



LindePartner

ZAAWANSOWANE TECHNOLOGIE I EKONOMICZNE ROZWIĄZANIA W BRANŻY WÓZKÓW WIDLÓWYCH

Linde PARTNER

FAKRO

Okno na słońce

Linde PARTNER

Doka Polska

Nowoczesne i bezpieczne rozwiązania szalunkowe

LIFESTYLE

Andaluzja

Kraina oliw i winem płynąca
Maciej Grabowski

NEWS

Linde niesie pomoc ofiarom powodzi

TEMAT NUMERU

Konferencja MODERN WAREHOUSE 2010

“ Współczesna psychologia społeczna, szczególnie jej kierunek behawioralny, prowadzi intensywne badania nad mechanizmami podejmowania przez nas decyzji, a wiedza na ten temat jest bardzo mocno wykorzystywana „biznesowo”, we wszelkich kampaniach marketingowo-reklamowych, czy „politycznie”, w marketingu politycznym; dziś politycy zostają bardzo często... „produktem” swoich departamentów PR. ”

Wpływ wibracji na operatora wózka widłowego

Negocjacje i podejmowanie decyzji...

„Podczas II edycji Kongresu MODERN WAREHOUSE przedstawiłem prelekcję dotyczącą tematu „negocjacje w branży logistycznej”. Zastanawiając się nad tematyką negocjacji doszedłem do wniosku, że problem ten należy pokazać w szerszej perspektywie, biorąc pod uwagę zarówno punkt widzenia dostawcy jak i odbiorcy. Dodatkowo chciałem zwrócić uwagę na bardzo skomplikowane mechanizmy podejmowania decyzji przez nas w naszym życiu prywatnym i zawodowym (ponieważ mają one zasadniczy wpływ na nasze decyzje, a bardzo często jesteśmy tego nieświadomi) oraz przedstawić bardzo innowacyjne podejście do problemu wyboru dostawcy na miarę XXI w.!”

Witam serdecznie czytelników Linde Partnera cytatem z artykułu dotyczącego negocjacji oraz podejmowania przez nas decyzji. Artykuł ten został napisany specjalnie dla nas przez Jarosława Grzeszkiewicz, jednego z prelegentów tegorocznego Kongresu Modern-Warehouse (czytaj na stronie 5).

Partnerstwo w biznesie

W bieżącym numerze przedstawimy Państwu aż dwóch naszych Partnerów biznesowych

Po pierwsze, największego europejskiego producenta okien dachowych, numer dwa na świecie, firmę **Fakro**.

Firma Fakro powstała w 1991 roku, ale jej korzenie sięgają znacznie głębiej. Idea założenia firmy produkującej okna dachowe w Polsce powstała już ponad 25 lat temu. Obecnie łączna powierzchnia hal produkcyjnych wszyst-

kich zakładów, to ponad 100 tysięcy metrów kwadratowych. Dziś w ofercie firmy znajduje się ponad 300 modeli i typów okien, rolet, żaluzji, markiz i schodów strychowych. Obecny poziom zatrudnienia to ponad trzy tysiące pracowników, którzy stanowią największy kapitał firmy. Z artykułu dowiemy się także jak kształtowała się w ogóle idea okna dachowego od pomysłu do dnia dzisiejszego...

Zapraszam do zapoznania się z materiałem od strony 10.

Następnie przybliżymy Państwu naszego kolejnego Partnera biznesowego, firmę **Doka Polska**. Doka Polska to spółka działająca na polskim rynku od prawie 15 lat. Od początku swojej działalności na czele wyznawanych zasad stoi profesjonalizm, niezawodność świadczonych usług oraz kompetentna i wyszkolona kadra. Przez cały ten czas, firma stara się na bieżąco wychodzić na przeciw wymaganiom Klientów, dzięki czemu ich stała rzesza regularnie się powiększa. Dzisiaj znakiem rozpoznawczym firmy jest to, że z pomocą naszego sprzętu oraz fachowości specjalistów Doka Polska każdy może budować szybciej, lepiej, efektywniej oraz co niezwykle ważne oszczędniej. Ponadto, z materiału dowiemy się jakiej dyscypliny sportowej zagorzałym fanem jest lider firmy Pan Paweł Miodek. Zachęcam do lektury od strony 24.

Lifestyle

Andaluzja często nazywana jest “pomostem między kontynentami”, “bramą Europy”, “tygłem kultur”, czy “miejscem spotkania mórz” i wszystkie te określenia są w pełni uzasadnione. Ten

wyjątkowy region położony w południowej Hiszpanii, na wybrzeżach Oceanu Atlantyckiego i Morza Śródziemnego, przez tysiąclecia był obszarem rozwoju i ścierania się różnorodnych kultur, między innymi chrześcijańskiej, arabskiej i żydowskiej. Zapraszam Państwa na małą przerwę. Tym razem przeniesiemy Was do krainy kontrastów, pysznego wina i niesamowitej oliwy z oliwek. Pomożemy odkryć jedyne miejsce w Europie gdzie tego samego dnia można jeździć na nartach i wypoczywać na wybrzeżu Costa Tropical gdzie uprawia się papaje, mango, awokado i czerymoje, tropikalne owoce kojarzone raczej z innymi kontynentami. – Zapraszam do materiału przygotowanego przez Macieja Grabowskiego, Dyrektora Agencji Promocji Regionu Andaluzji Extenda - strona 18.

Dzielimy się wiedzą

Na zakończenie, Roland Żabierek podzieli się z Państwem informacjami dotyczącymi przepisów prawa w zakresie szkodliwego wpływu drgań mechanicznych, na jakie narażeni są operatorzy maszyn i urządzeń. Temat ten był także przedmiotem rozważań autora podczas Kongresu Modern-Warehouse 2010. Znajdziemy też odpowiedź na pytanie, co w świetle tej dyrektywy wynika Autor odpowie na pytanie, co w świetle tej dyrektywy wynika i jakie ma to przełożenie na właścicieli i operatorów m.in. wózków widłowych? – strona 33.

W imieniu redakcji oraz Zarządu Firmy, życząc miło spędzonego czasu z Linde Partnerem w ręku!

Marcin Zarzecki

Dużo zdrowia i radości
w święta Bożego Narodzenia i przez cały Rok 2011

życzy
Linde Material Handling Polska

ZAMÓW NASZE BEZPŁATNE WYDAWNICTWA:

Jeśli chcesz otrzymywać bezpłatnie nasze wydawnictwa bezpośrednią pocztą do swojej skrzynki pocztowej lub na e-mail

daj nam znać: marketing@linde-mh.pl

- Biuletyn „nowaOferta” – miesięcznik z aktualną ofertą wózków używanych sprowadzanych i serwisowanych przez Linde Material Handling Polska
- Magazyn „LindePartner” jest kwartalnikiem branży TSL. Przeczytasz w nim o nowoczesnych zagadnieniach związanych z logistyką, a także o nowinkach w zakresie oferty Linde oraz partnerów biznesowych

- Zapraszamy do subskrypcji naszego LindeNewslettera

Więcej informacji na stronie: www.linde-mh.pl/newsletter

BĄDŹ NA BIEŻĄCO • ZDOBĄDŹ PRZEWAGĘ • WYPRZEDŹ KONKURENCJĘ

Redaktor naczelny:

Marcin Zarzecki
marketing@linde-mh.pl

Magazyn „LINDE PARTNER”

Nasz adres:

Linde Material Handling Polska Sp. z o.o.
03-044 Warszawa
ul. Płochocińska 59
tel: + 48 22 420 61 00
fax: + 48 22 420 61 01
www.linde-mh.pl

Nakład: 10 000 egz.

Zawsze pamiętaj o środowisku naturalnym



WYDAWNICTWO BEZPŁATNE

Wszelkie prawa zastrzeżone
All rights reserved Copyright© 2010
Linde Material Handling Polska Sp. z o.o.

Linde Material Handling

Linde

Leasing to nie galery



Take it l'easy!

Nie męcz firmy. Leasing z nami to przyjemność. Świetna znajomość rynku, procedur i rozwiązań legislacyjnych, obsługa na najwyższym poziomie i bezpieczeństwo finansowe gwarantowane przez największą Grupę Leasingową w Europie. Tak rozumiemy leasing w nowoczesnym wydaniu dla Twojej firmy.



SOCIETE GENERALE GROUP

We support. **You succeed.**

www.sgef.pl



Konferencja MODERN WAREHOUSE 2010

– Jarosław Grzeszkiewicz –

Podczas II edycji Kongresu MODERN WAREHOUSE przedstawiłem prelekcję dotyczącą tematu „negocjacje w branży logistycznej”.

Zastanawiając się nad tematyką negocjacji doszedłem do wniosku, że problem ten należy pokazać w szerszej perspektywie, biorąc pod uwagę zarówno punkt widzenia dostawcy jak i odbiorcy. Dodatkowo chciałem zwrócić uwagę na bardzo skomplikowane mechanizmy podejmowania decyzji przez nas w naszym życiu prywatnym i zawodowym (ponieważ mają one zasadniczy wpływ na nasze decyzje, a bardzo często jesteśmy tego nieświadomi) oraz przedstawić bardzo innowacyjne podejście do problemu wyboru dostawcy na miarę XXI w.

Negocjacje

Negocjacje przewijają się przez nasze życie zawodowe i prywatne, dlatego ciągle trzeba zdobywać wiedzę na ich temat. Poruszając problem negocjacji zawsze warto pamiętać o tak fundamentalnych kwestiach, jak: BATNA (najlepsza alternatywa dla negocjowanego porozumienia), „cena graniczna” (nasz minimalny próg do zaakceptowania) oraz o tym jak bardzo możemy być elastyczni i na jakie ustępstwa możemy pójść.

Natomiast wspominając o rodzajach negocjacji należy napisać o ich 2 podstawowych formach, czyli:

- negocjacjach o sumie zerowej (dwie strony rywalizują ze sobą, nie będąc ze

sobą emocjonalnie związane – najważniejszym punktem są tutaj pieniądze) - negocjacjach typu „win-win” (wygrana-wygrana) – gdzie strony współpracują ze sobą, aby osiągnąć maksymalne obustronne korzyści.

Podczas prezentacji skupiłem się na kooperacji typu „win-win”, ponieważ w naszym długoterminowym biznesie założenie „win-los” (wygrana-przegrana), w której jedna strona zdecydowanie „wygrywa” negocjacje i wymusza na drugiej stronie podpisanie niekorzystnego kontraktu jest niebezpieczna. i może skutkować w przyszłości jakimś rodzajem „rewanżu” ze strony „przegranej” (uszczywnieniem we współpracy np. w zakresie obsługi posprzedażnej) i próbą „odrobienia” niekorzystnie podpisanego kontraktu.

