Včasih mi je dal pripombo, ki je nisem razumel. Šele čez leta sem ugotovil, da je takrat imel prav. To sem mu tudi priznal. Pogosto je rekel: Ko mene več ne bo, bo ta delavnica tako ali tako propadla, ker vi fantje niste navajeni delat, samo nekaj bi ustvarjali. Ja, mi smo nenehno sestavljali. Npr. iz bližnjega železovega odpada smo privleki železje, ga rezali, brusili, varili in na koncu smo si naredili cestni gokart. Razvili smo lasten cestni motor itd. Nenehno smo bili v pogonu z novimi idejami.

V razgovoru ste večkrat izrekli » nenehno smo v pogonu, razvijamo ». Sigurno je potrebno včasih odklopiti, vam to uspeva?

Odklop težko doživim, saj sem nenehno v razmišljanju in v »akciji«. Ker imam zelo močan varovalnih organizem, mi telo samo sporoča, kaj moram narediti. Najraje grem na kolo, naredim v nekaj urah 150 kilometrov in v tistem času se dovolj spočijem, da lahko potem spet ustvarjam. Ob tem se glava, ki stalno nekaj išče, išče ideje in njihovo realizacijo, težko odklopi.

Kako imate organizirano projektno sodelovanje z vašimi dobavitelji, kooperanti, razvojnimi partnerji? Kako imate organizirano sodelovanje s posameznimi tekmovalci, trenerji, smučarskimi zvezami, saj vaši kupci prihajajo iz različnih držav po svetu? Podjetje SLATNAR je malo podjetje, 14 zaposlenih, kot poslovno, razvojni, proizvodni in tržni sistem pa je obsežen poslovni sistem. Zaradi tega vam tudi postavljamo ta vprašanja.

Mi že od samega začetka delamo brez pogodb. Pogodba je nekaj za slabe čase, kjer se dva skregata in v pogodbi piše, kako se stvari potem uredijo. Z nobenim tekmovalcem nimamo niti ene pogodbe. Ne želimo jih vezati na nas. Želimo ga vezati na nas s kakovostjo naše smuče.

Z dobavitelji imamo zelo odprt odnos, ki temelji na zaupanju in poštenih dogovorih. Pri nas ni v navadi, da bi sklepali pogodbe, saj sodelujemo z dobavitelji na podlagi osebnih dogovorov. S tekmovalci nimam nobenih pogodb, saj jih ne želimo privezati na sebe. Jim tudi nič ne plačujemo, da skačejo z našimi smučmi. Skačejo pa na naših smučeh zato, ker so prepričani, da so boljše od ostalih. Takšna je naša strategija – želimo biti najboljši v panogi in zaradi tega si tekmovalci želijo uporabljati naše proizvode. Ja, štirinajst nas je in veliko energije damo skupaj, da lahko vse te projekte oz. izzive izvedemo, da smo zadovoljni zato, ker so zadovoljni uporabniki naših proizvodov. Naša največja zaveza je v tem, da naredimo tako smučko, ki jo hoče vsak tekmovalec za svojo, naredimo jo za njega osebno.

Zmeraj nas drugi poiščejo... Mi se ne tržimo, niti ne oglašujemo kaj dosti. Naša strategija je obratna. Naj nas poiščejo tisti, ki želijo z nami sodelovati. Pogoji za to pa je, da nenehno razvijamo nove produkte, jih izboljšujemo, prisluhnemo vsaki pripombi ali želji naših tekmovalcev in jim smučo delamo iz dneva v dan boljšo, za daljše skoke.

Vaša smučka ima zanimiv zunanji design, je pretežno bele barve, kar je novost v oblikovanju zunanje podobe smuči. Smuči Elana niso imele in smuči konkurence nimajo takšnih oblikovalskih rešitev. Kaj vsa je vodilo k tej novosti in lahko takšno oblikovanje uvrstimo med elemente konkurenčnosti? Kakšno vlogo so imeli pri razvoju nove smučke? Peter Prevc je verjetno bil in je še upravičeno zahteven skakalec, je naša ocena pravilna? Verjetno to velja za ostale skakalce oz. njihove trenerje.

Zame ni pomemben zunanji design. Zame kot inovatorja je pomembno, kako bi v notranjosti smučke izboljšal vsebino, da bi tekmovalci še kar naprej skakali na naših smučeh.



Bela in modra barva pomenita na japonskem poštenost in skromnost. Ko sem to izvedel, sem se odločil za design bele in modre ter naziv blagovne znamke Slatnar, ker je enostaven in pokaže na družinsko podjetje Slatnar iz Cerkelj na Gorenjskem. Morda bomo kdaj tej beli in modri dali možnost, da jo dopolnimo še s kakšnimi pokrovitelji iz nacionalnih skakalnih zvez. Sedaj za nas to ni tako pomembno. Je pa res, da vse, kar proizvedemo, tudi prodamo. Najpomembnejše in dragocene so dodatne želje in opombe tekmovalcev, ki skačejo na naših smučeh.

Konkurenca se bo sigurno poskušala odzvati s svojimi projekti, svojimi novostmi, saj ste jih z vašimi projekti in uspehi vsekakor presenetili. Kaj lahko pričakujemo s tem v zvezi? Biti prvi ali biti blizu vrhu je velika obveza, prava strategija pa je biti še boljši. Kakšna je vaša strategija nadaljnega razvoja, kakšne projekte načrtujete, kakšna poslovna povezovanja, kakšni bodo tržni projekti? Zavedamo se, da so odgovori na naša vprašanja vaša poslovna tajnost, vendar vaša inovativnost ne pozna meja, pozna meje uspeha. Nam lahko navedete nekaj projektov?

