

Posel in denar

ponedeljek, 9. 11. 2020

Katere lastnosti naj odlikujejo uslužbenca največje švicarske banke UBS? »Bodite prilagodljivi in okretni – ter osredotočeni na svoje delo, na svoje stranke,« sporoča novi generalni direktor.

Nizozemec Ralph Hamers je svojo novo službo nastopil prvi dan novembra. Njegova najpomembnejša naloga pa je: »Zagotoviti, da bomo vsi premagali to krizo.« stran 8



POSLEDICE BREXITA

Največ bank iz Londona gre v Frankfurt

Nemčija si obeta, da bo pritegnila največji del bančnega posla, ki se bo zaradi brexita preselil na evropsko celino. Za bančno licenco je tam do zdaj zaprosilo 64 bank iz londonskega Cityja, 40 jih je Bundesbank že odobrila. Centralna banka pričakuje, da bodo banke v Nemčijo preselile za 675 milijard evrov premoženja in (predvsem v Frankfurtu) ustvarile 2500 delovnih mest. Londonske banke do konca leta v Francijo preselile za 150 milijard evrov poslov, v celotno EU pa 1,3 bilijona evrov. Vzrok je v tem, da bo – ne glede na vsebino prostotrgovinskega sporazuma, o katerem se še pogajajo – britanski finančni sektor imel precej manj možnosti za delovanje na trgu EU neposredno iz Londona. **D. VI.**



Ko letališče postane oglaševalski medij

FOTO FRAPORT SLOVENIJA

ASTRAZENECA

Skromna rast v tretjem četrtletju



Britansko-švedski farmacevtski gigant AstraZeneca, eno od podjetij v tekmi za razvoj cepiva proti covidu-19, je v tretjem letošnjem četrtletju imel skromnejšo, triodstotno rast prihodkov, dosegli so 6,6 milijarde dolarjev. K temu je pripomogla globalna pandemija covid-19, zaradi katere je bilo v bolnišnicah zdravljenih manj pacientov, povečali pa so se stroški higienskih ukrepov ter raziskav in razvoja.

Astrazenca skupaj z univerzo v Oxfordu v Veliki Britaniji razvija cepivo proti covidu-19, ki je septembra stopilo v tretjo fazo testiranja. Podatke iz druge in tretje faze testiranja naj bi predstavili do konca leta. **P. D.**

Snopič ureja

Damjan Viršek
pd@delo.si

naklada: 22.500

Digitalna preobrazba Letališče Brnik je primer dobre prakse za monetizacijo medijskega prostora

Miran Varga

V zadnjih letih je veliko govora o digitalni preobrazbi v vseh panogah gospodarstva. Glavna ideja digitalne preobrazbe poslovanja je povezovanje ter prepletanje digitalnih in fizičnih tehnologij z uporabo storitev v oblaku, umetne inteligence, interneta stvari, robotizacije in avtomatizacije z namenom zagotavljanja bolj prilagodljivih, odzivnih in povezanih oblik delovanja na podlagi podatkov.

Vse to je covid-19 gotovo eksponentno pospešil. Če kdaj, so se zdaj podjetja zavedala, kakšen je potencial tehnologije, zakaj je pomembno, da se podatkih ne hranijo v programu excel, ampak v podatkovnih silosih, ki so aplikativno povezani z drugimi sistemi v podjetju. Le tako te podatke lahko uporabimo takrat, ko jih potrebujemo za boljše poslovno odločanje kot tudi za načrtovanje in izvedbo drugih aktivnosti.

Eno izmed podjetij, ki podatke že napredno uporablja, je tudi Fra-

port Slovenija, saj ne le učinkovito uporablja digitalne kanale in tržne poti, ampak jih tudi inovativno in učinkovito prepleta ter tako ustvarja dodano vrednost za uporabnike in nov digitalni ekosistem za oglaševalce. Prednost tega sistema je uporaba podatkov. Pri razvoju teh sistemov se povezujejo z različnimi zaupanja vrednimi partnerji, med katerimi je tudi domači pionir tehnologij za digitalno oglaševanje iProm.

»V iPromu verjamemo, da je leto 2020 odprlo še več priložnosti za

iskanje sinergij na področju izrabe tehnologije za učinkovitejše poslovanje in ustvarjanje novih priložnosti. Prepričan sem, da so in bodo zmagovalci sodobnega časa tista podjetja, ki bodo iskala in našla sinergije ter krepila medoddelčno sodelovanje z namenom doseganja presežkov in dostavljanja nadpovprečne uporabniške izkušnje, utemeljene na podatkih,« pravi Nejc Lepen, direktor razvojnega oddelka v digitalni agenciji iProm.

► **STRANI 6–7**

Večina napadov se zgodi prek omrežja

Spletna varnost Podjetja so zelo izpostavljena, lani se je število napadov povečalo za dvajsetkrat

Miran Varga

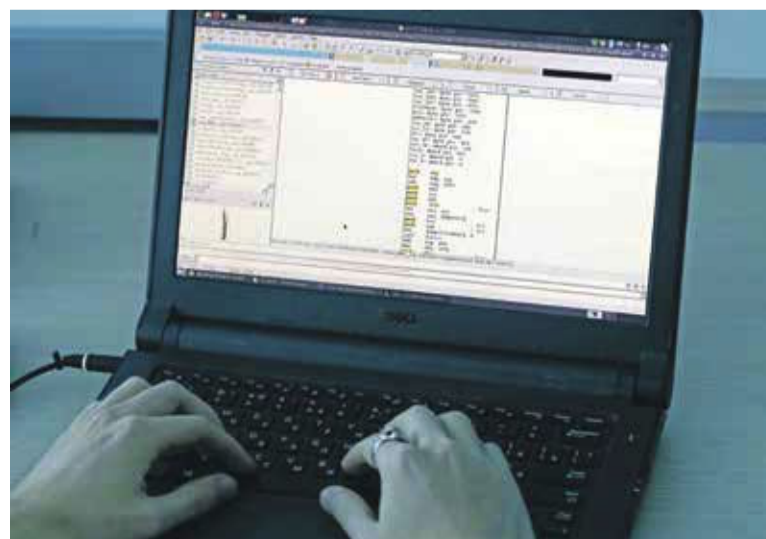
»Frekvence in obseg napadov na podjetja se povečujeta, ne glede na gospodarsko panogo in velikost. Vse več jih bo, ne smemo se slepiti, da bodo hekerji Slovenijo obšli le zato, ker je majhna in govori neki svetu nerazumljiv jezik. Ko je v uporabi tehnologija, se globalni trendi preslikajo tudi k nam in tudi slovenska podjetja postanejo tarče hekerjev,« opozarja Peter Ceferin, tehnični direktor v podjetju Smart Com, ki se je specializiralo za kibernetsko varnost ter zanesljiva in napredna omrežja.

Pred napadalci ni varno nobeno podjetje, strokovnjaki za informacijsko varnost so na globalni ravni zaznali daleč največje povečanje šte-

vila napadov na industrijska okolja. Poročilo IBM o kibernetski varnosti za leto 2019 ugotavlja, da so hekerji na tem področju sprožili kar 20-krat več napadov kot leto prej.

Na Tehnološki konferenci podjetja Smart Com bodo strokovnjaki poleg nasvetov, kako ustrezno zavarovati omrežja informacijske in operativne tehnologije, predstavili še načrtovanje sodobnih avtomatiziranih omrežij, njihovo uporabnost v različnih položajih ter vidik zlivanja z varnostnimi mehanizmi. Izpostavljeni bodo tudi poslovni vidik nove generacije mobilnih omrežij (5G) ter brezžičnih omrežij in funkcionalnosti, ki jih podjetja lahko zagotavljajo s tehnologijami umetne inteligence.

► **STRAN 2**



Pred spletnimi napadalci ni varno nobeno podjetje.

FOTO VALENTYN OGIRENKO/REUTERS

Cilj napada so ranljivi sistemi

Kibernetska varnost Slovenska podjetja so za napadalce vse bolj privlačna, motiv izsiljevanj je odkupnina

- Večina napadov na sodobna okolja informacijske tehnologije se zgodi prek omrežja.
- Krepitev kibernetske varnosti mora postati prioriteta podjetij vseh velikosti.
- Napadalci iščejo najšibkejši člen. V varnostni verigi je to vedno človek.

Miran Varga

Ne glede na to, ali ste proizvodno, storitveno ali predvsem infrastrukturno podjetje, mora skrb za kibernetsko varnost postati temeljni gradnik strategije poslovanja. Kraje podatkov in/ali denarja, izklopa sistemov ter izgube ugleda si danes zares nihče ne more privoščiti, še toliko manj industrijska okolja in podjetja, ki upravljajo kritično infrastrukturo države. O tem bo govor tudi na tradicionalni 22. Tehnološki konferenci podjetja Smart Com.

»Slovenska podjetja so za napadalce vse bolj privlačna,« je pojasnil Peter Ceferin, vodja Tehnološke konference in tehnični direktor v podjetju Smart Com. »Lani smo praznovali deseto obletnico »slavnega« Stuxneta, prvega črva, ki je napadal kritične sisteme in izkoriščal luknje v sistemih SCADA. Danes pa smo priča specializiranim napadom in škodljivim kodam, ki so optimizirane prav za industrijska okolja in posamezna ciljana podjetja. Zemljevid groženj, ki merijo na industrijska okolja, je zelo velik.«

Cilj napada je pogosto odkupnina

Jasno mnenje o tem, zakaj so takšna okolja za napadalce zanimiva, ima tudi Boris Krajnc, certificiran etični heker in strokovnjak za kibernetsko varnost v podjetju Smart Com: »Če lahko prevzameš nadzor nad delom procesnih sistemov v industriji ali elektrogospodarstvu, imaš veliko moč in vpliv – kar vpliva tudi na višino odkupnine, ki jo zahtevajo kiberkriminalci in podjetja plačajo, da bi si povrnila nadzor nad ugrabljenimi sistemi, datotekami ali podatki.«

Zanimalo nas je, ali zahtevane odkupnine plačajo. »Plačajo skoraj vsi, alternativa je le, da nehajo poslovati. Veliko podjetij namreč nima vzpostavljenega sistema redne izdelave varnostnih kopij podatkov in uvedenega scenarija za obnove poslovanja ob uspešno izvedenem kibernetskem napadu,« je pojasnil Krajnc.

Zanimalo nas je še, katere ranljivosti procesnih sistemov izrabljajo hekerji. »Merijo predvsem na nadzorne sisteme in starejše, ranljive sisteme,« pravi Krajnc. »Zelo veliko računalnikov v proizvodnji še vedno uporablja zastareli operacijski sistem windows XP, za katerega popravki niso več na voljo in je precej ranljiv.



Tehnike socialnega inženiringa lahko pri poskusih napada odbijemo le, če so zaposleni izobraženi in ozaveščeni, pravi Boris Kranjc. FOTOGRAFIJI SMART COM

Ti sistemi so bili do nedavnega v izoliranem sistemu okolja operativne tehnologije (OT), zato ni bilo potrebe po varnostnih nadgradnjah. Delovali so po principu, ki pravi, da stvari ne popravljaj, če niso pokvarjene. Posledično so takšni sistemi in s tem podjetja izpostavljena zelo visokemu varnostnemu tveganju. Danes se v industrijskih okoljih in kritični infrastrukturi vse bolj prepletata okolji IT in OT, priča pa smo kibernetskim napadom, ki prehajajo iz enega v drugo okolje in obratno.«

Na tehnološki konferenci bodo govorili tudi o tem, kako industrijska okolja in kritično infrastrukturo ubraniti pred zlonamernimi hekerji in nadgraditi kibernetsko varnost za neprekinjeno poslovanje. Domači in mednarodni strokovnjaki so pod drobnogled vzeli celovito zagotavljanje varnosti v procesnih sistemih OT, pravilne metode in najboljše prakse s področja uvajanja rešitev interneta stvari v poslovanje ter predstavili reševanje izzivov, ki

jih prinaša zlivanje okolji IT in OT v praksi.