Można chyba napisać, że negocjacje „win-win” są ostatnio bardzo modne, (od ok. 20 lat po publikacjach amerykańskich psychologów: Fisher i Ury) co oczywiście powinno wszystkich cieszyć (szczególnie ludzi pracujących w branży B2B). Tego rodzaju podejście do biznesu jest bardziej efektywne i pozwala na tworzenie efektu synergii (gdy 2 strony dzielą się swoją wiedzą, oraz wymieniają poglądy to może się zdarzyć, że będziemy tworzyć „wartość dodaną”, czyli: $1+1=3$).

Przy negocjacjach „win-win” zawsze pojawia się też tzw. problem „dylematu negocjatora”, co oznacza, że w każdych rozmowach pojawiają się elementy kooperacji (odkrywamy się i szukamy porozumienia) i rywalizacji (czyli niejako chcemy jak najwięcej „ugrać dla siebie”), dlatego ważne jest utrzymanie równowagi pomiędzy tymi elementami (wtedy idea „win-win” ma sens).

Jak podejmujemy decyzje i co na nie wpływa?!

Od pewnego czasu w różnych reklamach telewizyjnych dość często spotykanym motywem jest „dualizm” jaki wpływa na podejmowane przez nas decyzje („kierujesz się sercem, czy rozumem...”). Ten podział naszej „decyzyjności” jest oczywiście pewnym uproszczeniem, ale niewątpliwie w ten sposób zwraca się uwagę na sam istniejący problem, którego nie zawsze jesteśmy świadomi.

Współczesna psychologia społeczna (szczególnie od ok. 30 lat jej kierunek „behawioralny”) prowadzi intensywne badania nad mechanizmami podejmowania przez nas decyzji, a wiedza na ten temat jest bardzo mocno wykorzystywana „biznesowo” we wszelkich kampaniach marketingowo-reklamowych, czy „politycznie” w marketingu politycznym (dziś politycy zostają bardzo często... „produktem” swoich departamentów PR). Można napisać, że najpierw prowadzone są badania nad „odbiorcami” przekazu (klienci/społeczeństwo), czyli nad tym, co dany „klient/wyborca” chciałby „otrzymać/usłyszeć”, a potem często „podawane jest mu to na tacy”...

W przypadku firm oferujących różnego rodzaju dobra B2C bardzo często kreowane są „specyficzne” potrzeby na wytwarzane przez te firmy produkty. Dzieje się tak poprzez lansowanie pewnego stylu życia, mody, trendów. co z kolei „wymusza” na nas posiadanie pewnych dóbr „niezbędnych”, do tego aby być „modnym”, „na topie” etc. Czyli można napisać, że w ten sposób bardzo często jest to kreowanie pewnego rodzaju naszych „zachcianek”. Natomiast w przypadku polityków tą działalność często można nazwać „handlowaniem nadzieją”. Brzmi to dość okrutnie, ale gdy przyjrzymy się problemowi uważniej, to zazwyczaj mamy obiecywaną „przyszłą zmianę na lepsze”, co ma nas „zmotywować do podjęcia jedynej słusznej decyzji” (roztacza się różnego rodzaju „wizje przyszłości”, działając na naszą wyobraźnię, nam w Polsce obiecywano np. „drugą Japonię, czy Irlandię” etc.).

Mogę napisać, że („na szczęście”) pracując w branży B2B, a szczególnie w segmencie wózków widłowych sytuacja wygląda nieco inaczej od strony „marketingowo-reklamowej”, ponieważ nasze produkty najczęściej są odpowiedzią na oczekiwania klienta w zakresie wydajności i bezpieczeństwa tych urządzeń (a więc faktycznych potrzeb naszych odbiorców), które dla naszych klientów mają być narzędziem do zdobywania przewagi konkurencyjnej. Takie „atuty” jak sam wygląd produktów, czy ich niska cena zakupu nie są zazwyczaj najważniejsze, a bardzo istotnym kryterium jest ich wydajność oraz np. ergonomia (która

bezpośrednio wpływa na bezpieczeństwo oraz efektywność operatora wózka w jego codziennej pracy). Oczywiście zawsze przy finalizacji negocjacji kluczową kwestią pozostanie „relacja ceny do jakości urządzenia”, bo ten „bilans” musi odbiorcy po prostu odpowiadać.

Rodzaje decyzji: intuicyjne (emocjonalne) i analityczne (racjonalne)

Negocjujemy, ale jakie są nasze rzeczywiste motywy podejmowanych decyzji?!

Jesteśmy bardziej racjonalni, czy emocjonalni (intuicyjni)?!

Decyzje racjonalne.

Kierujemy się rozumem (algorytmy)



Świadome, pod kontrolą, powolniejsze, bardziej niezależne od emocji, wynikające z wiedzy.

Decyzje emocjonalne.

Kierujemy się sercem i przeczuciem (heurystyki).



Automatyczne, nieświadome, szybkie, opierające się na emocjach, wynikające z doświadczenia.

Nasze decyzje intuicyjne są nieświadome, automatyczne, szybkie, oparte na emocjach i naszym dotychczasowym doświadczeniu. Natomiast decyzje analityczne są świadome, „pod kontrolą”, powolniejsze, bardziej niezależne od emocji, i wynikają z naszej wiedzy. Można napisać, że każdy człowiek ma niejako 2 moduły „funkcjonowania/postrzegania” w swoim mózgu, które umownie można nazwać „mózgiem emocjonalnym” i „mózgiem analitycznym”.

„Mózg emocjonalny” działa szybko i daje nam szybkie „odpowiedzi wartościujące” (czyli najpierw dostajemy informację, czy coś jest dla nas dobre, czy złe – tak więc na początku wyczuwamy każdą rzecz/obiekt trochę na zasadzie: lubię – nie lubię). Jest to proces łatwy i niezbyt męczący, ale w taki wygodny sposób „na szybko rozpoznajemy świat”.

Trzeba pamiętać, że człowiek żyjący w dwudziestym pierwszym wieku każdego dnia otrzymuje taką ilość informacji, że większość decyzji musi podejmować na podstawie swoich pierwszych skojarzeń, a ten „filtr”, jakim jest „mózg emocjonalny” szybko pomaga rozwiązać nam ten problem.

„Mózg analityczny” działa dużo wolniej, i potrzebuje więcej czasu na analizę (zbieramy dane, porównujemy, czyli podejmujemy ogromny wysiłek umysłowy, zużywamy energię, co zawsze jest dla naszego mózgu dużym obciążeniem).

Dlatego przy aktualnym tempie życia i wielości podejmowanych przez nas wyborów bardzo często dążymy, żeby kolejny „problem/decyzję” mieć już za sobą... a ta presja czasu i okoliczności ma zasadniczy wpływ na wiele podejmowanych przez nas decyzji (stąd warto być świadomym „pomocnej” roli jaką odgrywa w tym procesie nasz „mózg emocjonalny”).

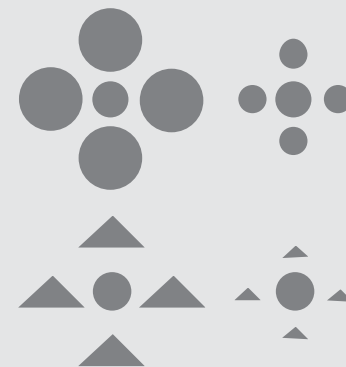
I jeszcze ważna uwaga dotycząca tej kwestii, otóż jako istoty społeczne mamy tendencję do tłumaczenia innym ludziom, że podjęliśmy kolejną „racjonalną” decyzję (niezależnie od tego jak było naprawdę). Po prostu człowiek podejmujący „racjonalne” decyzje jest bardziej przewidywalny i lepiej oceniany przez otoczenie! (a opinia innych ludzi jest dla nas zazwyczaj bardzo ważna...).

Słynny amerykański (polskiego pochodzenia) prof. psychologii społecznej Robert Zajonc po przeprowadzeniu licznych badań w tej dziedzinie stwierdził nawet: „Czasami ludzimy się, że postępujemy w sposób racjonalny, że rozważamy wszystkie za i przeciw każdej z możliwych alternatyw, ale tak naprawdę zdarza się to bardzo rzadko...”

Teoria perspektywy i jej implikacje

Prawdziwym przełomem w nauce o podejmowaniu decyzji była „Teoria Perspektywy”, którą w 1979 r. przedstawili dwaj amerykańscy naukowcy Daniel Kahnemann i Amos Tversky. Jej implikacje zrewolucjonizowały dziedzinę jaką jest nauka o podejmowaniu decyzji (poniżej przedstawione są w 3 punktach jej główne implikacje).

Jej implikacje (poniżej) zrewolucjonizowały dziedzinę jaką jest nauka o podejmowaniu decyzji.



- 1.) Wybory ludzi są niestale i zależą od przyjętej perspektywy (kontekstu, sytuacji). Ta sama sytuacja może być prezentowana z perspektywy zysków i strat.
- 2.) Wybory zmieniają się w zależności, od tego czy działamy w kontekście zysków, czy strat.
- 3.) Funkcja użyteczności ma inny kształt w strefie zysków i strat (zyski lub straty są szacowane w zależności od przyjętego punktu odniesienia).

Można napisać, że zgodnie z teorią perspektywy produkt „średniej” jakości może być przez nas oceniany jako produkt „doskonały”, gdy porównujemy go z produktami „słabej” jakości (czyli wówczas mamy tendencję do zawyżania ocen). Natomiast ten sam produkt będziemy uważać, za „mierny”, gdy porównywać go będziemy z produktami doskonałej jakości... (mamy wówczas tendencję do zaniżania ocen). Kolejną ważną sprawą jest kontekst wyboru danego produktu. Kontekstem może być tutaj np. „środowisko biznesowe” w jakim wybierany przez nas produkt ma znaleźć swoje zastosowanie. I tak np. w branży wózków widłowych produkty o bardzo dobrej jakości (i co zrozumiale wyższej cenie zakupu) mają najwyższą sprzedaż na rynkach światowych (np. Firma Linde jest nr 1 pod względem sprzedaży wózków widłowych na terenie Europy). Sytuacja jest bardziej zrozumiała, gdy weźmie się pod uwagę fakt, że wózki widłowe są urządzeniami, które mają wspierać rozwój klientów, a więc są odpowiedzią na ich

prawdziwe „potrzeby biznesowe”. W branży logistycznej kupując „urządzenia przemysłowe” zazwyczaj nie kierujemy się względami „estetycznymi”, modami, trendami i innymi istotnymi kryteriami, które bywają ważne przy zakupie dóbr powszechnego użytku (czyli w naszym życiu prywatnym). A „środowiskiem biznesowym” są magazyny logistyczne naszych klientów, w których składowany towar ma być przemieszczany w cyklu ciągłym, w możliwie najkrótszym czasie, a więc bardzo często najistotniejszym kryterium staje się wydajność i bezawaryjność produktów. Kolejną ważną implikacją wynikającą z „Teorii Perspektywy” było stwierdzenie, że ludzie wykazują awersję do ponoszenia strat, i ta sama kwota finansowa przedstawia dla nas inną wartość, gdy znajduje się po stronie zysków i strat. Już Adam Smith powiedział: „przykrość spowodowana pogorszeniem się naszej sytuacji jest zawsze większa niż zadowolenie wynikające z poprawy tej sytuacji...”. Dlatego w kontekście naszych decyzji znajdują zastosowanie tak popularne maksymy jak np.: „jesteśmy za biedni, żeby tanio kupować...” lub „kto tanio kupuje, ten 2 razy kupuje...”. Czyli można napisać, że ryzyko potencjalnych strat operacyjnych powstałych w wyniku użytkowania sprzętu „niewystarczającej” jakości (przez co następują częste awarie, przestoje wózków itd.) mogą w zasadniczy sposób wpływać na decyzje zakupowe (lepiej jakości sprzętu) dokonywane przez naszych klientów.