Naš odgovor konkurenci je ta, da delamo ravno nasprotno od konkurence. Če želimo to delati, moramo konkurenco zelo dobro poznati, morda celo bolje od nje same. In če poznamo še sebe toliko, da vemo kaj smo sposobni, potem se res lahko gremo nenehnega razvoja in konkurenco nenehno presenečamo. Mi smo majhni, oni so veliki. Majhnost je naša velika prednost. Primer je od letos... Dva mednarodno znana tuja skakalca sta poklicala eno soboto k nam in želela vsak svojo spremembo na skakalnih smučeh. Pet dni kasneje sta v četrtek v Planici na velikanki preizkusila to spremembo in bila z njo oba zelo zadovoljna. Tukaj se vidi, kako nam tekmovalci zaupajo, saj sta novo stvar šla preizkusiti celo na velikanko, kjer ni popravnih izpitov.

Podjetje SLATNAR proizvaja še druge izdelke. Ste dobavitelj za BMW, sodelujete pri izdelavi kril letal, ki jih proizvaja Pipistrel in še in še. Nam lahko na kratko predstavite te izdelke in projekte njihovega razvoja? Kako obvladujete tovrstne projekte razvoja izdelkov?

Večinoma delamo preko posrednikov določene manjše dele iz kovinsko predelovalne industrije. Z Ivom Boscarolom sva tudi že od prej dobra prijatelja, saj sem se v mladih letih preizkušal v proizvodnji zmajev. Za avtomobilsko industrijo ravno tako delamo določene produkte preko posrednikov, vendar to ni naša strateška usmeritev. Če te pokličejo in vprašajo po določenem proizvodu oz. polizdelku in če ga znamo narediti, zakaj pa ne? Včasih damo kakšno sugestijo za izboljšavo tudi velikim in uglednim proizvajalcem. Pri njih običajno vidimo tisto, kar sami zaradi različnih razlogov ne vidijo. To je verjetno naša prednost.

Od kod vam energija za stalno ustvarjanje novega, za obvladovanje poslovne uspešnosti, za obvladovanje tveganj, ki niso majhna, za hitro odzivnost na priložnosti? Vprašanje vam postavljamo tudi zaradi tega, ker vsi vemo, da projekti zahtevajo svoj čas, dnevno pa imamo na razpolago samo 24 ur. Vaši projekti morajo biti izvedeni do rokov, ki so vezani na rokovnik smučarskih skokov v sezoni. Pri drugih izdelkih je podobno.

Ta energija je v nas. Že moj oče je bil v tem poslu kot kovinostrugar in je znal narediti marsikaj. Še zdaj pride v delavnici mimo mene, mi nekaj navrže in gre dalje in potem (zaradi starosti) že pozabi, kaj mi je svetoval. Mene njegov nasvet najprej preseneti, vendar mi ne da miru, dokler ne preverim. Ko ugotovim, da je imel prav, grem do njega in se mu zahvalim, čeprav ga moram spomniti, kaj mi je svetoval. Starejšim moramo pustiti, da ustvarjajo tudi v pokoju, saj imajo ogromno znanja, ki leži v njih. Zadnje čase se že dokaj resno ukvarjamo z mislijo, da bomo postali tovarna za ideje in razvoj, za proizvodnjo pa želimo na cenejših trgih najti ustrezne povezave oz. partnerstva in tam realizirati proizvodnjo naših proizvodov. Velikokrat se nam je že zgodilo, da smo iz t.i. hobby programa naredili večji posel in tako uničili ta program, ki je sedaj redna proizvodnja z redno prodajo. Še zmeraj sem prepričan, da ne smemo zadušiti naše ustvarjalnost s tem, da bi želeli vse sami proizvajati in potem tudi prodajati. V pameti je največ dodane vrednosti in to bomo razvijali tudi v prihodnje. Ukvarjamo se tudi z razvojem letnih tekaških rolerjev, sanmi za skeleton, razvijamo smučarski čevlji, ki bo drugačen od ostalih in še bi lahko našteval. Naša pamet nenehno rojeva nove izzive. Poskrbeti moramo samo za ustrezno selekcijo izzivov, ki se vsak dan pojavljajo okrog nas. Potrebno je biti dober opazovalec dogajanja in izboljšave se kar vrstijo v naših glavah. Eni jih vidimo, eni pa vidijo kaj drugega.

Smučka, tako kot praviloma vsak izdelek, naj bi bila lep izdelek. Kaj je lep izdelek je seveda zelo kompleksno vprašanje. Ko sva prvič videla vašo smučko, se nama je zdela nekako »suhoparna«, če smem tako predstaviti najina opažanja. Vendar sva iz prvega televizijskega prenosa skokov do naslednjih ugotavljala, da je lepa, da nama je vedno bolj všeč. Kakšen je bil odziv na to, ali je SLATNAR smučka lepa, morebiti lepša od smučice konkurence? Je lepa? Je sploh bilo kaj o tem zaslediti v javnosti, v medijih?

Ko smo objavili naš belo moder design, sem imel dosti klicev. Večinoma takšnih, ki so nas spraševali, zakaj je smuča tako pusta, brez oblike. Meni je bila všeč, ker je sporočala staro japonsko modrost. Nekoč sem enemu takšnih po telefonu namenil vprašanje, ali pozna

etiketo od Union piva izpred dvajsetih let. Seveda se je ni mogel spomniti. No, tako se bo tudi naša etiketa Slatnar razvijala skladno s časom in idejami. Mimogrede, razvijamo tudi alpsko smučo... Naj to ostane kot začetni izziv...