

## **Manager leta 2016 je Andrej Božič, generalni direktor Steklarne Hrastnik**

*Upravni odbor Združenja Manager je za Managerja leta 2016 imenoval Andreja Božiča, generalnega direktorja Steklarne Hrastnik. Priznanje mu bodo podelili na Managerskem kongresu v četrtek, 29. septembra, v Portorožu.*

Andrej Božič, 56-letni diplomant ekonomije, ki je šolanje nadaljeval na podiplomskem študiju marketinga in financ na clevelandski univerzi v ZDA, je leta 2010 prevzel vodenje Steklarne Hrastnik. Takrat je bilo podjetje z bilančno izgubo v višini 4,4 milijona evrov tik pred stečajem. Izvozno usmerjeno Steklarno Hrastnik z več kot 150-letno tradicijo je z uspešno sanacijo že v prvem letu vodenja odmaknil od izgube, v nekaj letih pa ga dvignil v uspešno in stabilno, tehnološko posodobljeno podjetje, z ambicioznimi načrti za prihodnost. Lani so preseгли 55 milijonov evrov prihodkov in poslovno leto zaključili z več kot 6,2 milijona evrov čistega dobička, ki ga ustvarjajo že peto leto zapored. Tudi donosnost sredstev vztrajno raste in je lani presegla 11 %, donosnost kapitala pa več kot 25 %. V letu 2014/15 so za izviren model prestrukturiranja prejeli tudi evropsko poslovno nagrado European Business Award (EBA).

*»Za uspeh trajnostnega preobrata Steklarne Hrastnik, v središče katerega so postavljeni zaposleni je bil ključen konsenz vseh deležnikov. Zato cenim, da so vsi, skupaj z zaposlenimi, verjeli v načrt, me podprli oz. bili del tega preobrata. Uspeli smo skupaj, brez odpuščanja, zato sem prepričan, da je naš primer lahko odlična spodbuda vsem tistim, ki imajo vizijo in se znajo prilagajati situacijam, da zagrižejo v projekte, ki se morda zdijo marsikomu nemogoči,«* je ob imenovanju za Managerja leta dejal Božič.

### **Ohranitev delovnih mest**

Ob prihodu v steklaro se je Božič poleg večmilijonske izgube soočil z demotiviranostjo več kot 750 zaposlenih. Lotil se je korenitega spreminjanja organizacije, procesov in prožnosti zaposlenih. Naslonil se je na močno željo zaposlenih po preživetju podjetja, ki je pomemben zaposlovalec v Zasavju. Njihova predanost steklarni in steklarskemu poklicu, visoka raven znanja in solidarnosti je omogočila ohranitev vseh treh proizvodnih programov. Močan povezovalni element sanacije med vodstvom in zaposlenimi je bila ohranitev delovnih mest. Božič se je zavedal, da sanacija, ki je zaradi izrednega pomena podjetja za lokalno okolje tudi socialni projekt, pomeni daljšo pot okrevanja in da bodo rezultati prišli z zamikom. A

postavitev človeka v središče sanacije je bila v primeru Steklarne Hrastnik najboljša poslovna odločitev. Kmalu so začeli beležiti prve rezultate, saj so že po dobrem letu dosegli dobiček.

### **Finančni preobrat z velikimi vložki**

Steklarna Hrastnik, ki deluje že od leta 1860, v tujini ustvari 95 % prodaje. Na glavnih trgih v Nemčiji, na Poljskem, Češkem, v Izraelu, Iranu in Sloveniji dosegajo kar 20- do 30-odstotni tržni delež pri programu namiznega stekla. Lani so v vse tri glavne programe – embalažno steklo, namizno steklo in steklo za razsvetljavo – vložili 5,7 milijona evrov. Glavna pridobitev med temi naložbami je nov, tri milijone evrov vreden stroj za proizvodnjo steklenic posebnih oblik in parfumskih stekleničk s katerim so vstopili v nov tržni segment. Ker so v šestih letih za posodobitev proizvodnje in ekonomsko učinkovitost namenili 36 milijonov evrov, imajo danes eno najboljših steklarskih proizvodnih tehnologij. Obsežne naložbe jim omogočajo hitre skoke v proizvodnji in prodaji.