Argumentacja dostawcy wózków widłowych

Mówiąc o ofercie naszej firmy zwracałem uwagę przede wszystkim na jej kompleksowość w pełnym zakresie (zakupu, wynajmu, finansowania czy serwisowania), bo to daje nam możliwość „szycia na miarę” potrzeb naszych klientów. Najszersza oferta Linde w zakresie oferowanych wózków widłowych znana jest na rynkach logistycznych całego świata od wielu lat, ale kluczową sprawą zaczyna być potencjał organizacyjny (lokalnie) w każdym kraju oraz elastyczne podejście do współpracy i rozwiązywania bieżących problemów (bo współpraca to wieloletni okres, a same negocjacje trwają tylko 3-6 miesięcy).

Ważnym i obiektywnym kryterium oceny wózka widłowego jest też kalkulator TOP mierzący faktyczną produktywność wózka w konkretnym cyklu za-rozładunkowym (załadowanie i rozładowanie samochodu ciężarowego). Prezentowałem również krótko paletę naszych wózków magazynowych zwracając uwagę

przede wszystkim na podstawowy wózek elektryczny z platformą dla operatora T 20 SP ze specjalnym kołnierzem zabezpieczającym pracownika kierującego wózkiem, który przeznaczony jest do obsługi strefy dokowej (newralgicznej w magazynach logistycznych).

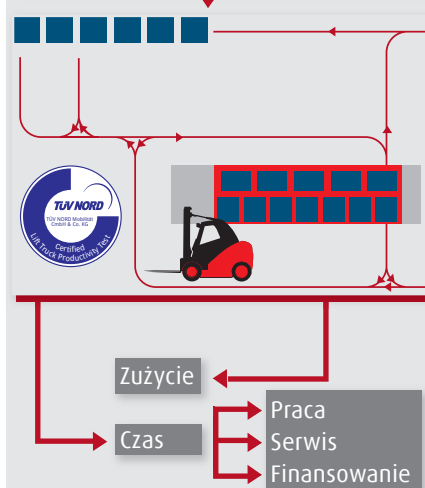
Dodatkowo kluczowym elementem we współpracy zaczynają być możliwości organizacyjno-strukturalne dostawcy, ponieważ oczekiwania klienta w zakresie obsługi posprzedażnej zaczynają być coraz wyższe, a bez tej bazy jaką jest dobrze i wszechstronnie zorganizowany Dział Serwisu (m. in. liczba mobilnych techników w całym kraju, wyposażenie samochodów serwisowych, logistyka części zamiennych itd.) oraz flota wynajmu krótkoterminowego (liczba i różnorodność wózków we flocie) nie można uczciwie mówić o adekwatnej odpowiedzi na oczekiwania klienta, który oczekuje elastycznych rozwiązań dla swojego zmiennego biznesu!

Tematu argumentacji produktów naszej firmy w tym artykule nie opisuję szerzej, ponieważ z tym stykają się Państwo na co dzień spotykając się z naszymi przedstawicielami, czy np. czytając nasz magazyn „Linde Partner”.

TUV NORD

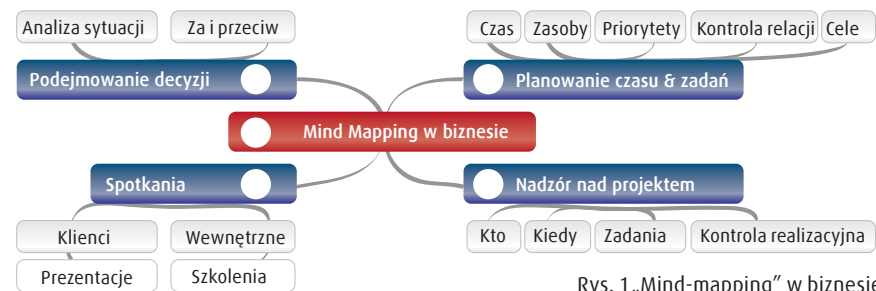
Test produktywności wózka widłowego Przykład: Linde H25D vs. wózek 2,5t konkurencji

Przykładowe Dane	
· 8 załadunków ciężarówek dziennie (= około 1000 godz./rok)	
· czas: 5 lat	
· (= 60 miesięcy)	
· oprocentowanie: 7%	
· średnio intensywne zastosowanie (M)	
· wartość resztowa: 25%	



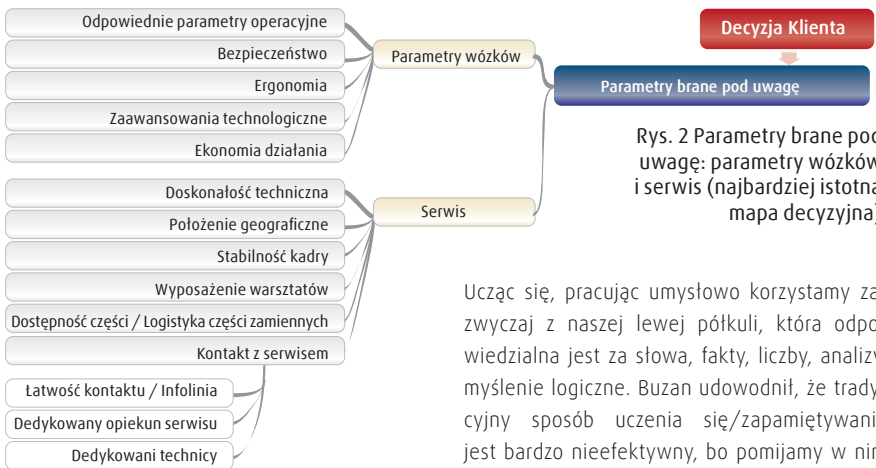
Linde Konkurencja	
Całkowity koszt na ciężarówkę	20,52.- 26,17.-
Linde oszczędności/miesiąc	905.-

Kryteria wyboru dostawcy na podstawie „mind-mapy” - case study



Rys. 1 „Mind-mapping” w biznesie

Podczas prezentacji zaprezentowałem przykładową „mind-mapę” wyboru dostawcy wózków widłowych przygotowaną przez jednego z największych operatorów logistycznych w naszym kraju.



Rys. 2 Parametry brane pod uwagę: parametry wózków i serwis (najbardziej istotna mapa decyzyjna)

Ucząc się, pracując umysłowo korzystamy zazwyczaj z naszej lewej półkuli, która odpowiedzialna jest za słowa, fakty, liczby, analizy, myślenie logiczne. Buzan udowodnił, że tradycyjny sposób uczenia się/zapamiętywania jest bardzo nieefektywny, bo pomijamy w nim możliwości, jakie daje nam w tym procesie prawa półkula, która jest odpowiedzialna za nasze twórcze myślenie, wyobrażenia przestrzenne, obrazy, kolory, dźwięki (obrazy całościowe). W wyniku prowadzonych przez siebie kursów i szkoleń spostrzegł, że ludzie uczą się znacznie szybciej i efektywniej, kiedy robią to w inny sposób, wykorzystując obie półkule. Jednym z najciekawszych narzędzi, które opracował Buzan był właśnie mind-mapping.

Czym jest „mind-mapping”?

Twórcą mind-mappingu jest brytyjski naukowiec i trener Tony Buzan, który ok. 40 lat temu rozpoczął intensywne badania nad funkcjonowaniem mózgu i metodami uczenia się. W latach 70-tych osiągnął międzynarodową sławę opracowując i upowszechniając metody szybkiego czytania oraz techniki zapamiętywania. Buzan odkrył, że każdy z nas ma niemal nieograniczone możliwości

Mind-mapping („mapowanie”, „mapy umysłu”) to niezwykle efektywna technika pracy twórczej, planowania oraz zapamiętywania odwołująca się do sposobu funkcjonowania mózgu ludzkiego. Mind-mapping polega na zapisywaniu myśli, pomysłów notatek w sposób przypominający rysowanie gałęzi drzewa gdzie myśl przewodnia znajduje się w centralnym miejscu mapy, a wszelkie związane z nią pomysły rysowane są w postaci gałęzi (przykład „mind-mapy w biznesie” zamieszczony jest w tym artykule na rys. 1. Nasze „mapy myśli”, jakie rysujemy w postaci „drzewek” (które przypominają nasze naturalne połączenia neuronalne, jakie mamy w naszym mózgu) pomagają patrzeć nam na problem w sposób bardziej komplementarny, dodając do poszczególnych „gałęzi” pewne elementy graficzne (różne kolorowe postaci, rzeczy itd.) potrafimy lepiej ten proces zapamiętywać (poprzez rysowanie tych „grafik”, uruchamiamy niejako nasze skojarzenia z danym tematem i wtedy zaczynamy wykorzystywać naszą prawą półkulę). Na wyspach brytyjskich metoda ta stała się bardzo popularna już w latach 70-tych. Powszechnie zaczęto ją wykorzystywać w szkolnictwie wszystkich szczebli, a następnie zrobiła prawdziwą furorę w świecie biznesu (Buzan pracował m. in. dla rządu brytyjskiego, szkolił parlamentarzystów, zarządy koncernów międzynarodowych, organizował olimpiady szybkiego czytania i zapamiętywania oraz opublikował liczne książki). Buzan znany jest obecnie daleko po za granicami Wielkiej Brytanii i szacuje się, że techniki mind-mappingu zna ok. 500 milionów ludzi na całym świecie!