Kibernetska varnost zadeva prav vse

Prvi dan tehnološke konference bo posvečen kibernetski varnosti. Ta zadeva prav vse in vsakogar. Varnostni strokovnjaki bodo odgovarjali na vprašanje, kako se spopasti z najtežjimi časi in največjim izzivom v zgodovini kibernetske varnosti. Napadalci iščejo najšibkejši člen. V varnostni verigi pa je to vedno človek. »Človek je tisti, ki najhitreje podleže skušnjavam, ni ozaveščen, je tisti, ki je radoveden in zaradi tega nepazljiv pri uporabi naprav IKT. Ljudje smo pogosto nepredvidni – nevede in mimogrede ustvarimo varnostno luknjo. In ne mislim le na zaposlene s povprečnim informacijskim znanjem, temveč tudi na tiste, ki imajo več ali veliko tehničnega znanja. Velikokrat sem priča primerom, ko vzdrževalci sistemov IKT zaradi lastnega udobja pustijo



Spletni napadi so specializirani, napadalci uporabljajo škodljive kode, ki so optimizirane za industrijska okolja, opozarja Peter Ceferin.

odprta vrata za vstop v sisteme podjetja, na primer prek spleta. To pa predstavljajo varnostno tveganje in raj za hekerje,« ugotavlja Krajnc.

Krepitev kibernetske varnosti in kibernetske higijene zaposlenih morata postati prioriteta podjetij vseh velikosti, tako v okolju IT in OT. Ta bi morala najprej ugotoviti, kakšna je sploh njihova varnostna slika. »Šele ko se podjetja odločijo za varnostni pregled, dobijo nazorno sliko in pregled, kako zaščitena oziroma izpostavljena so. Strokovnjaki za kibernetsko varnost jim pojasnimo, kje so varnostna tveganja, kje smo zaznali šibkosti in ranljivosti, ki jih lahko izrabijo nepridipravi, ter podamo priporočila za zmanjšanje tveganj in odpravo ranljivosti. Najboljši varnostni pregled je tisti, ki vključuje tudi testiranje zaposlenih,« pojasni Krajnc, ki je pogosto v vlogi digitalnega forenzika, torej strokovnjaka, ki mora v sistemih in omrežjih najti tisto, kar je očem skrito. »Ko pride do vdora v informacijski sistem, je treba ugotoviti in analizirati incident, da v prihodnosti preprečimo in zmanjšamo varnostna tveganja.«

Večina napadov na sodobna okolja IT in OT se zgodi prek omrežja. Poleg nasvetov, kako jih ustrezno zavarovati, bodo strokovnjaki na Tehnološki konferenci predstavili še načrtovanje sodobnih avtomatiziranih omrežij, njihovo uporabnost v različnih situacijah ter vidik zlivanja z varnostnimi mehanizmi. Pozor-

nost bo namenjena tudi poslovnim vidikom nove generacije mobilnih omrežij (5G) ter brezžičnih omrežij in funkcionalnosti, ki jih podjetja lahko zagotavljajo s tehnologijami umetne inteligence.

Na spletu – z novo uporabniško izkušnjo

Ceferin obžaluje, da zaradi virusne epidemije in skrbi za zdravje predavateljev in udeležencev organizacija klasičnega dogodka, ki so ga strokovnjaki navajeni, letos ne bo mogoča. Kljub vsemu bodo zagotovili, da s selitvijo na splet ohranijo odlično izkušnjo tako za udeležence kot za predavatelje.

»Konferenca ne bo več enodnevni dogodek, temveč smo se odločili, da trem vsebinskim sklopom namenimo vsakemu po en dan. S tem bomo naslovili izzive udeležencev, ki so jih imeli v preteklosti, saj niso mogli spremljati predstavitev iz več vsebinskih sklopov – to jim bomo zdaj omogočili, omogočen bo tudi ogled na zahtevo,« je pojasnil Ceferin.

»Čeprav smo si tudi letos želeli izvedbe v klasični obliki, verjamem, da bo konferenca zelo zanimiva že z vidika novosti, trendov, prikazov rešitev, nasvetov ter bo odskočna deska za poglobljene razprave in razmisleke o strateškem naslavljanju izzivov, s katerimi se spopadamo pri zagotavljanju neprekinjenega, zanesljivega in varnega poslovanja v vseh gospodarskih panogah in kritični infrastrukturi,« je dodal.

22. Tehnološka konferenca podjetja Smart Com s poudarkom na kibernetski varnosti in varovanju poslovnokritične infrastrukture bo letos potekala na spletu. Prijava na strokovni dogodek v živo, ki bo med 24. in 26. novembrom, je brezplačna, opravite pa jo na spletni povezavi www.smart-com.si/teh-konf/.

Industrija, obetavni trg za IoT

Trendi Avtomatizacija in digitalizacija bosta podvojili povpraševanje po opremi

- Podjetja z internetom stvari izboljšujejo učinkovitost in zanesljivost ključnih operacij.
- Z avtomatizacijo znižujejo stroške in minimizirajo nenačrtovan »prazni tek«.
- Glavno gonilo povpraševanja bo »pametna« industrijska proizvodnja.



FOTO INTS KALININS/REUTERS

Damjan Viršek

Vse več dejavnosti uporablja »pametne« naprave.

Možnost, da stroji v tovarni (ali pa aplikacije, ki usmerjajo vitalne poslovne funkcije) samostojno komunicirajo med sabo, daje digitalizaciji procesov nov zagon. Tehnološko gre za naprave s področja interneta stvari (IoT), dejavnosti pa analitiki napovedujejo velik razcvet.

Industrijska uporaba IoT se nanaša predvsem na tehnološke rešitve, ki omogočajo avtomatizirano prenašanje informacij (komuniciranje) med napravami, ki upravljajo proizvodne procese. Njihove odzive je mogoče vnaprej programirati glede na vrednosti ključnih parametrov. Vse bolj pa se v praksi uveljavlja tudi »lastna pamet« naprav – odzivi, ki jih izpeljejo na podlagi strojnega

učenja, elementa uvajanja umetne inteligence.

Z uvajanjem interneta stvari podjetja izboljšujejo učinkovitost in zanesljivost ključnih operacij. S tem znižujejo stroške in minimizirajo nenačrtovan »prazni tek«, čas, ko se poslovni proces prekine zaradi neusklajenosti med posameznimi operacijskimi fazami. Ključni sektorji, ki rešitve IoT vse pogosteje uporabljajo, so ob predelovalni industriji (ta je bila pionirka avtomatizacije že dolgo pred digitalnimi časi) tudi kmetijstvo, energija, komunalne storitve, logistika, rudarstvo ter nafta in plin.

Internet stvari je koncept, ki v resnici govori o tem, da različni deli

naprav, kot so senzori in komandni procesorji med seboj komunicirajo v realnem času, praviloma z brezžičnimi tehnologijami. Prav možnost, da isti sestavni delček »pametnega omrežja« hkrati komunicira z več sprejemniki svojih podatkov, daje internetu stvari visoko odzivnost in sposobnost, da nadgradi konvencionalne pristope k avtomatizaciji.

Naprave IoT uporabljajo za komunikacijo različne protokole brezžičnega prenosa podatkov, na primer wi-fi, bluetooth ali signal mobilne telefonije. Prav ta se je močno uveljavil v kompleksnejših rešitvah IoT, ki povezujejo naprave, ki so med seboj lahko tudi fizično zelo oddaljene.

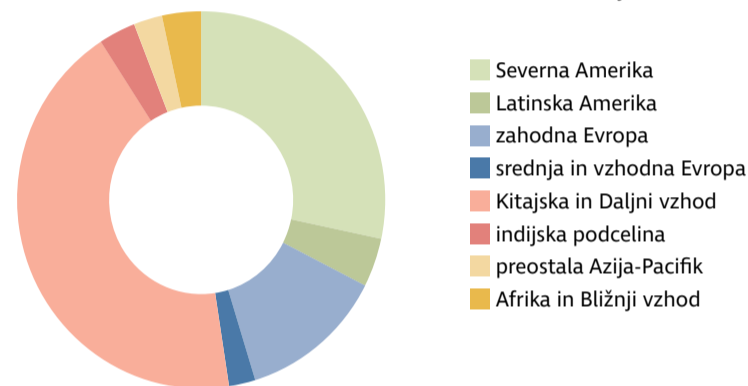
Ko se je koncept IoT začel uveljavljati, je bila prevladujoča tehnologija prenosa mobilnega signala G3 – danes smo večinoma opremljeni z G4, vse bolj dostopna je tudi tehnologija G5. Ker podjetja, ki so se na polje IoT podala med prvimi, zdaj svoje naprave že zamenjujejo, vsak dan pa se jim pridružujejo tudi nova, sodi sektor ponudnikov opreme za IoT med zelo hitro rastoče. Leta 2020 bodo najrazličnejša podjetja vgradila 17,7 milijarde senzorjev za IoT,

ocenjuje svetovalna družba Juniper Research. S širjenjem uporabe teh tehnologij se bodo priložnosti še povečevale in letna prodaja senzorjev naj bi se v prihodnjih petih letih več kot podvojila in do leta 2025 zrasla na 36,8 milijarde senzorjev.

Glavno gonilo povpraševanja bo »pametna« industrijska proizvodnja, ki bo do leta 2025 vzpostavila 22 milijard povezav IoT, večinoma pa bo uporabljala omrežno tehnologijo 5G, meni Juniper Research.

Podvojitvev trga v petih letih

letos bodo industrijska podjetja vgradila 17,7 milijarde senzorjev za internet stvari, do leta 2025 bo številka zrasla na 36,8 milijarde



DELO Vir: Juniper Research

22. Tehnološka konferenca
Smart Com

NAPREDNE REŠITVE

ZA NOVO ERO

**Kibernetska
varnost**

**Poslovno kritični
sistemi (ICS)**

**Omrežne
tehnologije**

24. - 26. november 2020 | Spletni dogodek

Kotizacije ni

Program

bit.ly/34huQN3

Organizator konference

Tehnološki partnerji konference

Pametne naprave olajšajo delo

Tiskanje Prilagojena rešitev za zajem in odlaganje dokumentacije v dokumentni sistem razbremeni zaposlene

- Zaradi neoptimiziranega tiskalniškega okolja tudi jasen pregled stroškov ni obstajal.
- Razdrobljen nabor tiskalniških naprav so nadomestili večopravilni sistemi.
- Zagotovili so centralni nadzor nad aplikacijo in dostopom zaposlenih do dokumentov.