### **Za tretjino višja plača**

Postopno dvigujejo tudi dodano vrednost na zaposlenega. Ta je lani presegla 42.000 evrov, kar je za 49 % več kot pred štirimi leti in za 22 % nad povprečjem panoge. Lani se je število zaposlenih povečalo za 4 % na 762. Sanacija podjetja je vsa leta temeljila na zaupanju in obljubi vodstva, da se bodo pričakovani boljši poslovni rezultati odrazili tudi pri socialni varnosti zaposlenih. Obljubo je vodstvo uresničevalo z višjimi plačami in nagrajevanjem. Uvedli so sistem bonusov, napredovanje na delovnem mestu, dvignili osnovne plače, nagrajujejo tudi inovativnost. Tako se je v šestih letih strošek dela na zaposlenega povečal za 34 %, tako da zaposleni v povprečju prejemajo za tretjino višjo plačo kot leta 2010. Usposabljanje in dvig kompetenc zaposlenih so pomemben del zastavljenega procesa prenove in razvoja steklarne. Letno za izobraževanje namenjajo okrog pol milijona evrov oz. 0,9 % prihodkov od prodaje. V zadnjem času se še posebej usmerjajo v izobraževanja s področja digitalnih tehnologij, ki so prisotne v vseh fazah proizvodnje, ter spremljanju novosti s področja steklarskih tehnologij. Število dni za izobraževanje je v letu 2015 preseglo 2.200 oz. 3,3 dni na zaposlenega.

### **Strategija inovativnosti in razvoja mladih**

Svojo strategijo so zastavili na znanju in inovativnosti. V zadnjih treh letih so razvili 66 novih produktov. Mnogi med njimi so osvojili številna priznanja: za izdelek 'Puzzle' so bili nagrajeni z mednarodno nagrado za dizajn REDDOT, v zadnjih šestih letih jim je GZS podelila 30 priznanj za inovatorje in inovacije v Zasavju, prejeli so državno nagrado za najboljši energetski projekt, evropsko poslovno nagrado EBA 2015/2016 v kategoriji trajnostnega razvoja, na mednarodnem tekmovanju SIP AWARDS v ZDA so bile nagrajene tri steklenice – dve z najvišjo platinasto nagrado za embalažo, ena je bila ocenjena kot najboljša v kategoriji.

Posebno pozornost posvečajo tudi razvoju mladih, zato preko različnih projektov sodelujejo z univerzami in srednjimi šolami. Lani so omogočili izvajanje prakse 43 dijakom in študentom.

Z ministrstvom za izobraževanje pripravljajo projekt uvedbe dualnega sistema vajeništva, preko katerega bodo v naslednjih letih zagotovili pritok mladih, ki bodo del svojega poklicnega usposabljanja izvajali v steklarni.

Na področju proizvodnje potekata dva ključna projekta: avtomatizacija vseh proizvodnih procesov in izboljšanje energetske učinkovitosti v proizvodnji. Za letos načrtujejo investicije v ekologijo in energetske učinkovitost v višini pol milijona evrov. Verjamejo, da kar je dobro za podjetje, mora biti dobro tudi za okolje.

Letos so prevzeli novo, krovno podobo podjetja pod blagovno znamko Hrastnik1860, s katero poudarjajo, da njihova inovativnost izvira iz stoletne tradicije hrastniškega mojstrstva.

### **O priznanju Manager leta**

Komisijo za izbor Managerja leta sestavljajo: Tomaž Berložnik (predsednik komisije), Franjo Bobinac, Igor Hafnar, Sebastijan Piskar, Melanie Seier Larsen, Cvetka Selšek, Sonja Šmuc in Aleksander Zalaznik. Lani je priznanje prejel Matjaž Merkan, direktor Swatycometa.

**Več o priznanju in dosedanjih prejemnikih na <http://www.zdruzenje-manager.si>.**

### **Dodatne informacije in akreditacije na kongres:**

Edita Krajnović | 040 488 040 | [komunikacije@zdruzenje-manager.si](mailto:komunikacije@zdruzenje-manager.si)