Mind-mapa wyboru dostawcy

Podczas kongresu zaprezentowałem „mind-mapę” wyboru dostawcy wózka widłowego (w tym artykule ze względów „objętościowych” nie zamieściliśmy jej w całości, tylko jej fragment. Rys. 2). Mind-mapa miała swój początek w centralnym punkcie („decyzje klienta”), skąd w kilku kierunkach rozchodziły się jej kolejne linie/gałązki drzewa z ważnymi dla odbiorcy obszarami decyzyjnymi (dostępne dane, cele, parametry brane pod uwagę). W każdym z tych obszarów znajdowały się podgrupy tematyczne (m. in. takie jak: parametry wózków, serwis, koszty, warunki dostawy), które zawierały następnie istotne dla klienta kwestie (np. w serwisie mieliśmy podane m.in.: położenie geograficzne, wyposażenie warsztatów, kontakt z serwisem itd.). W ten sposób można dalej kontynuować proces sprawdzając kolejne ważne elementy (na pokazanym fragmencie mind-mapy, dochodzimy do rozwinięcia tematu „kontakt z serwisem” w rozbiciu na: łatwość kontaktu/infolinia, dedykowany opiekun,

dedykowany technik). Ta metoda może efektywnie pomóc Państwu w dotarciu do wszystkich niezbędnych informacji podczas procesu wyboru dostawcy wózków widłowych. I w ten sposób możemy dokładnie rozwinąć cały projekt na czynniki pierwsze, klarownie i czytelnie, nie zapominając o niczym oraz widząc wszystko z szerokiej perspektywy. Pozwala nam to na panowanie nad całością procesu oraz znacznie bardziej efektywną i rzetelną oceną kompleksowej oferty dostawcy.

Tabela użyteczności

Następnie zaprezentowałem „tabelę użyteczności” wyboru dostawcy wózka widłowego, która w tym procesie jest konsekwencją zastosowanej mind-mapy (twórcami teorii użyteczności w połowie XX w. byli amerykańscy naukowcy: John von Neumann i Oskar Morgenstern). W tabeli mamy zawarte wszystkie istotne dla wybierającego „parametry brane pod uwagę” podczas wyboru oferty. Każdy z tych parametrów możemy „wycenić” (na ile dla klienta jest ważny, w zależności od konkretnego projektu, oczekiwań i możliwości odbiorcy itd.), w taki sposób, żeby suma „wagowa” tych elementów na dole dawała nam 100 punktów. Potem porównując (u każdego dostawcy oddzielnie: oferta 1, oferta 2, oferta 3) poszczególne wymienione parametry, „punktujemy” (pod tym kątem) każdą przedstawioną przez dostawców ofertę (jeden dostawca może mieć bardzo wydajne wózki, ale np. w porównaniu z innymi może mieć dużo gorzej zorganizowany serwis, więc oceny w każdej rubryce będą różne). W całym procesie chodzi o to, żeby ocena potencjalnych dostawców została obiektywnie i profesjonalnie przeprowadzona!

Podsumowanie

Potencjalne pułapki i zagrożenia przy wyborze dostawcy, czyli na co warto uważać.

- Zawsze porównywać produkty na zasadzie: „jabłko do jabłka” (czyli porównywać identyczne parametry techniczne, wyposażenie etc.)
- „Wszystkie wózki widłowe są takie same, różnią się tylko kolorem...” - czyli liczy się tylko „cena”?! (słynne uproszczenie, ale bez pokrycia w rzeczywistości)
- Starać się porównywać oferty w „praktyczny” sposób (prezentacje, referencje), sprawdzać na rynku dostawcę, produkty jakie oferuje oraz jego opinię na rynku (bo handlowcy potrafią bardzo wiele obiecać...).
- Uważać na „efekt aureoli” lub „efekt diabelski” (czyli efekt pierwszego wrażenia, np. początków współpracy/kontaktów – pozytywnej lub

Polecamy: współpracę na zasadach „win-win”, a przy podejmowaniu decyzji „rozsądną równowagę” pomiędzy argumentami racjonalnymi i emocjonalnymi...



Współpraca na zasadach win-win, to proces dynamiczny, rozłożony w czasie, polegający na wzajemnym uczeniu się. Taka współpraca trwa latami i zbudowane zaufanie pozwala działać znacznie efektywniej niż na zasadach win-los!

Jesteśmy ludźmi, którzy kierują się „zarówno sercem, jak i rozumem”... Ten „dualizm” jest z natury dobry i warto się z nim pogodzić... Ważne, żeby nasze decyzje uwzględniały oba „ośrodki decyzyjne” w „optymalnym” stopniu...

- negatywnej). Starać się być zawsze obiektywnym.
- Uważać na „myślenie na skróty”, czyli heurystykę wysiłku poznawczego (mówimy, że wybieramy najlepsze rozwiązanie, ale w rzeczywistości wybieramy coś na podstawie pierwszych prostych skojarzeń)
 - Trzeba uważać na „myślenie życzeniowe” (niektórzy klienci chcą mieć problem wyboru „już z głowy” i mówią np.: „mi to się nie przytrafi, po za tym do tej pory wszystko mi się udawało, więc teraz też na pewno tak będzie...” lub „wózki na pewno będą działać, a jak coś, to serwis będzie szybko reagować itd.”).

Jak można mierzyć sukces w negocjacjach?

- zbadać czy osiągnięty rezultat jest lepszy niż nasza BATNA (zakładana przed negocjacjami)
- sprawdzić, czy osiągnięto porozumienie win-win? (czy obie strony odnoszą korzyści)
- czy komunikacja i klimat rozmów pozwalał na konstruktywne rozwiązywanie problemów?
- zastanowić się, czy w całym procesie negocjacji pojawiły się nowe opcje, których nie zakładaliśmy przed startem rozmów? (czy miał miejsce efekt synergii?)
- czy negocjacje zbudowały pomiędzy partnerami trwałą relację, której następstwem będzie dużo efektywniejsza współpraca w procesie posprzedażnym? (czyli w branży B2B – wieloletnim)

Wnioski

Uważam, że trzeba zawsze pamiętać o tym, że same negocjacje są tylko pewną częścią wielkiego procesu, jakim jest długoletnia współpraca pomiędzy odbiorcą i dostawcą. Dlatego warto podchodzić do nich kompleksowo, w sposób bardziej syste-

mowy. Podejście partnerskie daje nam dużo więcej możliwości na efektywną korzystną dla obu stron współpracę. Na marginesie, warto też napisać, że żyjemy w czasach niezwykle dynamicznych, a duża zmienność warunków i otoczenia w jakim żyjemy wymaga od nas ciągłego otwierania się nowe nieznane wyzwania! (dlatego elastyczność i otwarte podejście do nowych problemów są dziś „na wagę złota”!) Skoro zdajemy sobie sprawę, że podejmowanie decyzji to bardzo skomplikowana dziedzina, od której nie można uciec, bo do końca życia będziemy ciągle podejmować różne decyzje, obarczona wieloma pułapkami i zagrożeniami, to... uważam, że mając na uwadze wszystkie w/w aspekty warto dzielić się zdobywaną wiedzą, bo nasze metody i sposoby rozwiązywania „wczorajszych problemów” mogą niedługo być już nieadekwatne do problemów, jakie przyniesie... nieznane nam jeszcze „jutro”!



O wszystkim trzeba myśleć już dziś, żeby... „jutro” nas nie zaskoczyło!

Podziękowanie

Szczególne podziękowanie kierujemy do P. Janusza Facony, Dyrektora Technicznego w Firmie FM Logistic podzielenie się pomysłem „mind-mapowania” oraz „tabelą użyteczności” dotyczącą wyboru dostawcy wózków widłowych. Pan Janusz jest pokazany na zdjęciu z Kongresu, stoi po prawej stronie tuż obok mnie. Zaraz po mojej prelekcji udzielił kilku odpowiedzi uczestnikom Konferencji dotyczących „mind-mapy” i „tabeli użyteczności”.

PS. Zachęcam również do korzystania z literatury fachowej, bo w naszym kraju mamy wielu wybitnych naukowców z zakresu psychologii społecznej, którzy również badają nasze „otoczenie biznesowe”. M.in.: Prof. Tyszcza, Prof. Falkowski, Prof. Zaleskiwicz, Prof. Tokarz..

Jarosław Grzeszkiewicz
Dyrektor Handlowy Linde MH Polska

Cała prezentacja jest do pobrania pod adresem: <http://linde-mh.pl/Kongres.pdf>



FAKRO jest prywatną firmą rodzinną, ze 100-procentowym polskim udziałem, której współwłaścicielem i prezesem jest Ryszard Florek. To grupa kilkunastu firm produkcyjnych oraz dystrybucyjnych. Główna siedziba firmy znajduje się w Polsce, w Nowym Sączu.

Okno na słońce

Firma FAKRO powstała w 1991 roku, ale jej korzenie sięgają znacznie głębiej. Idea założenia firmy produkującej okna dachowe w Polsce powstała ponad 25 lat temu. W 1986 roku z myślą o produkcji okien dachowych, Ryszard Florek – obecny prezes i właściciel spółki oraz Jacek Radkowiak założyli i wybudowali od podstaw Zakład Stolarstwa Budowlanego FLORAD w Tymbarku. W zakładzie FLORAD, zatrudniającym wówczas kilkanaście osób, produkowane były różne wyroby stolarskie. Wypracowane środki finansowe z ich sprzedaży umożliwiły przygotowanie profesjonalnej produkcji okien dachowych. 11 stycznia 1991 roku powstała nowa firma pod nazwą „FAKRO”, z udziałem trzech współników: Ryszarda Floraka, Krystyny Florek i Krzysztofa Kronenbergera. Spółka rozpoczęła działalność przy ulicy Węgierskiej 144a, zajmując jedno z pomieszczeń upadłych Sądeckich Zakładów Naprawy Samochodów w Nowym Sączu. Firma zajęła się produkcją okien dachowych, promocją i sprzedażą wyrobu finalnego. Kolejne lata działalności FAKRO to systematyczne prace nad doskonaleniem jakości produkcji i rozszerzaniem asortymentu produktów związanych z branżą dachową. W latach 1993 – 1995 dokupione zostały kolejne powierzchnie w stojących i nie wykorzystywanych halach produkcyjnych, byłych Sądeckich Zakładów Naprawy Samochodów i przystosowane do potrzeb firmy. Od 1996 roku dalszy rozwój produkcji wymagał budowy kolejnych obiektów. Obecnie łączna powierzchnia hal produkcyjnych wszystkich zakładów, to ponad 100 tysięcy metrów kwadratowych. Wraz z rozwojem firmy rosła ilość produktów związanych z oknami dachowymi, które FAKRO wprowadziło do swojej oferty, chcąc zapewnić handlowcom pełną paletę wyrobów porównywalnych do oferowanych przez zachodnich konkurentów. Okna dachowe i inne wyroby to specyficzne produkty wymagające wyposażenia stanowisk pracy w unikatowe urządzenia, które firma FAKRO sama projektuje i nierzadko wytwarza. Przez cały czas podejmowane są działania mające na celu doskonalenie własnej technologii, oraz zwiększenie asortymentu okien dachowych i produktów uzupełniających. Dziś w ofercie firmy znajduje się ponad 300 modeli i typów okien, rolet, żaluzji, markiz i schodów strychowych. Obecny poziom zatrudnienia to ponad trzy tysiące pracowników stanowiących największy kapitał firmy. Dbając o polski rynek uruchomiono 8 własnych magazynów regionalnych na terenie



kraju: Wrocław, Warszawa, Gdańsk, Szczecin, Łódź, Poznań, Pszczyna, Białystok. Zorganizowana we wszystkich regionach Polski sieć doradców technicznych, którzy koordynują sprzedaż okien FAKRO w kilkuset składach materiałów budowlanych. Przez pierwsze lata działalności FAKRO koncentrowało się na rynku krajowym. Pod koniec 1993 rozpoczęło działalność eksportową. Dziś FAKRO jest wiceliderem światowego rynku okien dachowych. Obecnie wyroby sprzedawane są we wszystkich krajach europejskich, a także na innych kontynentach: w USA, Kanadzie, Nowej Zelandii, Australii, Chile, Japonii, Chinach i RPA. Rozwój sprzedaży na każdym rynku uwarunkowany jest posiadaniem certyfikatu nie tylko na wyrób, ale przede wszystkim na proces produkcji. FAKRO uzyskało 20 certyfikatów najbardziej prestiżowych instytutów Europy. Produktom przyznano wiele nagród i wyróżnień podczas krajowych i zagranicznych targów branżowych. Firma FAKRO jest laureatem Godła Promocyjnego „Teraz Polska” a także nagrody prestiżowego miesięcznika „The Professional Builder Magazine” Najlepszy Produkt Roku 2001 i 2003 w Anglii. Do tej pory najważniejszą nagrodą jaką otrzymała firma jest Specjalna Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP, przyznana w roku 2003 za „Szczególny wkład w budowanie prestiżu polskiej gospodarki na rynkach Unii Europejskiej”.