Jože Polh

Banke morajo pri sklepanju poslov s strankami upoštevati zakonske predpise in interna pravila, zaradi katerih morajo od njih pridobiti kopije številnih dokumentov. Tudi v Novi KBM zaposleni vsak dan skenirajo, označijo in arhivirajo več tisoč dokumentov. Pred optimizacijo tiskalniškega okolja so zaposleni za te naloge porabili veliko časa, za dodatne in nepotrebne obremenitve zaposlenih in IT-osebja pa je bilo zaslužno tudi zelo heterogeno tiskalniško okolje.

Nova KBM, druga največja banka v Sloveniji, je v zadnjih letih s prevzemi bank PBS, KBS in Abanke dosegla hitro rast. Zdaj banka svojim strankam omogoča opravljanje bančnih storitev v 47 lastnih poslovalnicah, pri čemer se bo število poslovalnic po operativni združitvi z Abanko, predvidoma na začetku prihodnjega leta, povzpelo na 95. V združeni banki je zaposlenih približno 2000 ljudi. Dokler se v NKBM niso odločili za temeljito prenavo in optimizacijo, je bilo tiskalniško okolje raznovrstno in včasih neobvladljivo.

Pestro okolje in vzdrževalski izzivi

Jasen pregled nad stroški tiskanja v Novi KBM ni obstajal. Banka je

namreč na vsaki lokaciji imela tudi po več dobaviteljev tiskalnikov in potrošnega materiala. Z vsakim od njih je imela sklenjen ločen dogovor, kar je pomenilo, da je bilo nemogoče vzpostaviti enoten nadzor nad stroški upravljanja in vzdrževanja naprav. Od časa do časa nejasno opredeljena pogodbeno določila so pogosto vodila v slabo podporo dobaviteljev in slabše vzdrževanje naprav. Različni dobavitelji in servisni partnerji so zagotavljali različno raven storitev, odzivni časi za odpravljanje napak pogosto niso bili dogovorjeni ali pa so bili predolgi. Nujnost prenove tiskalniškega okolja, ki se je razvijalo stopničasto, je postala očitna.

Optimizirati velja vse z dokumenti povezane procese

V Novi KBM so se odločili, da bodo upravljanje tiskalniških naprav pohenotili in optimizirali tiskalniško okolje. Poiskali so partnerja z bogatimi izkušnjami in prepričljivimi referencami. Ljubljansko podjetje Xenon forte je razdrobljeno floto tiskalniških naprav nadomestilo z optimiziranim naborom tiskalnikov in večopravilnih naprav proizvajalca Kyocera. Hkrati so v Novi KBM najeli celostno storitev zunanjega upravljanja naprav z enotno podporo in vzdrževanjem ter zalaganjem s potrošnim materialom na daljavo Kyocera Fleet Services. Stroški upravljanja tiskanja so tako postali preglednejši in tudi nižji, dosegljivost naprav pa je zdaj 99-odstotna.

Sledila je nadaljnja optimizacija, usmerjena v vse, z dokumenti povezane procese. Najprej so bili na vrsti postopki zajema in hrambe dokumentacije o strankah. Ker je bil vnos podatkov razdrobljen med več različnih sistemov, so bili postopki za



Domiselna programska nadgradnja večopravilnih tiskalniških naprav je v Novi KBM za polovico zmanjšala obremenjenost bančnih zaposlenih.

pridobivanje dokumentacije strank dolgotrajni in zamudni.

»Čprav je sprva kazalo, da so rešitve različnih ponudnikov bolj ali manj enake, smo z izborom podjetja Xenon forte in tiskalniških naprav Kyocera izbrali primerno rešitev za potrebe Nove KBM. Dobili smo ne le optimizirano floto naprav in naprednih storitev tiskanja v banki, temveč tudi partnerja, ki nam je znal prislusniti in se poglobiti v naše procese dela. Skupaj smo razvili rešitev za upravljanje dokumentov, ki pri naša precejšnje prihranke pri času pridobivanja dokumentacije strank

in stroških,« je pojasnila Diana Matič, sistemska administratorica v Novi KBM.

Na poti v brezpapirno poslovanje

Tiskalniške naprave Kyocera nudijo številne možnosti prilagoditev in naveze s programskimi rešitvami. Nova KBM je skupaj s Xenon forte razvila preprost uporabniški vmesnik za rabo na večopravilnih napravah, ki je prilagojen posameznim nalogam in dokumentom, ter ga povezala z zalednimi sistemi banke. Namenska aplikacija omo-

goča enoten, hiter in zanesljiv zajem dokumentacije v celotni mreži poslovalnic banke z jasno revizijsko sledjo zajema dokumentov. Možnost nastanka napak in zastojev se je s tem precej zmanjšala, zadovoljstvo strank in zaposlenih pa se je povečalo, saj so zdaj postopki precej hitrejši. V banki ocenjujejo, da so s premišljeno programsko nadgradnjo večopravilnih naprav zmanjšali obremenjenost zaposlenih za polovico, banka pa se je v tem segmentu delovnih procesov uspešno digitalizirala.

»S podjetjem Xenon forte zelo dobro sodelujemo pri digitalni preobrazbi banke in izvedbi iniciative brezpapirnega poslovanja. Skupaj smo razvili prilagojeno rešitev za zajem in odlaganje dokumentacije neposredno v dokumentni sistem, ki omogoča neposredno integracijo tudi z drugimi bančnimi sistemi. Običajno ljudje s težavo sprejemamo spremembe ključnih procesov v podjetju, v tem primeru pa se je izkazalo nasprotno: zaposleni smo se sami zavzemali za čim hitrejšo uvedbo rešitve in predlagali vrsto dopolnitev, ki nam pomagajo pri dnevnem delu,« je dodal Alen Šibanc, vodja oddelka upravljanja sprememb za prebivalstvo, podjetja in digitalizacijo v Novi KBM.

Za varnost podatkov in dokumentov je zgledno poskrbljeno

Zaradi velike razpršenosti poslovalnic po državi so v Novi KBM določili skupine zaposlenih z natančno opredeljenimi pravicami, nadzor dostopa pa poteka prek avtentikacije s službenimi karticami. To pomeni, da se dokument natisne šele, ko zaposleni pride do tiskalniške naprave in se na njej identificira s kartico. S tem so dosegli, da dokumenti, ki so lahko tudi zaupne narave, ne ležijo pozabljeni na tiskalnikih, kjer bi bili vsem na oče.

IZPOSTAVLJENO

Predstavitvene informacije oglasnega trženja

Dobrodošli v novi dobi

Dobrodošli v prihodnosti. Vanjo zapeljite v popolnoma električnem vozilu ID.3, ki vas bo navdušil s futuristično zunanostjo, LED-žarometi, glasovnim upravljanjem, dosegom do 549 km (po WLTP, izvedba ID.3 Tour), povečano zmogljivostjo in hitrim polnjenjem, mogočim na domači polnilni postaji, bencinskih postajah in še marsikje. Ustvarjen za vse, ki hočete spremembo. Privoščite si jo in se nam pridružite na poti do brezemisijske vožnje. www.volkswagen.si/id3



Digitalna in poslovna transformacija

Osmi mednarodni kongres Eurolog: Oskrbovalne verige v znanosti in praksi 2021 v soorganizaciji Evropskega logističnega združenja (ELA) bo 15. in 16. aprila 2021 v GH Portorož. Kongres bo združil vse deležnike na področju logistike in predstavil pester program na področju logistike v proizvodnji, umetne inteligence in logistike v prihodnosti. Več podrobnosti o programu in prijavi na www.logisticnikongres.si.



Novi poslovni paketi za podjetnike

Pri Intesi Sanpaolo Bank smo ponudbo za podjetnike dopolnili s tremi novimi paketi – Osnovni, Standard in Premium. Paketi vključujejo najpogosteje uporabljene storitve, in sicer že od 7 EUR/mesec. Paket si izberete sami glede na obseg in način poslovanja, brez kakršnih koli dodatnih omejitev. Več o ponudbi na: www.intesasanpaolobank.si/podjetja



Prevozni paletni regali

Ponudbo skladiščne opreme so pri Artexu razširili s prevoznimi paletnimi regali. Sistem z njimi odlikujeta varnost in izredno visoka izkoriščenost prostora, tudi do 100-odstotna v primerjavi s stabilnimi paletnimi regali. Investicija v tak sistem skladiščenja se priporoča za visoko stroškovne skladiščne prostore, kot so hladilnice ali zamrzovalnice. Ustvarjajo zanesljive, uporabnikom prilagojene celovite rešitve regalne skladiščne opreme. www.artex.si



Tudi industrija se digitalizira

Digitalna preobrazba Nič več ni razkošje, postaja nujnost – Tudi proizvodna podjetja so lahko digitalne platforme

- **Podjetja morajo pripravljeno ljudi na spremembe izkoristiti za naložbe.**
- **Razumevanje okolja in fleksibilen odziv sta ključna za odgovor na krizo.**
- **Industrija 4.0 ni več samo trend, ampak je za številna podjetja nova realnost.**

Jože Polh

Sedanje razmere že dolgo spreminjajo naš način življenja in dela. Spremenili smo nakupovalne navade in vsakodnevne aktivnosti. Mnogi delajo od doma, navidezni sestanki so postali del vsakdanje rutine. Koronavirus na poslovna okolja deluje kot pospeševalec sprememb, saj podjetja iščejo rešitve in pristope, kako (še bolje) poslovati v novi realnosti.

Leto 2020 je digitalizacijo v podjetjih vsekakor pospešilo. Po drugi strani pa se nekatera podjetja bojijo povišanih tveganj zaradi sprememb, kot so finančni zapleti, tehnološka podhranjenost ali pomanjkanje veščin. Izpostavljena so predvsem podjetja, ki imajo zelo poudarjeno fizično komponento dela, na primer najrazličnejša proizvodna podjetja.

Prvi odziv proizvodnih podjetij na zniževanje prihodkov je pogosto ta, da morajo narediti korak nazaj. Napaka. Trenutno stanje in predvsem pripravljenost ljudi na

spremembe je treba izkoristiti za naložbe.

»To je čas, ko imate nekoliko več časa za razmislek in dober pogled na to, kakšna bo prihodnost. Spretlost prilagajanja in sprejemanja sprememb je ključna,« pravi Andrej Črne, svetovalec za uvedbo poslovnega programa Pantheon v podjetju Datalab Tehnologije, in dodaja: »V očeh industrije je koronavirus nekakšen napadalec. Pri tem mora branilec narediti obrambno potezo, hkrati pa že načrtovati naslednjo. To zahteva sposobnost izvajanja dveh nalog hkrati. Razumevanje okolja in fleksibilen odziv sta ključna za uspešno obrambo. Tudi na poslovnem področju fleksibilnost proizvodnje in zagotavljanja dobavne verige zahteva sposobnost obdelave informacij in sposobnost hitrega ukrepanja.«

Podatki so rodovitna prst za inovacije

Koncept Industrija 4.0 je nastal kot potreba industrije po izboljšavah: povečanju učinkovitosti, boljšem pregledu nad stroški, storitvami, logistiko in podobno. Pomemben dejavnik, ki so ga dodale sedanje razmere, je prilagodljivost in hiter odziv na spremembe. Podjetja morajo, z željo po dostavljanju kakovostnih proizvodov in ohranjanju konkurenčnosti, digitalizirati proizvodnjo in povečati njeno učinkovitost.