★★★

Strategia

Strategia FAKRO zakłada budowanie firmy globalnej i umacnianie pozycji numer dwa na świecie. „Jesteśmy obecni we wszystkich krajach, w których nasze produkty znajdują zastosowanie. Nasza dewiza to konsekwencja w działaniu i stawianie na stały rozwój. Inwestujemy 100% wypracowanych zysków. W centrum stoi zawsze nasz klient. Zadowolony klient jest sensem i celem naszego myślenia i działania” podkreślają właściciele spółki. Zakłady FAKRO charakteryzują się najnowszymi technologiami produkcyjnymi. Są one przyjazne dla pracowników, świadome naturalnych zasobów i środowiska. Droga, którą firma chce dążyć do osiągnięcia długofalowych celów jest promocja własnej marki przez sprzedaż produktów pod marką FAKRO oraz zmniejszanie dystansu do głównego konkurenta, co ułatwi firmie konkurowanie w przyszłości. Misją firmy to budowanie komfortu mieszkania na całym świecie. Okna dachowe FAKRO są bezpieczne, energooszczędne i przyjazne dla środowiska.

NIE KUPUJ – WYPOŻYCZ W CRAMO



Pełna oferta Cramo obejmuje:

Maszyzny i urządzenia

- do prowadzenia robót rozbiórkowych: kompresory, młoty i wiertarki
 - do prac drogowych i ziemnych: walce, ubijaki i zagęszczarki, lekkie wywrotki, koparki i ładowarki
 - do prac betoniarskich: betoniarki, zacieraczki, listwy wibracyjne, butawy i wibratory
 - do robót wysokościowych: podesty nożycowe i teleskopowe, drabiny, wieże jezdne, rusztowania warszawskie, windy towarowo osobowe, kosze, transportery, wciągarki i zsypy segmentowe
 - do robót ogólnobudowlanych: spawarki, zamrażarki, zgrzewarki do rur, ogrzewacze, osuszacze, klimatyzatory, pompy, wyrzynarki, pilarki, pily, bruzdownice, gwintownice gilotyny, szlifierki, strugi, frezarki, giętarki, urządzenia pomiarowe i czyszczące.
- Infrastrukturę i zaplecze placu budowy: kontenery biurowe i socjalne, ogrodzenia, i agregaty prądotwórcze.

Bydgoszcz. ul. Przemysłowa 8. +48 666 819 405 ■ **Gdynia.** ul. Chwaszczyńska 170a. +48 58 669 90 30 ■ **Kielce.** ul. Batalionów Chłopskich 71. +48 602 685 815 ■ **Kraków.** ul. Pana Tadeusza 4. +48 12 292 53 00 ■ **Łódź – Brukowa.** ul. Brukowa 16. +48 784 969 963 ■ **Łódź – Wedmanowej.** ul. Wedmanowej 4. +48 42 641 76 76 ■ **Mikotów.** ul. Jasna 9. +48 32 738 48 56 ■ **Poznań.** Swadzim. ul. Św. Antoniego 8. +48 61 663 80 15 ■ **Radzionków.** ul. Anieli Krzywoń 34. +48 32 282 83 19 ■ **Rzeszów.** ul. Podkarpacka 59A. +48 17 854 18 08 ■ **Szczecin.** ul. Szczawiowa 53D. +48 91 487 22 45 ■ **Warszawa – Mińska.** ul. Mińska 65. +48 22 810 20 70 do 72 ■ **Warszawa – Modlińska.** ul. Modlińska 207. +48 22 676 77 20 ■ **Warszawa – Puławska.** ul. Puławska 413A. +48 22 643 51 41 ■ **Warszawa – Babice.** Stare Babice. ul. Warszawska 19a. +48 22 722 01 30 ■ **Wrocław – Brücknera.** Al. A. Brücknera 27. +48 71 325 17 69 ■ **Wrocław – Gazowa.** ul. Gazowa 24/25. +48 71 336 60 06 ■ **Dział Kontenerów.** Warszawa. ul. Mińska 65. +48 22 810 20 71 ■ **Dział UTB.** +48 662 09 84 00 ■ **Dział Podestów Ruchomych.** Kraków. ul. Biskupińska 16. +48 12 290 03 10 ■ **Radzionków.** ul. Anieli Krzywoń 34. +48 32 289 84 56 ■ **Łódź.** ul. Wedmanowej 4. +48 42 656 73 53 ■ **Poznań. Witkowo.** ul. Dworcowa 23. +48 61 477 94 86

WYNAJEM MASZYN BUDOWLANÝCH

www.cramo.pl ■ infolinia: 222 11 98 98

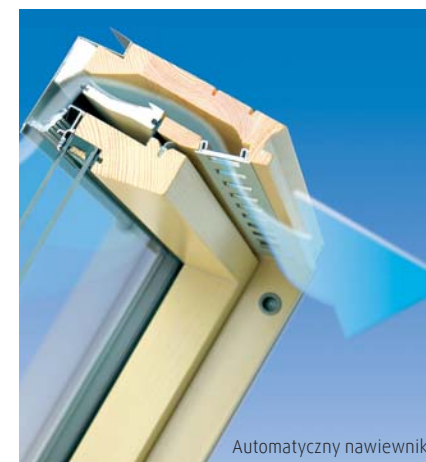
C R A M O

Działalność międzynarodowa

Działania eksportowe rozpoczęto w 1993 roku. Dziś firma jest wiceliderem światowego rynku okien dachowych z blisko 15-to procentowym udziałem w rynku globalnym. Udowodniliśmy, że nasze produkty mogą być najlepsze nie tylko w kraju, ale również za granicą, czym przyczyniamy się do kształtowania pozytywnego wizerunku Polski w wielu krajach na całym świecie. Grupa FAKRO zatrudnia dziś łącznie ponad 3000 pracowników, posiada dwanaście własnych zagranicznych firm dystrybucyjnych (m.in. FAKRO-USA, FAKRO-GB, FAKRO-Niemcy, FAKRO-Francja, FAKRO-Holandia, FAKRO-Rosja, FAKRO-Lwów, FAKRO-Węgry, FAKRO-Słowacja) oraz dziesięć zakładów produkcyjnych w Polsce i zagranicą. 70 proc. swojej produkcji FAKRO sprzedaje na eksport. Historia eksportu FAKRO liczy sobie 16 lat.

Innowacyjność

Firma FAKRO od samego początku swojego istnienia postawiła na innowacyjność. Każdy rynek ma swoją specyfikę i swoje uwarunkowania i wymaga skonstruowania całkiem nowych produktów, ze względu na inny system budownictwa lub klimat. Wszystkie rozwiązania opracowywane są przez FAKRO we własnym dziale badań i rozwoju, zatrudniającym ponad 30 konstruktorów – autorów patentów. Inżynierowie FAKRO to autorzy wielu nowatorskich rozwiązań, chronionych patentami oraz kilkudziesięciu zgłoszeń patentowych. FAKRO to firma, która eksportuje nie tylko okna dachowe, ale także myśl twórczą polskich inżynierów i konstruktorów, rozwiązania techniczne do wielu krajów świata, wytyczając nowe kierunki rozwoju dla branży okien dachowych na świecie. Rokrocznie wzbogacamy swoją ofertę, wdrażając nowe technologie. Przedsiębiorstwo należy do pierwszej trójki najbardziej innowacyjnych polskich firm. W roku grudniu 2008 zostaliśmy uhonorowani Kamertonem Innowacyjności.



Automatyczny nawiewnik



RELACJE Z PRACOWNIKAMI I OTOCZENIEM

Dzisiejsze firmy stają się coraz bardziej podobne do siebie jeśli chodzi o produkty lub technologie. Prawdziwą różnicę tworzą ludzie. Siłą FAKRO jest wydajność i kreatywność naszych pracowników. Swoją wysoką pozycję na rynku budowlanym w Polsce i na świecie Fakro zawdzięcza wysokim kompetencjom pracowników. W naszych zakładach w kraju i za granicą pracuje ponad 3 tys. ludzi. Systematycznie zwiększamy zatrudnienie. To wynik ciągłego, dynamicznego rozwoju firmy: wdrażania do produkcji coraz bardziej innowacyjnych produktów i zdobywania nowych rynków handlowych na całym świecie. Nasza firma jest zawsze otwarta dla lubiących zawodowe wyzwania menadżerów nowych produktów, specjalistów sprzedaży na rynki krajowe i zagraniczne, technologów maszyn i konstruktorów specjalistów do spraw marketingu czy zarządzania. Od tych, którzy chcą u nas pracować oczekujemy by byli ambitni, kreatywni i znali języki obce. Dlatego systematycznie identyfikujemy i analizujemy potrzeby szkoleniowe naszych pracowników, tak by były zgodne z założeniami polityki personalnej oraz strategią firmy. Nasza oferta, to nie tylko możliwość nauki języków obcych, ale także udział

w specjalistycznych szkoleniach produktowo-technicznych prowadzonych zarówno przez konsultantów zewnętrznych, jak również trenerów wewnętrznych. To także swobodny dostęp do zasobów firmowej biblioteki, liczne seminaria i konferencje oraz dyskusje i praca nad realizowanymi przez firmę projektami. Warto podkreślić, że w naszej firmie możliwość zawodowego rozwoju znajdują ludzie młodzi, bezpośrednio po ukończeniu studiów wyższych, dla których praca w FAKRO jest początkiem kariery. Jednocześnie finansujemy tych, którzy chcą studiować bądź uzupełniać swoje wykształcenie poprzez studia podyplomowe. Naszym pracownikom oferujemy także możliwość aktywnego wypoczynku. Mamy firmową drużynę siatkówki, koszykówki oraz piłki nożnej, możemy także bezpłatnie korzystać z zajęć na krytej pływalni. Pamięając o ciele, nie zapominamy także o strawie duchowej. Stała dawka kultury to dofinansowane przez przedsiębiorstwo imprezy sportowe, przedstawienia teatralne i koncerty. Organizujemy też imprezy integracyjne, podczas których pracownicy wraz z rodziną mogą miło spędzać czas. Wiemy, że dobro firmy to ludzie zadowoleni z życia.