Industrija 4.0 ni več zgolj trend, ki se bo zgodil nekoč v prihodnosti, ampak je za številna podjetja nova realnost. Gre predvsem za povezavo



Tudi na poslovnem področju fleksibilnost proizvodnje in zagotavljanja dobavne verige zahteva sposobnost obdelave informacij in sposobnost hitrega ukrepanja, poudarja Andrej Črne. FOTO DATALAB

strojne tehnologije z informacijskimi sistemi na popolnoma drugačni ravni. Industrija 4.0 se je v proizvodnih podjetjih začela pojavljati že pred več kot desetletjem, pri čemer je bil poudarek na inteligentni proizvodnji. Z leti so stroški senzorjev in tehnologije avtomatizacije padli, zato se je njihova raba povečala in razširila po celotni dobavni verigi.

Tako se je industrija 4.0 razširila zunaj proizvodnih okolij in se že širi na celotno dobavno verigo. Pravoča-

sne in kakovostne informacije zdaj potujejo po celotni dobavni verigi, vse od proizvodnje do načina distribucije in logistike, kar omogoča tako zvišanje produktivnosti dela, boljše izkoristke virov in opreme. A tista res zmagovalna ideja je vzpostavitev povratne zanke – da informacije potujejo tudi v nasprotni smeri: da proizvajalec ve in razume, kako uporabniki sploh uporabljajo njegov izdelek ter ga lahko še prilagodi in izboljša. Analitika in podatki so

rodovitna prst za sveže in prebojne inovacije.

Nova raven učinkovitosti

Skupaj z digitalizacijo industrija 4.0 podjetjem omogoča največjo učinkovitost do zdaj. Proizvodna podjetja dajejo vse pogostejše večjo prednost rešitvam, ki združujejo napredno povezljivost, avtomatizacijo, tehnologije oblaka, senzoriko, različne proizvodne procese, inteligentne algoritme in internet stvari – vse to pa vodi v temeljito preobrazbo poslovanja. Proizvodna podjetja, podobno kot vsa druga, postajajo podatkovno gnane digitalne platforme. »Pantheon Manufacture zagotavlja popoln nadzor nad celotnim poslovnim procesom prek digitalne platforme. Podjetje z njo pridobi nadzor nad celotno proizvodnjo, dobaviteljsko verigo, stroški storitev in upravljanjem sredstev,« dodaja Črne.

Proizvodna podjetja tako načrtujejo in izdelujejo pametnejše izdelke za potrošnike in lastno učinkovitost dvigajo na novo raven. Zajem in deljenje podatkov v realnem času ter avtomatizacija opravil ljudem v proizvodni verigi pomagajo, da imajo vedno na voljo prave informacije in orodja za boljše opravljanje svojega dela ter sprejemajo hitrejša odločitve v celotni dobavni verigi. Po tej plati je koronavirus dobrodošla grožnja, ki je industrijo prisilila v pospešen razvoj in nujne spremembe. Kdor jih opravi prej, bo v (naj) boljšem položaju za okrevanje po pandemiji.

Še bolj mobilno na avtobus in kolo

Urbana in BicikeLJ Ljubljana končno postaja bolj mobilna oziroma do mobilnih aplikacij prijazna

Na začetku novembra sta v glavnem mestu zaživi mobilna aplikacija za izposajo koles BicikeLJ, hkrati z njo pa se je uporabnikom predstavila še prenovljena spletna stran *bicikelj.si*. Predvidoma do konca novembra bo na postajah BicikeLJ nameščena tudi nova strojna oprema, ki bo podpirala novo generacijo programske opreme za upravljanje sistema mestnih koles (ta bo po novem deloval z uporabo šestmestne kode PIN).

Prav tako bo novembra zaživele brezstično plačevanje prevoza z mestnim avtobusom v Ljubljani (LPP), saj se mobilni aplikaciji urbana za pametne telefone s sistemom android pridružuje še različica za Appleove iPhone (in sistem iOS). Omenjena mobilna aplikacija omogoča tudi iskanje in prikaz shem linij, postajališč in dinamično napo-

vedovanje prihodov avtobusov LPP na postajališča. Aplikacija omogoča še prikaz postajališč BicikeLJ, lokacij parkomatov, urbanomatov, javnih parkirišč in garažnih hiš ter prodajnih mest urbane. J. P.



Nova aplikacija bo povezala uporabo mestnega avtobusa in kolesa. FOTO LPP

POSLOVNI PROGRAM PANTHEON

Ne veste, kje začeti z digitalno preobrazbo podjetja?

Potrebujete le poslovni program PANTHEON in rešitve za ePoslovanje.

PANTHEON DMS



PANTHEON Workflow

Definirajte korake v poslovnih procesih, ki se vsak dan odvijajo v vašem podjetju.



eDokumentacija

V eDokumentacijo shranjujete vse dokumente, ki ste jih do sedaj vlagali v fascikle ali pa so krožili po podjetju.



Varnostna kopija

Avtomatizirajte dnevno izdelavo varnostnih kopij najpomembnejših podatkov podjetja.



eRačun

Enostavno, hitro, ceneje in okolju prijazno! Pridružite se podjetnikom, ki se zavedajo, da je papirno poslovanje preteklost.



eKnjižbe

Nič več pretipkavanja! Z eKnjižbami boste zajeli podatke iz papirnatega dokumenta v e-obliko.



elzmenjava

Samodejni prenos podatkov v standardizirani obliki, kjer se med poslovnimi partnerji izmenjujejo različni e-dokumenti.

01 252 89 50

prodaja@datalab.si

datalab.si



PANTHEON®
Poslovni informacijski sistem

Letališče sprejme potnike – in se probraz

Tržno komuniciranje Centralizirano upravljanje oglaševalskih akcij prek vseh digitalnih medijev omogoča nagovarjanje

- Digitalne medije na letališču so že preizkusili trgovski in gostinski ponudniki.
- Napredne analitične sposobnosti bodo prišle do izraza, ko bo potniški promet okrevl.
- Novi oglaševalski ekosistem bo v celoti nared v novem potniškem terminalu.

Miran Varga

Veliko podjetij je leto 2020 prisililo na pot digitalne preobrazbe. Nekateri so vzpostavili spletne trgovine, drugi so se šele zdaj zavedeli, da brez spletne strani podjetje ne obstaja in da so digitalni kanali v času ovir postali najučinkovitejša točka stika s potrošnikom. Obstajajo pa tudi podjetja, ki jim digitalizacija ni tuja in so potencial digitalnih tehnologij spretno izkoriščala že v preteklosti. Tudi za potrebe digitalnega marketinga.

Kot primer dobre prakse Nejc Lepen, direktor razvojnega oddelka v digitalni agenciji iProm, navaja Letališče Jožeta Pučnika Ljubljana. Letališče je z vidika tržnega komuniciranja edinstvena lokacija za doseganje ciljne skupine potrošnikov, ki jih je sicer težko nagovoriti po drugih komunikacijskih kanalih. Podjetje Fraport Slovenija je želelo v sklopu razvoja in nadgradnje oglaševalske infrastrukture razviti storitve, ki bodo letališki digitalni oglaševalski ekosistem – ki je v nastajanju, pripravljen pa bo v novem potniškem terminalu, ki bo predvidoma končan in predan v uporabo poleti prihodnje leto – dodatno nadgradile, po drugi strani pa zagotovile boljšo monetizacijo lastnih medijskih zmogljivosti.



Letališče je edinstvena lokacija za nagovarjanje občinstva, ki ga je sicer težko doseči. FOTO FRAPORT SLOVENIJA

Digitalne medije je povezala platforma

Za ta namen so upravljavci letališča v povezavi s strokovnjaki za digitalne tehnologije podjetja iProm vzpostavili platformo, ki je med seboj povezala vse digitalne medije podjetja Fraport Slovenija, in sicer digitalne zaslone, spletno stran ter brezžično omrežje wi-fi na letališču. Nastala je edinstvena tehnološka rešitev – tako z vidika tehnologije kot potencia-

la, ki ga ponuja oglaševalcem. Zdaj oglaševalci lahko učinkoviteje izkoristijo potencial letališča kot lokacije za oglaševanje, na voljo imajo centralizirano upravljanje oglasnih akcij prek vseh digitalnih medijev na letališki lokaciji. Omogočeno je tudi nagovarjanje potnikov z vsebino, ki se prilagaja občinstvu, se med posameznimi točkami stika prepleta ter sledi potniku na njegovi poti po letališču. Nova oglasna infrastruktura

je z vidika standardov in tehnologije v celoti zasnovana tako, da omogoča povezavo z globalnim sistemom za programatično oglaševanje in trgovanje z medijskim prostorom. Letališče Ljubljana tako postaja eno prvih letališč s takšno oglaševalsko infrastrukturo nasploh.

Ena ključnih prednosti nove platforme za upravljanje oglasov je tudi možnost uporabe napredne tehnologije iProm DMP za zbiranje in upo-

rabo podatkov iz različnih zalednih sistemov. Z uporabo neodvisnih podatkov (na primer o letih, letalskih družbah, vremenu, lokaciji) in podatkov o potnikih lahko oglaševalci prilagajajo vsebino oglasnih akcij v realnem času. Digitalne medije na letališču so že preizkusili trgovski in gostinski ponudniki ter njihovi dobavitelji, letalske družbe, turistične agencije ter številni domači in tuji oglaševalci, ki oglašujejo storitve in



Registri • Uradne objave • Letna poročila • SPOT točka
Statistike • Bonitetne ocene • Finančni podatki • Pobot • LEI

Z INFORMACIJAMI AJPES DO VARNEGA POSLOVANJA



Učinkovito obvladajte poslovna tveganja – spletno orodje Fi=Po Finančni pomočnik ponuja ažurne podatke o poslovnih partnerjih in tekoče obveščanje o spremembah.



Dokažite svojo odličnost in kreditno sposobnost – uporabite bonitetno oceno S.BON AJPES, edino izdelano le z uradnimi podatki.



Optimizirajte poravnavanje obveznosti – uporabite ePobot AJPES za hitro, varno in stroškovno učinkovito poravnavo.



Pridobite zaupanja vredno mednarodno identiteto – LEI koda omogoča večjo mednarodno prepoznavnost in olajša poslovanje s tujino.

zi v medij

janje z vsebino, ki je prilagojena občinstvu

izdelke za ciljne skupine potrošnikov z višjo in visoko kupno močjo.

Rezultat ni izostal

V Fraportu Slovenija oglaševalcem s tem zagotavljajo največ učinka za vložen denar, hkrati pa s povezovanjem različnih digitalnih točk stika s potrošnikom ustvarjajo dodano vrednost – boljši vpogled v potrošnike, možnost personaliziranih nagovorov potrošnikov ter prilagoditve kreativne glede na podatke iz zalednih sistemov. Da nova digitalna oglaševalska krajina deluje, je bilo potrjeno tudi v neodvisni zunanji raziskavi, v kateri so ugotovili, da je povprečna opaženost oglasov na letališču približno 60-odstotna, pri čemer je bil izmerjen zelo visok delež nakupne namere, ki je pri najboljšem oglasu dosegal skoraj 50 odstotkov. Konverzija na letališču, v smislu trgovskega ali gostinskega nakupa na podlagi oglasov, je bila več kot 20-odstotna, kar je precej boljši rezultat v primerjavi s klasičnimi metodami oglaševanja.

»Če smo pred leti začeli v digitalnem oglaševanju testirati tako imenovane dinamične kreativne, so te v času hiperpersonalizacije postale pomemben element digitalnih strategij. Njihova gradnja temelji na podatkih, ki prek postopkov avtomatizacije in uporabe naprednih algoritmov omogočajo sestavo sporočila v realnem času z vsebino in v obliki, ki učinkoviteje nagovori potrošni-

ka,« svež in učinkovit oglaševalski pristop opiše Lepen.