20 LAT FAKRO HISTORIA INNOWACYJNOŚCI

Historia okna dachowego

Pierwsze wzmianki o oknach dachowych pochodzą z połowy XIX w. W tym czasie w bogatych miastach Niemiec, Francji i Anglii, na poddaszach kamienic czynszowych znajdowały się mieszkania dla biednych grup społecznych. W tego rodzaju pomieszczeniach okna dachowe były najczęściej jedynym źródłem światła i zapewniały widok na zewnątrz.

Źródłem wiedzy historycznej o oknach dachowych są dokumentacje patentowe. W roku 1894 w Wielkiej Brytanii został złożony pierwszy patent, który dotyczył drewnianego okna, obracanego do mycia. Po raz pierwszy w 1931r. w zgłoszeniu patentowym pojawiło się określenie „okno dachowe” w języku niemieckim. Duże zasługi dla rozwoju okien dachowych wniósł p. V. K. Rasmussen, który udoskonalił konstrukcję okien dachowych i w roku 1945 zgłosił swój pierwszy patent dotyczący zawiasów obrotowych do okien dachowych.

Okna dachowe zaczęły się szybko rozwijać po II wojnie światowej wraz z powszechnym rozwojem i zastosowaniem płyt gipsowo-kartonowych i wełny mineralnej. W latach 70. powstało wielu producentów okien dachowych, głównie w Niemczech (np. Blefa, Hertz, Roto), ale również we Francji, Włoszech, Hiszpanii. Po roku 1990

powstało wiele nowych firm specjalizujących się w produkcji okien dachowych, głównie w Europie Centralnej i Wschodniej.

Okno dachowe FAKRO

W 1991 roku rozpoczęła produkcję okien dachowych firma FAKRO. Zaledwie trzy lata później firma FAKRO zaczęła eksport swoich produktów. Pierwszy transport okien dachowych wyruszył



do Holandii. Kolejnymi krajami były Francja i Słowacja. Dynamiczny rozwój produkcji wymusił budowę kolejnych hal produkcyjnych i zatrudnienie większej ilości pracowników. 15 lat później w skład Grupy FAKRO wchodziło już 5 zakładów produkcyjnych w Polsce i 10 zagranicznych firm dystrybucyjnych. Obecnie firma FAKRO to lider na rynku polskim i druga firma na świecie z 15% udziałem w globalnym rynku okien dachowych.

Firma zatrudnia ponad 3200 pracowników w 12 zakładach produkcyjnych na świecie oraz posiada 13 zagranicznych firm dystrybucyjnych. Jest też jednym z najbardziej innowacyjnych polskich przedsiębiorstw z nowoczesnym centrum badawczo-rozwojowym i autorem kilkudziesięciu zgłoszeń patentowych.

Firma FAKRO może poszczycić się kilkoma przełomowymi produktami. Prawdziwa rewolucja na światowym rynku okien dachowych zaczęła się wraz z wprowadzeniem przez FAKRO okna uchylno-obrotowego FPP-V preSelect. Jest to okno uchylno-obrotowe nowej generacji, które zapewnia stabilność otwartego skrzydła zarówno w pozycji uchylnej jak i obrotowej. Okno FPP-V preSelect posiada dwie oddzielone od siebie funkcje otwierania skrzydła. Funkcja uchylna pozwala na pozostawienie skrzydła w dowolnym położeniu w zakresie od 0° do 35°. Umożliwia to swobodne podejście do krawędzi otwartego okna oraz wygodne obserwowanie otoczenia. Nawet wysoka osoba swobodnie zmieści pod uniesionym skrzydłem. Funkcja obrotowa przeznaczona jest do mycia zewnętrznej strony szyby, zakładania markizy i montażu skrzydła. Zmianę sposobu otwierania umożliwia wygodny i funkcjonalny przełącznik preSelect umieszczony w połowie wysokości

ościeżnicy, dostępny po otwarciu skrzydła. Okno wyposażone jest w automatyczny nawiewnik V40P, który niezależnie od różnicy ciśnień oraz wielkości podmuchu wiatru, dostarcza do wnętrza zawsze optymalną ilość powietrza. Chroni przed wychłodzeniem pomieszczenia, co wydatnie zmniejsza koszty ogrzewania. Automatyczny nawiewnik V40P w oknach dachowych FAKRO zapewnia zdrowy mikroklimat oraz realne oszczędności energii cieplnej. W oknach preSelect zastosowano również innowacyjny system wzmacniający konstrukcję okna topSafe przez co okna posiadają podwyższoną odporność na włamanie.

Kolejnym krokiem było stworzenie dużych okien o podwyższonej osi obrotu. Dzięki unikatowej konstrukcji okuć oraz znajdującej się powyżej połowy wysokości okna osi obrotu, okno proSky łączy w sobie zalety okna klapowego oraz obrotowego. Dolna część skrzydła pełni rolę okna klapowego, a górna stanowi dodatkowe doświetlenie. Skrzydło przy obrocie o kąt od 0° do 45° podtrzymywane jest przez innowacyjny mechanizm wspomagający, który umożliwia pozostawienie otwartego skrzydła w dowolnej pozycji w tym zakresie. Taka konstrukcja sprawia, że okno jest łatwe w użytkowaniu, jak

okno obrotowe, a funkcjonalnością przypomina okno klapowe. Nawet wysoka osoba w pozycji wyprostowanej swobodnie zmieści się pod otwartym skrzydłem. Ze względu na dużą wysokość, okna proSky zastępują konieczność zespawania okien w pionie, oferując większą powierzchnię przeszklenia. Okno proSky występuje również w wersji dwuskrzydłowej. Okno FDY-V Duet proSky



posiada dodatkowe, nieotwierane dolne skrzydło, co pozwala osiągnąć standardową wysokość okna do 206 cm, a na zamówienie nawet 255 cm. Skrzydło to wyposażone jest w pakiet szybowy z bezpieczną szybą laminowaną. Umożliwia to nawet dzieciom bezpieczne oglądanie otoczenia. Można przez nie patrzeć wygodnie siedząc w fotelu. Okno wyposażone zostało w automatyczny nawiewnik V40P i sys-

tem wzmocnienia konstrukcji okna topSafe.

Bezpieczeństwo okien dachowych zawsze było priorytetem we wszystkich działaniach firmy FAKRO. Jako pierwsza wprowadziła na rynek pełną ofertę okien dachowych z min. III klasą bezpieczeństwa, wyznaczając nowy standard w branży okien dachowych. W większości swoich okien zastosowała innowacyjny system topSafe, przez co okna posiadają podwyższoną odporność na włamanie. Naturalnym rozwinięciem tej idei było stworzenie specjalnego okna Secure. Takie okno oprócz systemu topSafe posiada kilka nowatorskich rozwiązań sprawiających, że okno jest bardzo trudne do otwarcia z zewnątrz. Są to między innymi laminowana i antywłamaniowa szyba zespolona klasy P2A, system zabezpieczający przed wymontowaniem pakietu szybowego z zewnątrz oraz specjalną klamkę z blokadą. Takie okna nie wymaga już dodatkowych zamków czy rygli, które negatywnie wpływają na użytkowanie okna, a zabezpiecza przed różnymi sposobami włamania takimi jak (uderzenie okna z góry, podważenie klamki narzędziem, łatwe wymontowanie szyby, łatwe rozbicie szyby).

Firma FAKRO również nie zapomina o energooszczędności. Skonstruowała specjalne okna





Thermo o bardzo dobrych parametrach, przez co można je stosować w budownictwie energo-oszczędnym, a nawet pasywnym. Specjalna konstrukcja grubszego skrzydła, superenergo-oszczędny pakiet szybowy U8, poczwórny system uszczelnienia zapewniają doskonałe parametry termoz izolacyjne na poziomie 0,68 W/m²K, który jest najlepszym współczynnikiem spośród okien wytwarzanych przez największych producentów okien dachowych. Duże rozmiary okien sprawiają, że w zimie poddasze nagrzewa się częściowo w sposób naturalny, a szyba z powłoką nisko-emisyjną zatrzymuje ciepło wewnątrz pomieszczenia. Takie okna to dużo naturalnego światła i ciepło na poddaszu w chłodne zimowe dni. Duże rozmiary okna, podniesiona oś obrotu oraz klamka w dolnej części okna zapewniają wygodę użytkowania nowego okna dachowego Thermo.

★★★

Innowacyjność to odpowiedzialność. Wiemy jak ważna jest ochrona środowiska naturalnego, dlatego prowadzimy zrównoważoną politykę w gospodarce leśnej. Nasze produkty nie tylko są ekologiczne ale w dużym stopniu przyczyniają się do oszczędności energii. Okna Thermo, automatyczny nawiewnik V40P, panele solarne montowane wraz z oknami dachowymi czy specjalna naturalna wełna owcza wykorzystywana jako doskonały materiał termoz izolacyjny to rozwiązania przyczyniające się do ochrony nieodnawialnych zasobów naturalnych.

Innowacyjności zmienia przyszłość w teraźniejszość. Nowe technologie wykorzystywane w bu-



downictwie to między innymi ogniwa fotowoltaiczne czy bezprzewodowy system sterowania oknami dachowymi oraz innymi elektrycznymi urządzeniami w budynku. System Z-Wave pozwala na taką integrację a jest dostępny w oknach dachowych jak i akcesoriach elektrycznych. Takie rozwiązania powoli zyskują na popularności a nowoczesność wkracza „otwartymi drzwiami” do budownictwa.