Oglaševalski ekosistem, ki se uvaja na letališču, ima tudi. To bo omogočilo natančno profiliranje potnikov glede na njihove potovalne navade, značilnosti letov in izkušnje na letališču, kar bo omogočilo oglaševalcem še učinkovitejše nagovarjanje.

Oglaševanje se vse bolj digitalizira in primer digitalne preobrazbe oglasnih zmogljivosti na letališču je dokaz, da se medijske platforme med seboj vse bolj prepletajo in da živimo v dobi vsepovezanega posameznika, ki lahko dostopa do informacij in zanj prilagojenih ponudb v realnem času od koderkoli in kadarkoli.

»Letališče Ljubljana bo verjetno bolj zaživelo šele prihodnje leto, ko se bodo zadeve nekoliko normalizirale, je pa nedvoumno dober primer ustvarjanja novega lastnega digitalnega ekosistema, ki ga podjetja lahko tudi monetizirajo in s tem ustvarijo dodaten dohodkovni vir ali s platformo podprejo ekosistem, v katerem delujejo. Take aplikativne rešitve na področju interneta stvari je iProm prvič predstavil že leta

2016 s programatično distribucijo oglasnih sporočil na mednarodni mreži Printboxovih kioskov in v taksijih, razvoj pa gre nezadržno naprej,« zaključuje Nejc Lepen, direktor razvojnega oddelka v iPromu.



Letališče Ljubljana bo verjetno bolj zaživelo šele prihodnje leto, priznava Nejc Lepen.



FOTO FABRIZIO BENSCH/REUTERS

Bitcoin in Mastercard

Digitalno plačevanje PayPal širi svoj ekosistem

Podjetje PayPal, ki ima več kot 300 milijonov uporabnikov, ti na mesec izvedejo za približno 70 milijard dolarjev plačil, je v svoj plačilni sistem dodalo kriptovaluto bitcoin. S tem želi spodbuditi uporabo digitalnih žetonov in svojo mrežo pripraviti na digitalne valute, ki jih bodo morda

vedle centralne banke ali podjetja. Okrepil je tudi sodelovanje z družbo Mastercard in storitev takojšnjega prenosa sredstev z računa PayPal na kartico, ki je bila najprej v uporabi le v ZDA in Singapurju, uvedel tudi na več evropskih trgih, med prvimi prav v Sloveniji. **M. V.**

NT REMOTE Šest polemik nove realnosti

Ena od klasik med domačimi IKT-konferencami, Microsoftova NT konferenca, se letos (že drugič) seli na splet, kjer bo 24. in 25. novembra potekala pod imenom NT Remote. Vsebinski sklopi bodo poslovno-organizacijsko obarvani, obravnavali bodo šest polemik nove realnosti. **Udeleženci konference naj bi tako dobili odgovore na šest velikih vprašanj letošnjega leta**, predvsem glede vodenja in dela na daljavo, uporabe poslovnih aplikacij, uvajanja novih poslovnih modelov v poslovanje ter priprave in izvedbe akcijskega načrta za višjo rast produk-



tivnosti. Predstavljen bo tudi akcijski načrt za iskanje rešitev za večjo blaginjo in nadaljnje izboljševanje življenjskega standarda v Sloveniji, ki ga je pripravilo Združenje Manager v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto Univerze v Ljubljani ter ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo. **V. S.**

DELO NA DALJAVO Dematerializirane pisarne

Raziskava Ericsson IndustryLab ugotavlja, da bo napredek tehnologije v kombinaciji z omrežji 5G v prihodnjem desetletju omogočil razvoj interneta čutov. Podjetja se namreč ne vračajo v normalnost, kakršno smo poznali pred pandemijo, ampak vse intenzivneje iščejo boljše načine, kako zaposlenim zagotoviti polno izkušnjo dela na daljavo. Navadne računalnike bi v prihodnje lahko nadomestile delovne postaje, ki bi omogočale popolno virtualno izkušnjo zaposlenih. Tako bi sodelavce zaznali, kot bi bili v prostoru z nami, enako velja za stranke in poslovne partnerje, izkušnja pa bi se zelo približala realnim zvokom, občutkom, celo vonju. **J. P.**

BREZPAPIRNO POSLOVANJE Podpisujte elektronsko, poslušajte digitalno

Na že 12. konferenci Mikrografije, ki je tokrat potekala po spletu, je bila v ospredju digitalizacija poslovnih okolij. Z uvajanjem naprednih poslovnih rešitev za delo z dokumenti in podatki lahko podjetja v celoti izkoristijo potencial zaposlenih, izboljšajo njihovo produktivnost in predvsem prihranijo veliko časa. **Slovenska podjetja so letos pohitela z uvajanjem rešitev za e-poslovanje**, posebno velik »pospešek« je doživela prodaja rešitev za elektronsko podpisovanje. To ima največji potencial v organizacijah, kjer imajo veliko stikov s strankami in vsak dan pripravi ogromno dokumentov – na primer v bančništvu, zavarovalništvu, zdravstvu ali telekomunikacijah. Takšne organizacije lahko z uvedbo elektronskega podpisovanja ustvarijo velike prihranke, saj se precej zmanjša potreba po tiskanju dokumentov, znižajo pa se tudi stroški manipulacije s papirnimi dokumenti, ki jih je treba dostaviti podpisnikom. **M. V.**



Tiskajte več, porabite manj

Z novo generacijo večopravilnih naprav Kyocera tiskate več in porabite manj! Manj energije, manj časa in manj denarja. In ker imajo sestavni deli zagotovljeno dolgo življenjsko dobo, boste menjali le toner.

Za pametno upravljanje z dokumenti.



www.xenon-forse.si

Trg avtomobilov bo oživel prihodnje leto

Peugeot Prvi električni avtomobil so predstavili leta 1941, zato se tudi sedanje elektrifikacije ne bojijo

- Znamka praznuje 210 let obstoja, na začetku seveda ni bila avtomobilska.
- Skupni stroški lastništva električnih avtomobilov postajajo primerljivi s stroški klasičnih.
- V Peugeotu stavijo tudi na napredek na področju digitalizacije in avtonomne vožnje.

Blaž Kondža

Zgodovina avtomobilskih znamk se pogosto začne pisati v katerem drugem poslu in tako je bilo tudi pri Peugeotu. Ne nazadnje je prvi bencinski avtomobil v zgodovini ugledal luč sveta šele leta 1886, torej skoraj 80 let po tem, ko so bratje Peugeot po očetu Jean-Pierru leta 1810 podedovali družinski mlin v Sous-Crateu v vzhodni Franciji.

Namesto mletja žita so se bratje lotili valjanja železa in najprej izdelovali jeklene trakove in spiralne vzmeti za bližnje švicarske urarje. Tako se je začela pisati zgodovina avtomobilske znamke, ki je več kot pol stoletja prisotna tudi na slovenskem trgu.

Podobno kot znamka Peugeot tudi naš sogovornik Adam Kavšek, direktor podjetja P Automobil Import, te dni praznuje okroglo obletnico – pred desetimi leti je prvič prespopil prag slovenskega zastopnika znamke Peugeot. Pred vstopom v svet avtomobilizma, ki ga je navduševal že od malega, je pet let deloval v storitvenem sektorju, nazadnje v zavarovalništvu.

Splet okoliščin je botroval, da je dobil povabilo, da se pridruži ekipi takratnega Peugeot Slovenija. Najprej je vodil oddelek logistike in planiranja prodaje, že kmalu presedlal neposredno v prodajo, najprej kot vodja, pozneje pa kot direktor prodaje in direktor znamke Peugeot. Po dobrih treh letih vodenja znamke je letos prejel ponudbo za mesto direktorja podjetja. Pravi, da je ponudbo z veseljem sprejel, saj mu ta predstavlja tako odličan izziv kot tudi potrditve dobrega in uspešnega dosedanjega dela.

Znamka Peugeot letos praznuje 210 let obstoja. Ker je avtomobil novejša iznajdba, povejva bralcem, s čim so se v družinskem podjetju ukvarjali pred avtomobilom? In kdaj je iz Peugeotove delavnice pripeljal prvi avtomobil?

Biti na trgu med vodilnimi že več kot dve stoletji je nekaj, kar Peugeot odlikuje in loči od drugih znamk ter je hkrati tudi velik navdih za prihodnost. Trenutno se to pri nas odraža v elektrifikaciji. Vse to izhaja iz naše tradicije, ki sega od izdelovanja krinolin, okvirjev za dežnike, listov za žage, dlet, koles, do izjemnih mlinčkov za kavo, sol



Kljub letošnjemu splošnemu zmanjšanju prodaje avtomobilov je Peugeot svoj tržni delež povečal, pravi Adam Kavšek. FOTO PEUGEOT SLOVENIJA

in poper, pa vse do prvega avtomobila, ki je bil izdelan davnega leta 1889.

Kateri so po vašem glavni mejniki v razvoju podjetja Peugeot, da je danes postal eden glavnih igralcev na avtomobilskem trgu? Pri Peugeotu si nenehno prizadevamo za razvoj. Že prihodnje leto želimo postati najboljši, vrhunski generalist. Ker nenehno vlagamo v razvoj in inovativnost, ustvarjamo napredno, inovativno in cenovno dostopno mobilnost.

Kako pa je družina Peugeot vpletena v avtomobilski posel danes? Družina Peugeot je še vedno vpletena, a je svoj delež zmanjšala in ob

Letos je bilo v Sloveniji registriranih 28,9 odstotka manj novih vozil kot v istem obdobju lani, a Adam Kavšek meni, da so potencialni kupci svojo odločitev le preložili.

tem vključila še druge akterje. Vsi imajo skupno vizijo, prizadevajo si za popolnost in inovativnost avtomobila, kar ne nazadnje uteleša tudi naš logotip leva, ki sporoča ponos, varnost, moč, stabilnost in razvoj.

Kdaj pa se je znamka s svojimi vozili prvič pojavila na Slovenskem in kako je na trgu prisotna danes?

Tudi v Sloveniji smo prisotni že več kot pol stoletja, saj smo se kot znamka na slovenskem trgu pojavili že v 70. letih prejšnjega stoletja. Imamo dolgo tradicijo, na katero smo zelo ponosni. Vse to se odraža v dejstvu, da je znamka v Sloveniji priljubljena. Danes je Peugeot v Sloveniji prisoten prek podjetja P Automobil import, ki je v lasti švicarske skupine Emil Frey. Dodati pa je treba tudi, da letos predstavljena peugeot 208 in peugeot 2008 sodita v sam vrh najbolje prodajanih vozil na slovenskem trgu, kar potrjuje uspešno prisotnost na trgu.

Letos je tudi v avtomobilski panogi čutili vpliv pandemije covid-19. Kako ste jo čutili v Peugeotu in katere ukrepe ste sprejeli? V Peugeotu ves čas v ospredje postavljamo naše poslovne partnerje,

koncesionarje in posledično našega uporabnika, torej našega kupca in z njim gradimo odnos. Tudi ko je prišla pandemija koronavirusa, avtomobilska panoga ni bila izjema. Prisiljeni smo se bili hitro prilagoditi, tako v Sloveniji kot v drugih državah. Dejstvo je, da kupci cenijo naš trud in se vračajo. Res je, da se je stanje upočasnilo, a po naših ocenah koronakriza večinoma ni vplivala na odločitve kupcev o nakupu vozila, ampak jih je samo časovno preložila. Statistični podatki kažejo, da je bilo letos registriranih 28,9 odstotka manj vozil kot v istem obdobju lani, kar je posledica razmer, povezanih z epidemijo covid-19. Kljub temu je Peugeot na slovenskem trgu povečal svoj tržni delež in je med znamkami, ki beležijo najmanjši upad prodaje v primerjavi z lani.

Kakšne so vaše ocene o prihodnji prodaji avtomobilov pri nas in v Evropi? Ali so kupci na svoj nakupni radar že dali električna vozila?

Odločnejšo oživetje trga pričakujemo v drugi polovici prihodnjega leta, seveda ob predpostavki, da bo strah popustil in da bo virus pod nadzorom. Prav primer elektrifi-

kacije lepo ponazarja naprednost znamke Peugeot. Že leta 1941, med drugo svetovno vojno, so na trgu predstavili svoj prvi električni model, ki se je imenoval VLV. To je bil majhen mestni električni avtomobil za dva, opremljen z elektromotorjem. Tako elektrifikacija danes za nas ni več vprašanje. Peugeot uporabnikom omogoča svobodo izbire: ni več vprašanje dizelsko gorivo, bencin, elektrika ali hibrid. Naša celovita ponudba vključuje prav vse vrste pogonskih sklopov, s tem pa kupcem omogoča pravo svobodo izbire glede na njihove preference in potrebe.

Ko govorimo o električnih vozilih, racionalnega kupca najbolj zmoti, da bi za enak denar dobil veliko več klasičnega avtomobila. Ali bomo kdaj dočakali dan, ko bo cena avtomobila enaka, ne glede na vrsto pogona?

Dejstvo je, da je prihodnost v električnih vozilih. Tudi raziskave kažejo, da so današnje generacije zelo usmerjene v okolje. Našim zanamcem ne bo vseeno, v kakšnem okolju bodo živeli. Želijo tudi zdravo okolje in čistejši zrak. Pa tudi nam ni vseeno, kakšen planet bomo zapustili našim otrokom in prihodnjim generacijam. Z električnim vozilom ljudje v resnici dobijo več. Ni jim več treba hoditi na črpalke, saj vozilo lahko polnijo doma, poleg tega je elektrika cenejša. Na leto tako prihranijo kar nekaj dragocenega časa in denarja ter hkrati skrbijo za čistejši zrak in posledično boljše zdravje in preprečevanje bolezni, povezanih z onesnaženostjo okolja.

Ko govorimo o primerjavi električnega in avtomobila s termičnim motorjem, cena ni pravi primerjalni faktor. Primerjati je treba stroške lastništva (angl. total cost of ownership – TCO), ki vključuje vse stroške, povezane z nakupom in vzdrževanjem avtomobila. In prav TCO je pri naših električnih modelih e-208 in e-2008 primerljiv z njunima termičnima različicama. Poleg tega kupec električnega Peugeota prejme ob nakupu še domačo električno polnilnico, s katero lahko svoje električno vozilo enostavno in hitro napolni doma.

Za konec morda še misel, kako je Peugeot pripravljen na prihodnost mobilnosti in kakšna bo ta po vašem?

Naša prihodnost je navdušujoča in obeta še zelo veliko. Vse to si bomo želeli poskusiti in doživeti še marsikaj. Navdušen sem nad prihodnostjo, ko vidim, kaj vse nam prinaša, kako nam bo vožnja olajšala življenje in poskrbela za še večjo varnost. Vse to lepo povzema misel Mahatme Gandija, ki pravi, da je prihodnost odvisna od tega, kaj počnemo v sedanosti. Iz tega naslova se veselim prihodnosti.

Toplotne črpalke LG za vrhunsko učinkovitost gretja



LG Electronics (LG) na slovenskem trgu predstavlja novosti na področju svojih sistemov za gretje LG Therma V. Gre za toplotne črpalke zrak/voda, ki prinašajo številne možnosti za prihranke energije pri nadgradnji ogrevalnega sistema v domovih. Lahko jih uporabljamo za talno ali radiatorsko ogrevanje in oskrbo s toplo sanitarno vodo celo pri zunanji temperaturi $-25\text{ }^{\circ}\text{C}$.

Z zamenjavo ali dopolnitvijo tradicionalnega sistema gretja na plin ali kurilno olje toplotna črpalka zrak/voda občutno zmanjša izpuste CO₂ in porabo energije, saj za gretje vode uporablja obnovljiv in brezplačen vir – naravno toplotno energijo zunanjega zraka. V primerjavi z gretjem na plin pri vgradnji toplotne črpalke zrak/voda nista potrebna drag plinski priključek in dimnik, s čimer se pomembno zniža strošek namestitve sistema gretja v hiši ali stanovanju. Pri varovanju narave in okolja se LG-jeva proaktivnost kaže tudi v uporabi plina R32, ki je skladen s strogimi evropskimi pravili o F-plinih in je ekološko bolj sprejemljiva alternativa. LG-jeve toplotne črpalke prav tako dopolnjujejo LG-jev pametni dom, v katerem so vsi hišni aparati povezani prek aplikacije ThinQ. Ta omogoča upravljanje in nadzor LG-jevih pametnih naprav, kjerkoli ste. Glede na potrebe in zmožnosti se lahko uporabniki odločijo za različico monobloc (zgolj zunanja enota) ali deljeno različico z notranjo in zunanjo enoto.

THERMA V R32 SILENT MONO-BLOC

Therma V R32 Silent Monobloc je prva letošnja novost. Ker v eni enoti združuje



tako zunanjo kot notranjo enoto, odpade potreba po plinski inštalaciji, saj se samostojna enota postavi zunaj in poveže samo s cevmi za vodo. Prav tako nista potrebni kotlovnica ter vgradnja priključka za plin ali dimnik, kar poenostavi in skrajša vgradnjo in prihrani prostor. Model Therma V R32 Silent Monobloc ni le energijsko učinkovitejša od predhodnika, ampak s tihim načinom delovanja (Silent Mode) znižuje hrup na zgolj 32 dB pri oddaljenosti 5 metrov, s čimer zadošča tudi vedno strožjim pravilom o hrupnosti naprav. Za primerjavo: povprečen hrup v knjižnici je 40 dB.

Naprava se lahko pohvali tudi z odličnim koeficientom sezonske učinkovitosti (SCOP) 4,68, prihranek energije pa potrjuje energijski razred A+++. Ob prihrankih in učinkovitosti Therma V R32 Silent

Monobloc omogoča še praktično upravljanje in uporabo. Uporabniki z njo upravljajo po 4,3-palčnem barvnem zaslonu, ki se namesti v hiši. Prav tako je mogoče skoraj vse funkcije črpalke upravljati kjerkoli z brezplačno aplikacijo LG ThinQ za mobilne naprave.

LG THERMA V R32 IWT

Druga novost LG Therma V R32 IWT ima integrirano posodo za vodo (PVT) oziroma rešitev za toplo sanitarno vodo, ki na praktičen način kombinira notranjo posodo in posebno zunanjo enoto. Gre za vrhunsko rešitev, ki prihrani prostor v domu, saj vse komponente (ventili, akumulacijski rezervoar s 40 litri, rezervoar sanitarne tople vode in ekspanzijska posoda) niso vgrajene ločeno, temveč so popolnoma integrirane. Notranja enota

se zaradi vrhunskega oblikovanja lepo vključi v vsako kuhinjo, pralnico, skladišče ali garažo. Tudi ta rešitev uporablja okolju prijazen plin R32, izboljšuje učinkovitost in zmogljivost s kompresorjem R1 ter ponuja možnosti za upravljanje, nadzor in povezovanje z aplikacijo LG ThinQ.



DOBRO JE VEDETI

Za namestitev toplotnih črpalk je mogoče pridobiti tudi subvencije pri Eko skladu v višini od 20 do 50 % vrednosti naložbe pri samostojnih naložbah (največ do 2500 oz. 5000 evrov) ali 25 % priznanih stroškov naložbe pri skupnih naložbah v večstanovanjskih stavbah. Hkrati je zanje možno pridobiti tudi kredit po subvencionirani obrestni meri.

www.lg.com

VROČA DELNICA

Kozmetika se dobro znajde tudi v recesiji

L'Oréalu je diverzifikacija v recesijskem poslovnem okolju že dobro služila, zato menijo, da bo zdaj podobno.



Aleš Grbić,
Sava Infond

L'Oréal je vodilno podjetje v svetovni industriji kozmetike, ki posluje vse od leta 1909. Njihova poslovna področja obsegajo produkte za nego kože (35 odstotkov celotnih prihodkov), ličila (26 odstotkov), produkte za nego las (25 odstotkov) ter parfume (devet odstotkov). Prodaja je razpršena po vsem svetu, od tega 28 odstotkov ustvarijo v Evropi, 25 odstotkov v Severni Ameriki ter 47 odstotkov na razvijajočih se trgih (večinoma na azijsko-pacifiškem območju).

Svoje produkte prodajajo po različnih prodajnih kanalih: v trgovine na drobno, lekarne, veleblagovnicah, parfumerijah, frizerskih salonih, spa in wellness centrih ter po spletu. Najbolj prodajane blagovne znamke vključujejo Lancôme, Yves Saint Laurent, Maybelline, Kiehl's, L'Oréal Paris, Garnier in Armani.

Konkurenčne prednosti podjetja izhajajo iz vodilnih blagovnih znamk, zelo močnih odnosov s trgovci na drobno ter iz stroškovnih prednosti. Po sredstvih, vloženih v

L'Oréal

tečaj delnice v evrih



DELO Vir: Bloomberg

oglaševanje, je L'Oréal med vsemi podjetji na tretjem mestu na svetu. Tudi zato ima višjo pogajalsko moč kot konkurenca. Te prednosti bo zelo verjetno ohranil najmanj prihodnjih deset let, zato bo konkurenčni položaj ostal stabilen.

Kot vodilno podjetje na področju kozmetike so dobro umeščeni, da bodo lahko uspešno izkoristili približno šestodstotno rast celotne industrije. Po vsem svetu se povečuje uporaba kozmetike na posameznika. Poganja jo rast kupne moči srednjega razreda po svetu, še posebno na razvijajočih se trgih. Argumente za prihodnjo rast najdemo v podatkih, da potrošniki v vzhodni Evropi in Latinski Ameriki namenijo za kozmetiko le tretjino oziroma petino zneska, ki ga za to porabi potrošnik v razvitem svetu. Zelo verjetna je predpostavka, da bodo njihove močne blagovne znamke skupaj z visokimi izdatki za raziskave in razvoj, zagotovilo za nadaljevanje rasti prodaje.

Od konkurence jih razlikuje dobro uravnotežen portfelj produktov tako za množice, prestiž, salone ter medicinske kanale. Zelo spretni so, ko alocirajo svoja sredstva do najboljših poslovnih priložnosti. Že pred pandemijo so zaznali težave v poslovnem okolju pri prodaji mno-

žicam, specializiranih trgovinah ter pri ličilih (upočasnitev glede na ciklični vrh leta 2017) v Severni Ameriki. Kljub temu so lani dosegli osemodstotno organsko rast prodaje.