Historia współpracy pomiędzy FAKRO i Linde Material Handling

Wózki widłowe, od początku istnienia firmy zawsze stanowiły mocny filar w transporcie wewnętrznym firmy FAKRO, pierwsze wózki spalinowe w charakterystycznym czerwonym kolorze przyjechały do nowosądeckiej fabryki w latach 90, pochodziły z własnego importu, niektóre z nich do dziś dnia można spotkać na terenie fabryki - chwali się p. Haczek z FAKRO osoba odpowiedzialna za utrzymanie ruchu i jak zawsze podkreśla atrybuty napędu hydrostatycznego w wózkach spalinowych oraz dwupedałowy systemem sterowania, który sprawdza się w każdym zakładzie produkcyjnym należącym do Grupy FAKRO, Współpraca pomiędzy Grupą FAKRO a Linde Material Handling Polska rozpoczęła się w 2000 roku, wówczas zaistniała potrzeba wyposażenia fabryki w wózki magazynowe z masztami, wybór padł na sprawdzony model L10 z serii 379, który cieszy się dobrą opinią wśród użytkowników za stosunkowo nieduże gabaryty oraz ergonomiczne rozwiązania, które mają wpływ na codzienną pracę a także bezpieczeństwo użytkownika, Rozwijający się rynek okien dachowych, a także coraz większe potrzeby Grupy FAKRO, przekładają się na kolejne inwestycje, flota wózków spalinowych zostaje uzupełniona o sprawdzone jednostki LINDE z napędem hydrostatycznym, model H16T z serii 350 z masztami typu Triplex, które dostają angaż przy dostarczaniu komponentów z magazynów surowców do produkcji. Kolejne lata współpracy to nowe projekty min. wózki elektryczne czołowe znane w nomenklaturze Linde pod symbolem 386 (tzw. E-strefa Linde).

Rok 2008 / 2009 gdzie ogólnie mówi się o kryzysie na rynku, LINDE wspólnie z Grupą FAKRO realizuje kolejny duży projekt związany z wózkami wysokiego składowania typ reach truck. W ramach tego projektu do 12 magazynów regionalnych zostają dostarczone wózki R14 oraz R16 serii 115.

Dla nowosądeckiego producenta okien dachowych, który należy do ścisłej czołówki na świecie, istotnym punktem jest rynek eksportowy, który cały czas się rozwija, również na tej płaszczyźnie FAKRO stawia na LINDE, głównym aspektem który podkreśla nasz Partner – jest Serwis i jego dostępność, Patrząc przez pryzmat naszej 10-cio letniej

współpracy jesteśmy pewni, iż wybór Linde jako dostawcy usług serwisowych jak i wózków widłowych przyczynił się do rozwoju potencjału naszego Partnera biznesowego.

Linde jako dostawca deklaruje swoją gotowość do współdziałania, a także zapewnia, iż dołoży wszelkich starań, aby współpraca z firmą Fakro rozwijała się nadal z korzyścią dla obu stron.

PS. Przy opracowywaniu powyższego materiału Grupa FAKRO zrealizowała kolejny projekt inwestycyjny wraz z Linde.

Dziękujemy za zaufanie!

Zespół Linde, jak zawsze, pozostaje do usług!

Opracował: Michał Schabowski,
Doradca Techniczno-Handlowy LMH-PL



Linde Material Handling

Linde



ANDALUZJA KRAINA OLIWĄ I WINEM PŁYNĄCA

– Maciej Grabowski –

Andaluzja często nazywana jest „pomostem między kontynentami”, „bramą Europy”, „tygłem kultur”, czy „miejscem spotkania mórz” i wszystkie te określenia są w pełni uzasadnione. Ten wyjątkowy region położony w południowej Hiszpanii, na wybrzeżach Oceanu Atlantyckiego i Morza Śródziemnego, przez tysiąclecia była obszarem rozwoju i ścierania się różnorodnych kultur, między innymi arabskiej, żydowskiej i chrześcijańskiej.

Andaluzja jest krainą kontrastów. Występująca tam różnorodność krajobrazów i form ukształtowania terenu tworzy bogaty wachlarz obejmujący ciepłą dolinę rzeki Guadalquivir, zalesione góry, wulkaniczne pejzaże pustyni Tabernas, aż po ośnieżone szczyty Sierra Nevada znajdujące się zaledwie pół godziny drogi od Granady. Swoją drogą, to jedyne miejsce w Europie gdzie jednego dnia może jeździć na nartach i wypoczywać na wybrzeżu Costa Tropical gdzie uprawia się papaje, mango, awokado i czerymoje, tropikalne owoce kojarzone raczej z innymi kontynentami. W głąb lądu, Andaluzja przyciąga miastami szczytującymi się najwspanialszymi w Hiszpanii zabytkami sztuki pozostawionymi przez kolejnych najeźdźców. Maurowie rządili najdłużej i pozostawili najwybitniejsze dzieła swojej sztuki - meczet w Kordobie, wspaniałą pałac Alhambra w Granadzie oraz twierdzę Alcazar w Sewilli. Ponadto, ciągnące się kilometrami piaszczyste plaże Costa del Sol, malownicze „białe wioski” i piękne rezerваты przyrody działają jak magnes na ponad 20 milionów turystów odwiedzających co roku południową część Hiszpanii.



Słońce Andaluzji zamknięte w butelce... oliwa z oliwek

Opowiadając o Andaluzji trudno jednak nie wspomnieć o dwóch produktach, o których wyjątkowości decyduje gorący klimat tego regionu, gdzie słońce grzeje przez ponad 300 dni w roku.

16 listopada 2010, dieta śródziemnomorska oficjalnie wpisana została na listę arcydzieł ustnego i niematerialnego dziedzictwa UNESCO. Nieodłącznym elementem tej diety jest oliwa z oliwek, która od wieków pozwala mieszkańcom krajów basenu Morza Śródziemnego cieszyć się zdrowiem i długim życiem.

Klimat śródziemnomorski niewątpliwie sprzyja uprawie drzew oliwnych, ponad 40% oliwy produkowanej na świecie pochodzi właśnie z Hiszpanii. Oliwa z oliwek extra virgin z pierwszego tłoczenia na zimno uznana jest za naturalne źródło życia... mieszkańcy andaluzyjskiej miejscowości Jaen (w tej części Andaluzji jest najwięcej gajów oliwnych) charakteryzują się jedną z najwyższych na świecie średnią długością życia, która wynosi 83 lata. To znacznie więcej niż średnia długość życia nie tylko mieszkańców Europy, zbliżając się do Japonii, której mieszkańcy to najdłużej żyjący naród świata.

Olej z owoców drzewa oliwnego jest najlepszym środkiem, jaki możemy podarować naszemu organizmowi. Oliwa z oliwek extra virgin z pierwszego tłoczenia, od wieków będąca podstawą diety śródziemnomorskiej, bogata jest przede wszystkim



w cenne polifenole, związki mineralne: fosfor, potas i żelazo, a także witaminy z grupy B, prowitaminę A oraz witaminy C i E. Dzięki temu spowalnia rozwój miażdżycy, obniża ilość złego i podnosi poziom dobrego cholesterolu, zapobiega tworzeniu się wolnych rodników, a nawet redukuje ryzyko zachorowań na astmę. Hiszpańska oliwa z oliwek extra virgin to najzdrowszy ze wszystkich tłuszczów, nie bez przyczyny od wieków uznawany za symbol zdrowia i urody.

Oliwa ma nieograniczone możliwości zastosowania. Idealna do sałatek, smażenia i marynowania mięs, oraz do wszelkich potraw z makaronów oraz ryb i owoców morza. Doskonale zastępuje masło lub margarynę... ulubionym śniadaniem Andaluzyjczyków jest „una tostada con aceite de oliva” czyli gorący tost polany

oliwą, która pod wpływem temperatury uwalnia swój owocowy aromat. Na chleb można jeszcze położyć pomidor albo przezroczysty plasterki „jamón” czyli dojrzewającej szynki iberyjskiej...

Skąd mieć pewność, że oliwa z oliwek, której używamy ma cenne dla naszego zdrowia właściwości? Najważniejsza zasada to wybór ekstra oliwy z oliwek pierwszego tłoczenia (extra virgin), produktu najwyższej kategorii, uzyskanego wyłącznie za pomocą środków mechanicznych. **Extra Virgin** to oliwa uzyskana z tłoczenia świeżych oliwek, niepodlegająca żadnym procesom chemicznym. W 100% sok z oliwek. Szczególnie uważać należy na mieszanki oliw, czy oliwę z wytłoczyn z oliwek, które z oliwą extra virgin nie mają wiele wspólnego.

Sherry od wytrawnego po słodkie

Ale nie samą oliwą człowiek żyje... poznajcie hiszpańskie sherry.

Inny trunk, z którego słynie Andaluzja to sherry. Jak twierdzi Heston Blumenthal, szef kuchni i właściciel restauracji „The Fut Duck” (3 gwiazdki Michelin) „przyjemność, którą daje sherry, jest nieporównywalna z innymi winami. Sherry ma wyjątkowy zapach i smak, a jego składniki podkreślają smak innych potraw.”

Z jednej strony fino, czyli sherry wytrawne..., a nawet bardzo wytrawne, a jednocześnie eleganckie i dojrzałe. Fino, które rozpoznajemy





NAPĘD PEŁEN ENERGII

Dostarczamy Państwu odpowiedni system do każdego zastosowania: wózków widłowych, systemów składowania i magazynowania, systemów automatycznego transportu, maszyn czyszczących, platform podnoszących. Wszystkie technologie: kwasowo-ołowiowe, niklowo-kadmowe, bezemisyjne oraz hybrydowe, otrzymujesz z jednego źródła. Energia staje się synergią.

Nasze produkty:

- ❑ baterie trakcyjne
- ❑ prostowniki trakcyjne
- ❑ profesjonalne akumulatory

HOPPECKE Baterie Polska Sp. z o.o.
 ul. Składowa 13
 62-023 Żerniki k. Poznania
 Tel.: +48 61 64 65 000
 Fax: +48 61 64 65 001
 www.hoppecke.pl

po słomkowym kolorze jest winem stylowym a zarazem żywym i rześkim. Jest inne od klasycznych win białych. Nie znajdziemy tu zapachu kwiatów i owoców. Ma lekki, niepozorny wygląd, choć drzemie w nim siła i moc (między innymi ta wyrażona w 15-17% alk.). Wysławiane jest przez sommelierów na całym świecie, choć w Polsce jeszcze mało znane. Bo sherry z pewnością nie jest winem łatwym, choć tkwi w nim ogromny potencjał.

Sherry powstaje z odmiany winogron o nazwie palomino, a produkowane jest w trójkącie między andaluzyjskimi miastami Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda i Puerto de Santa María. Wytwarzane jest w beczkach z dębu amerykańskiego ustawionych na sobie warstwami w systemie zwanym solera i criaderas. Z tych na spodzie (solera, od hiszpańskiego suelo: ziemia) odciąga się dojrzałe wino do butelek, a powstały brak uzupełnia się młodszym trunkiem z beczek z rzędu powyżej (criaderas) i tak kolejno aż do najmłodszego, tegorocznego wina. Beczek nie opróżnia się całkowicie, więc w każdej butelce znajdziecie choćby śladowe ilości wina z roku założenia bodegi.