Diverzifikacija jim je dobro služila v recesijskem poslovnem okolju – leta 2008 so se prihodki povečali za 2,8 odstotka, leta 2009 pa so upadli za 0,4 odstotka. Leta 2010 so se že vrnili v fazo normalne rasti in dosegli 11,6 odstotka. Zelo verjetno jim bo ta razpršitev pomagala tudi v pandemiji covid-19.

Letošnji rezultati potrjujejo zgoraj omenjeni scenarij – v prvem polletju se jim je organska prodaja znižala za kar 12 odstotkov, kar je bilo posledica pomladanske zaustavitve svetovnega gospodarstva. V tretjem četrtletju je prodaja spet dosegla 1,6-odstotno rast. Nekateri segmenti so dosegli dvomestno rast (nega kože, nega las), medtem ko je segment ličil upadel za skoraj 20 odstotkov. Prodaja parfumov je bila slabša za desetino.

SVETOVNI TRG

Volitve so poskrbele za izboljšanje razpoloženja

V tednu, ko so Američani volili, so se delniški trgi povsem približali novim jesenskim rekordom.



Lojze Kozole,
Ilirika BPH

V tednu ameriških predsedniških volitev smo na globalnih delniških trgih zabeležili sinhrono rast tečajev. Ameriški indeksi Dow Jones, Nasdaq in S&P 500 so v tem času pridobili od tri do štiri odstotke. Evropski trgi so se odrezali še bolje, saj sta nemški in francoski indeks v prvih treh dneh preteklega tedna pridobila šest in osem odstotkov (donosnosti so merjene v evrih).

V tem času so pridobile tudi cene nafte WTI in Brent, in sicer osem oziroma deset odstotkov. Dva odstotka je pridobilo zlato, medtem ko je tečaj EURUSD pridobil 0,4 odstotka.

Pozitivni »volilni« teden smo zabeležili tudi na Ljubljanski borzi, kjer so največ pridobile delnice Petrola (+5,7 odstotka), Krke (+4,5 odstotka) in Zavarovalne skupine Sava (+4,3 odstotka). Prejšnji teden je Skupina Telekom Slovenije objavila poslovni izidi za letošnje devetmesečje, v katerem je ustvarila 440 milijonov evrov prihodkov od prodaje oziroma štiri odstotke manj kot v istem obdobju lani. Čisti dobiček je bil brez upoštevanja poslovanja Planeta TV, prodanega Madžarom, in kosovskega Ipka, katerega podaja je ustavljena, pri 27,4 milijona evrov nižji za sedem odstotkov.

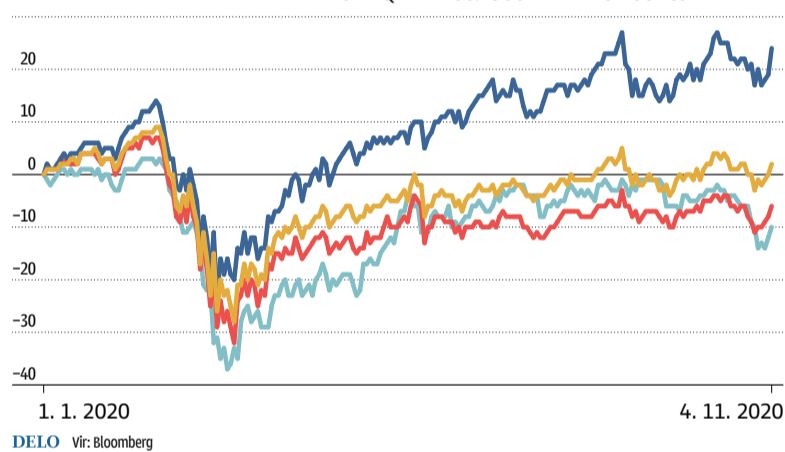
Glavni del sezone objav poslovnih izidov podjetij za letošnji tretji kvartal v ZDA se počasi končuje, saj je v času pisanja že 400 podjetij od 500, zajetih v indeksu S&P 500, objavilo svoje poslovne izide. Podjetja iz zdravstvenega sektorja so v letošnjem tretjem kvartalu imela 12-odstotno rast prihodkov in 14-odstotno rast dobička, pri tem pa so bili proizvajalci medicinske opreme prav tako uspešni kot farmacevtska podjetja. Nadaljevanje rasti prihodkov in dobičkonosnosti se v tem sektorju pričakuje tudi za letošnji zadnji kvartal.

Tega sicer ne moremo trditi za celoten indeks S&P 500, a kljub temu je z razmerjem med ceno delnic in dobičkonosnostjo pri 26 še vedno relativno dražji od farmacevtskega sektorja, pri katerem to razmerje znaša 22.

Gospodarska aktivnost se je v ZDA v tretjem četrtletju močno okrepila, saj se je BDP zvišal za 7,4 odstotka v medkvartalni primerjavi. Maloprodaja se je septembra v medmesečni primerjavi povečala za 1,6 odstotka, oktobrski odčitek predelovalnega indeksa ISM PMI pa se je približal najvišji ravni v devetih letih (59,3 točke). Visokemu oktobrskemu odčitku proizvodne-

Donosi izbranih indeksov

v indeksnih točkah



DELO Vir: Bloomberg

ga oziroma predelovalnega indeksa PMI smo bili priča tudi v Nemčiji (58,2 točke).

Prejšnji teden so bili v ZDA objavljeni podatki, ki kažejo, da se rast zaposlovanja še upočasnjuje, medtem ko izvoz še vedno zaostaja za trendi pred virusom. Pri tem lahko sklepamo, da bo novi val okužb v ZDA oba procesa še oslabil. Poleg tretjega vala okužb v ZDA, ki bo nekoliko zavrl gospodarsko rast (ta bo v zadnjem četrtletju najverjetneje

znašal okoli štiri odstotke), lahko na kapitalnih trgih izvor negotovosti pričakujemo predvsem iz ravnani sedanjega ameriškega predsednika, ki je že zahteval ponovno štetje glasov v ključnih zveznih državah.

Vseeno pa ob umiritvi omenjenih tveganj lahko pričakujemo ugodno klimo na kapitalnih, predvsem delniških trgih, ter nadaljevanje ničelnih obrestnih mer na bančne depozite.

Posebna ponudba za bralce Delovih edicij

DELO

ZAKAJ LUXY?

- * Prvo stikalo na svetu, ki osvetljuje prostor v 16 milijonih odtenkov
- * 2 v 1 – dekorativna lučka in stikalo za luč v enem
- * Upravljanje na dotik ali na daljavo s pametnim telefonom
- * Energijska učinkovitost – 20-krat manjša poraba kot pri navadni svetilki
- * Enostavna namestitve, brez sprememb v inštalaciji



STIKALO
134,90€ 149,90€



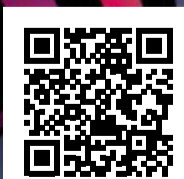
STIKALO IN MONTAŽA
149,90€ 167,90€

Za naročilo in več informacij o izdelku pokličite 05 335 95 17

NE ŽIVI V PRETEKLOSTI. STOPI V PRIHODNOST!

Po 135 letih Luxy na novo piše zgodovino stikal.

LUXY®
pametno stikalo
16 milijonov barvnih odtenkov



<https://luxy.qubino.com/sl/delo/>

TRG OBVEZNIC

Ko negativne obrestne mere niso dovolj

Ameriška krivulja donosnosti se je v zadnjih dveh mesecih spet začela dvigati, evropska pa spet spuščati.



Aleš Čačovič,
Triglav Skladi

Ameriške volitve so bile v prejšnjem tednu globalno žarišče dogajanja – za nekaj dni so celo zasenčile vsakodnevne novice in podatke o okuženih s koronavirusom.

Volitve predsednika v ZDA načelno niso nikoli veljale za dogodek, ki bi srednjeročno relevantno vplival na kapitalske trge, vsekakor pa imajo lahko posledice na vse drugo. Če ostanemo pri kapitalskih oziroma obvezniških trgih, seveda obstajajo številni scenariji o tem, kaj je mogoče pričakovati v prihodnjih štirih letih pod Trumpom ali Bidnom.

Vendar je fokus trga usmerjen predvsem na težko pričakovani in zelo potreben dodatni fiskalni stimulus v ZDA, ki ga kongresu pred volitvami ni uspelo potrditi. Po volitvah bo konsenz spet odvisen od poraz-

delitve sedežev med republikanci in demokrati v spodnjem in zgornjem domu kongresa. Torej še ena od številnih globalnih negotovosti, ki smo jim priča, še posebno v tem letu.

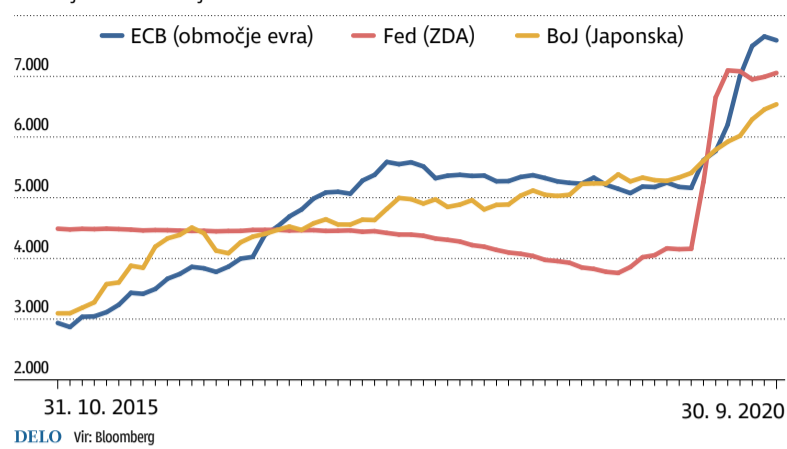
A vendar, število okužb s covidom-19 se bo v ZDA še naprej povečevalo, glede na trend kmalu nad 100.000 primerov na dan. Naraščajoči trend bo v prihodnjih tednih verjetno še dodatno pritiskal na politiko, naj se čim prej zedini glede pomoči, ki jo gospodarstvo vse bolj potrebuje.

Evropa je v drugem valu najbolj prizadeta regija, kar seveda vpliva na vse finančne kazalnike. Na obvezniškem trgu se to zelo jasno opazno v ponovni divergenci krivulj donosnosti v Evropi in ZDA.

Vzroki za to so razumljivi, saj sedanji delni karantenski ukrepi na

Skupna sredstva centralnih bank

v milijardah dolarjev



evropsko gospodarstvo spet delujejo zaviralno, medtem ko se v ZDA s takimi ukrepi (še) ne spopadajo. Kljub temu pa apetita po tveganju ali, drugače rečeno, lova za donosnostjo ne manjka.

Na evropskih dolžniških trgih je pozitiven donos v takšnem primanjkljaju, da ima dolžniški vlagatelj na izbiro le še zelo dolgoročne manj tvegane obveznice ali bolj tvegane za ustvarjanje pozitivnega donosa do dospelosti. To je namreč lepo opazi ob vsakem poskusu zvišanja kreditnih pribitkov, ki jih trg hitro izkoristi kot naložbeno priložnost, saj so kapitalski prilivi na obvezniški trg skupaj s programom kvantitativnega sproščanja ECB tako visoki, da je evropska krivulja donosnosti že do 30. leta v minusu.

Tako nizke krivulje niso izkusili niti na Japonskem, ki velja za prvi finančni trg, ki se je do zdaj soočil z ničelnimi in negativnimi obrestnimi merami. Da se je krivulja donosnosti v Evropi spustila še nižje, je v zadnjem obdobju zaslužna tudi ECB. Njena predsednica Christine Lagarde je že izrazila zaskrbljenost zaradi negotovosti v evropskem gospodarstvu, zato je v govoru na zadnjem zasedanju sveta ECB namignila, da je zelo verjetno, da bo na decembrskem zasedanju ECB spet ukrepala.

V okviru novih ukrepov pa je po mnenju analitikov na mizi najmanj podaljšanje tako imenovanega protikriznega programa PEPP do konca leta 2021. Torej, če kje, bo na obvezniških trgih likvidnosti še vedno veliko.



Christine Lagarde je že zelo jasno napovedala podaljšanje podpore gospodarstvu zaradi koronavirusa. FOTO ALAIN JOCARD/AFP

Paketni račun

Vaše srce bije za paketni račun, ki ponuja več, kot pričakujete?

Nova aplikacija mBroker brezplačno!

Naše srce bije za vaše želje.

BKS Bank

Z Naprednim paketnim računom BKS Bank dobite najsodobnejši in najbolj univerzalen paket na trgu. Napredni paket ne vključuje le vodenja transakcijskega računa, brezplačnih trajnih nalogov, spletnega in mobilnega bančništva MyNet in mBanka ter debetne kartice in kreditne kartice s popustom, temveč tudi trgovalni račun za vrednostne papirje, prek katerega lahko trgujete na vseh svetovnih borzah. In najboljše od vsega: brezplačno dobite novo mobilno aplikacijo za trgovanje mBroker. www.bksbank.si

Težave, ko je tvoj dolžnik predsednik

Deutsche Bank Donald Trump si je izposodil denar za hotele, ki jih še ni zgradil

Presenetljivo – ali pa tudi ne: Deutsche Bank, največja nemška bančna skupina, sodi med tiste udeležence na finančnem trgu, ki so posebno pozorno spremljali, kako se razpleta štetje glasov po predsedniških volitvah v ZDA.

Vzrok za živčnost je zelo osebno povezan z Donaldom Trumpom. Deutsche Bank ima do njega (natančneje, do holdinga Trump Organization, ki nadzira družinsko premoženje in ga vsaj formalno vodi) Trumpova najstarejša sinova) odprtih 340 milijonov dolarjev terjatev. To je denar, ki ga je banka posodila za načrtovane Trumpove nepremičninske projekte.

Deutsche Bank je z Donaldom Trumpom začela poslovno sodelovati v devetdesetih letih minulega stoletja, ko je bil Trump »samo« poslovnež, nemška banka pa se je z agresivnejšim nastopom na ameriškem trgu želela uveljaviti tudi med bančnimi tekmeci na Wall Streetu. V vseh letih je Deutsche Bank sedanemu ameriškemu predsedniku posodila več kot dve milijardi dolarjev.

Po Trumpovem vstopu v politiko pa so razmere za banko postale precej vroče. Demokrati so sprožili več preiskav o predsednikovih finančnih in njegovih povezavah z Rusijo, kot pomemben kreditor je morala pred preiskovalno komisijo ameriškega kongresa pričati tudi Deutsche Bank.

Predvsem zaradi velike negativne publicitete, ki jo je prineslo



Donald Trump za Deutsche Bank ni (več) dobra stranka. FOTO ANDREW KELLY/REUTERS

javno pranje finančnega perila Donalda Trumpa, je ameriška podružnica Deutsche Bank že leta 2016 ustanovila skupino, ki se je ukvarjala predvsem s tem, kako čim hitreje in čim elegantneje zmanjšati izpostavljenost banke do zasebnih poslov Donalda Trumpa.

Kot je prejšnji teden poročal Reuters, zdaj v banki intenzivno razmišljajo o tem, kako »zapreti« še zadnja tri posojila. Zdi pa se, da pri njih ne gre samo za politično tveganje in morebitno dodatno slabo reklamo – Trumpu so denar posodili za gradnjo hotelov na njegovih igriščih za golf, projekti pa se do zdaj še niso uresničili. Banko torej več kot očitno skrbi, ali bo denar sploh dobila nazaj. Glede na to, da je Donald Trump v svojem poslovnem življenju že več kot enkrat razglasil stečaj, skrb najbrž ni odveč ... **D. VI.**

ŠVICARSKA UBS IMA NOVO VODSTVO

Ralph Hamers prinaša strast do digitalizacije

Katarina Fidermuc

Katere lastnosti naj odlikujejo uslužbenca največje švicarske banke UBS? »Bodite prilagodljivi in okretni – in osredotočeni na svoje delo, na svoje stranke,« jim sporoča njihov novi generalni direktor Ralph Hamers, ki je prvi dan novembra nastopil svojo novo službo. Njegova najpomembnejša naloga pa je »zagotoviti, da bomo vsi premagali to krizo«.

Štiriinpetdesetletni Nizozemec Ralph Hamers, ki je službo zamenjal med drugim valom covid-19, je v pozdravnem nagovoru zaposlenim – teh je po svetu okoli 67.000 – zaželel, naj ostanejo zdravi v času, ko se njihova banka, »prebija skozi pandemijo«. Vodilni švicarski spletni portal za poslovno in finančno področje *finews.com* poroča, da je Hamers med svoje prednostne naloge na delovnem mestu v Zürichu uvrstil izboljšave na vseh področjih dela s strankami. »In da bomo še naprej tako uspešno opravljali svoje storitve zanje, moramo biti prilagodljivi. Biti moramo gibčni. In to pričakujem od vas,« je sporočil svojim uslužbencem. Agencija Reuters poroča, da so po njegovih besedah rezultati poslovanja letos zelo dobri in kažejo, da ima banka »svetlo prihodnost in pravi poslovni model«.

Bančniki naj bodo prilagodljivi in okretni, pravi Ralph Hamers.



To pomeni, je zaposlene spodbujal novi generalni direktor, da imajo »zelo solidne temelje, osnovo za razvoj, zelo soliden nastop na trgu. To nam daje vse možnosti za prihodnost«.

Portal *finews.com* poroča, da je Hamers kot generalni direktor najprej podpisal sporazum o poslovnem sodelovanju s Katarjem, ki ga je banka dosegla že v času njegovega predhodnika Sergia Ermottija. Spletni *Bloomberg* poroča, da je UBS med svoje strateške cilje uvrstila širitev upravljanja premoženja na območje te bogate zalivske države, ki je ena največjih proizvajalk tekočega plina. Hamers bo tako prvi generalni direktor banke UBS, ki bo posle v tem delu sveta širil tudi prek svoje enote v Katarju – do zdaj so jih imeli v Savdski Arabiji, Bahrajnu, Dubaju in Združenih arabskih emiratih.

Ralph Hamers je v USB prišel iz nizozemske bančne skupine ING, v kateri je bil skoraj 30 let, zadnjih sedem kot njen generalni direktor. *Bloomberg* poroča, da je imela skupina v njegovem času nekaj neprijetnih zdrsov, a je hkrati dosegla izjemne rezultate v razvoju digitalnega poslovanja s strankami. V *Bloombergu* se zato sprašujejo, ali bo Hamersu tudi v UBS uspelo izpeljati velik digitalni preboj. Švicarji se v tem času spopadajo z veliko rastjo stroškov dela in poslovanja, mediji poročajo o trenjih med vodilnimi kadri, zaposleni se pritožujejo zaradi nejasnih usmeritev z vrha, nujna digitalizacija ne dobi pravega zagona ... ob vsem tem posle in ljudi ogroža covid.

Zaposleni v banki pričakujejo, da bo Hamers s svojim nekonvencionalnim pristopom v bančništvu, ki se mu je tako dobro obrestoval v ING, tudi razvoj v UBS potegnil naprej, predvsem digitalizacijo pri poslovanju s strankami.

S Triglav Skladi si zaslužite več. ☎ 080 1019

triglavskladi

triglavskladi.si

EVROPSKI TEDEN POKLICNIH SPRETNOSTI

Prehod na zeleno in digitalno



Letošnja izvedba evropskega tedna poklicnih spretnosti, ki je na pobudo evropske komisije prvič potekal pred petimi leti, bo od 9. do 13. novembra. Namen kampanje je ozaveščanje o koristih poklicnega in strokovnega izobraževanja ter usposabljanja. Letošnja rdeča nit je poklicno in strokovno izobraževanje za prehode na zeleno in digitalno – to je skladno s prednostnimi nalogami evropske

komisije, zapisanimi v *Evropskem zelenem dogovoru in Evropi, pripravljeni na digitalno dobo*. Osrednje dogajanje s konferencami, delavnicami in mreženjem je letos preseljeno na splet in dostopno vsem. Teme bodo povezane s poklicnim izobraževanjem, vseživljenjskim učenjem in razvojem trga dela.

DAN SLOVENSKEGA LESARSTVA Les – naša zelena prihodnost

Dan slovenskega lesarstva, ki je osrednji medijski ter poslovno-strokovni dogodek panoge, bo v digitalni obliki v sredo, 11. novembra, z začetkom ob 10. uri. Izpostavljeni bodo ključni izzivi slovenske in evropske lesarske panoge ter podporne aktivnosti in ukrepi za blažitev posledic pandemije in tudi za preskok v

zeleno in digitalno prihodnost. Organizator, Spirit Slovenija, napoveduje mednarodne govorce (predstavljen bo program za pospeševanje lesne gradnje na Finskem), tematske okroglice in delavnice, organizirano bo mednarodno mreženje ter povezovanje raziskovalcev in podjetij. Ob koncu bodo podelili tudi nacionalno nagrado za najleseno gradnjo 2020.

KAVA NA ZOOMU Strateška nabava industrijskih plemenitih kovin

Zbornica elektronske in elektroindustrije na GZS organizira prvo druženje na daljavo ob kavi za nabavnike in razvojnike, ki bo v sredo, 11. novembra, od 9. do 11. ure. V uvodnem delu bodo orga-



nizatorji predstavili, kaj vpliva na zaloge, potrebe ter razpoložljivost plemenitih kovin in redkih zemelj v predelovalni industriji. Tema bo postavljena v aktualne zdravstvene razmere, govorniki pa bodo pogledali tudi naprej, v čas okrevanja. Nato bodo predstavili primer dobre prakse obvladovanja dobavne verige in stroškovne učinkovitosti na tem področju.

DIGITALNA ZAŠČITA Konferenca o aktualnih trendih v podjetjih

Ena največjih konferenc o informacijski varnosti in novih

tehnologijah v regiji Risk 2020, ki je bila najprej predvidena marca, bo zaradi zdravstvenih razmer tokrat v digitalni obliki, in sicer prihodnji ponedeljek in torek, 16.–17. novembra. V programu bo nastopilo več kot 30 predavateljev, tudi vrhunskih strokovnjakov iz tujine. Obravnavali bodo vprašanja zaupanja v tehnologije, poslovanja v oblaku, kibernetske varnosti za industrijo 4.0, kako zaščititi podatke pri uporabi umetne inteligence in kje vse sploh lahko spoljijo podatki iz organizacije. Organizatorji iz Real Security pojasnjujejo, da je konferenca namenjena izobraževanju in informiranju strokovnjakov za informacijsko varnost, ki v podjetjih skrbijo za zaščito infrastrukture, tehničnim strokovnjakom, pravnim, regulatornim strokovnjakom in odločevalcem. **M. BI.**