Wina z Jerez, szczególnie te najbardziej wytrawne,



zawierają składniki, które znakomicie podkreślają smak potraw bogatych w umami, piąty wyczuwalny smak, daleki od słodkiego, słonego, kwaśnego i gorzkiego. Słowo umami pochodzi z języka japońskiego i oznacza wyśmienity, smakowity a „produktami umami” są sery, mięso, grzyby shiitake, wodorosty, niebieskie ryby i pomidory...

Sherry idealne łączy się z rybami, w tym z wędzonym łososiem, czy owocami morza. Jest wielbione przez miłośników kuchni japońskiej ze względu na swoje wyjątkowe właściwości „odświeżania podniebienia”. Działa podobnie jak marynowany imbir, pomagając dealektować się na nowo smakiem każdego kawałka sushi. Nie bez powodu jednym z najważniejszych importerów win z Andaluzji jest Japonia.

W Hiszpanii wytrawne sherry pije się głównie jako aperitif a także jako idealny trunek do jamón ibérico, sera, oliwek, czy innych tapas. W hiszpańskich domach często stosuje się w kuchni jako aromatyczny dodatek do mięs czy sosów.

A słodkie sherry.... jest bardzo słodkie! Pedro Ximenez nazywany jest często PX, choć spotykany również pod nazwami: Pedro Jimenez, Alamis, Pedro Ximen, Ximénez lub Ximen. PX to odmiana winorośli tradycyjnie uprawiana na południu Hiszpanii. Po zbiorze winogrona rozkładane są na matach, suszone są na słońcu i wyciskane dopiero wtedy, gdy cukier osiągnie wymagany poziom. Dzięki temu deserowe wina powstające ze szczepu Pedro Ximenez są gęste, mahoniowo ciemne i kremowe w strukturze, a zapachem przypominają rodzynki.

PX szczególnie lubiany jest przez kobiety, ale i mężczyźni nie stronią od niego. Jest doskonałym towarzyszem smażonego koziego sera a w wersji zredukowanej (odparowanej poprzez powolne gotowanie) służy do dekoracji sałat, mięs czy serów. Słodkie PX pasują znakomicie jako polewa do lodów i do kawy lub jako deser sam w sobie.

Oprócz wytrawnego fino i słodkiego Pedro Ximenez w Andaluzji powstają delikatniejsze odmiany sherry, choć nie tracące charakteru i osobowości. Sherry amontillado to wino o głębszych orzechowych smakach i bursztynowej tonacji, doskonale do bulionów, zup, białych mięs, ryb, dojrzałych serów. Jest też Sherry oloroso o nasyconej brązowej barwie i intensywnych aromatach orzechów włoskich, idealnie pasujące do pasztetów i pieczonych mięs. Zawartość alkoholu wszystkich wymienionych win waha się od 15% do nawet 22%. Trunki można już bez kłopotu znaleźć na polskim rynku. Pamiętajmy, że zarówno wytrawne sherry fino jak i słodkie Pedro Ximenez najlepiej smakuje schłodzone, w temperaturze 7-9 °C.

I jeszcze jedna wizytówka Andaluzji. Miłośnikom mocniejszych alkoholi z pewnością nie trzeba przedstawiać Brandy de Jerez, niepowtarzalnego, bo dojrzewającego w beczkach po tutejszym winie. Hiszpańskie brandy jest bardziej łagodna, miękka i karmelowa w ustach. Słowem bardziej przyjazna w picu, niż inne światowe rodzaje tego trunku.



SOLIDEAL®

www.solideal.pl

Nasza misją jest podnoszenie
mobilności w świecie produkcji.

SOLIDEAL POLSKA S.A.

Biuro handlowe:
ul. Trakt Brzeski 35, 05-077 Warszawa-Wesoła
tel.: +48 (0) 22 783 35 90, 783 17 87,
fax: +48 (0) 22 783 35 82,
e-mail: biuro@solideal.pl

Kiedy jechać do Andaluzji?

Wiosna to dobry czas, aby spacerując po Sewilli poczuć zapach kwiatów pomarańczy. Podczas obchodów Wielkiego Tygodnia (Semana Santa) andaluzyjskie miasta zamieniają się w autentyczne muzea religijnej sztuki baroku a przez ulice przechodzą organizowane przez bractwa religijne procesje. W kwietniu, w stolicy Andaluzji odbywa się Feria de Abril, czyli tydzień nieprzerwanej zabawy, flamenco, fajerwerków, walk byków i parad powozów ciągniętych przez konie. Na jesień przypada odbywający się co dwa lata Bienal de Flamenco, najbardziej prestiżowy festiwal tej sztuki na świecie. Choć następny festiwal dopiero w 2012, w ciągu roku nie brakuje licznych imprez i występów tego tańca, stanowiącego pełen artystycznej ekspresji wyraz smutków i radości życia. Do Andaluzji warto jechać przez cały rok bo za każdym razem odnajdziemy tam otwartych i życzliwych ludzi, dobrą zabawę, wspaniałą regionalną kuchnię, piaszczyste plaże i słońce, dużo słońca.

Maciej Grabowski
Dyrektor Extenda w Polsce



Autor jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz CESLA na Uniwersytecie Warszawskim, obecnie realizuje program Executive MBA w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Od wielu lat zawodowo związany z Hiszpanią oraz tematyką handlu międzynarodowego i umiędzynarodowienia przedsiębiorstw.

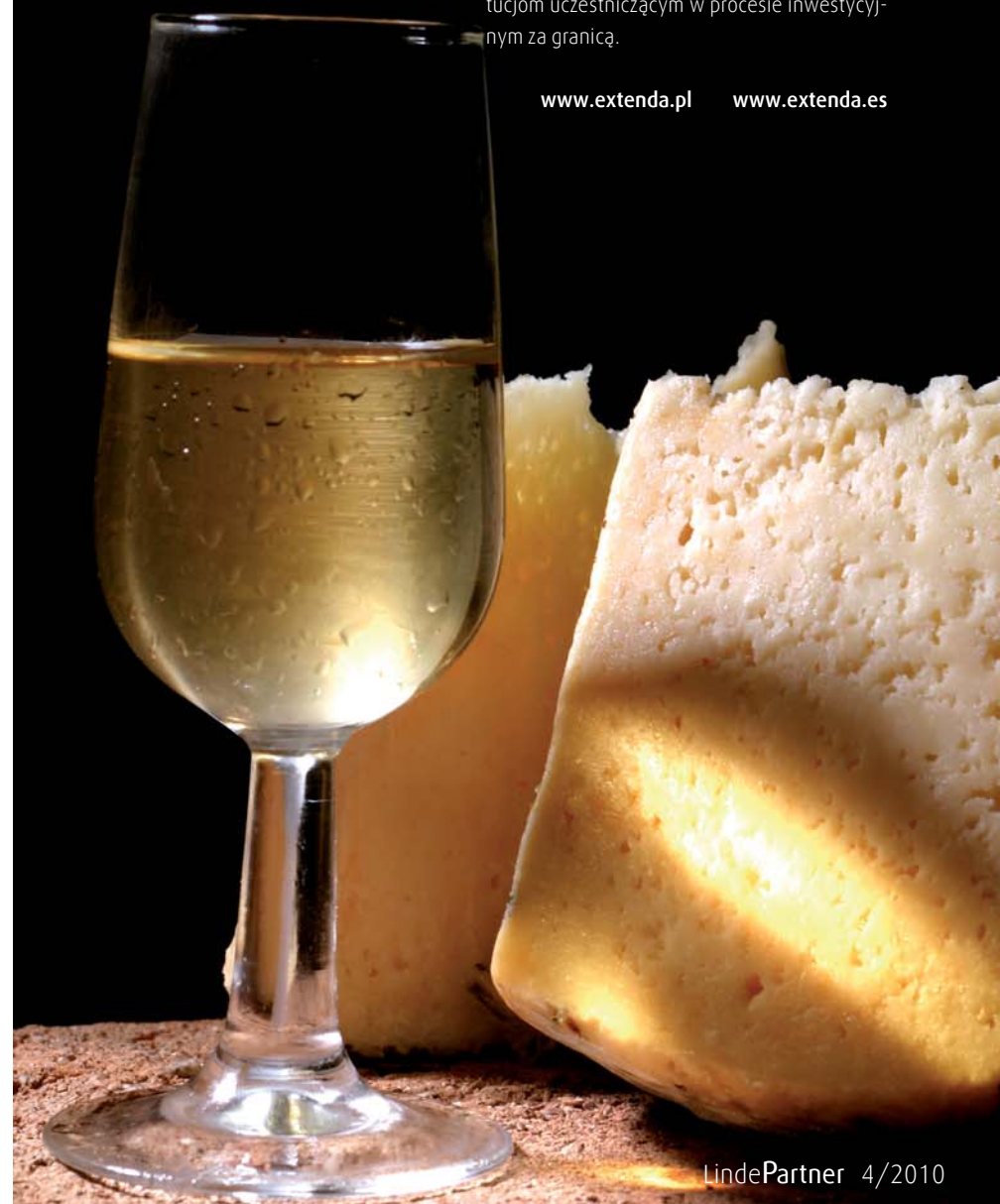


Agencia Promocji Regionu Andaluzji Extenda

jest instytucją publiczną utworzoną przez Autonomiczny Rząd Regionu Andaluzji: Junta de Andalucía, która przy udziale biura centralnego w Sewilli oraz 21 biur na całym świecie realizuje trzy zasadnicze cele.

- Wspieranie firm andaluzyjskich w wychodzeniu na rynki zagraniczne przez eksport lub inne formy internacjonalizacji.
- Pomoc polskim firmom w docieraniu do dostawców produktów hiszpańskich poprzez organizację seminariów branżowych, misji handlowych, spotkań biznesowych i promocji wybranych produktów andaluzyjskich w Polsce.
- Wspieranie lokalizacji bezpośrednich inwestycji zagranicznych w regionie Andaluzji towarzysząc inwestorom oraz firmom i instytucjom uczestniczącym w procesie inwestycyjnym za granicą.

www.extenda.pl www.extenda.es





NOWOCZESNE I BEZPIECZNE ROZWIĄZANIA SZALUNKOWE

Doka Polska to spółka działająca na polskim rynku od prawie 15 lat. Od początku swojej działalności na czele wyznawanych zasad stał profesjonalizm, niezawodność świadczonych usług oraz kompetentna i wyszkolona kadra. Przez cały ten czas, staramy się na bieżąco wychodzić na przeciw wymaganiom naszych Klientów, dzięki czemu ich stała rzesza regularnie się powiększa. Dzisiaj znakiem rozpoznawczym firmy jest to, że z pomocą naszego sprzętu oraz fachowości specjalistów Doka Polska każdy może budować szybciej, lepiej, efektywniej oraz co niezwykle ważne oszczędniej.

Jako Doka Polska należymy do austriackiego koncernu Umdasch AG, który ma swoją siedzibę w miasteczku Amstetten i może się poszczycić ponad 130 – letnią historią. Koncern jest podzielony na dwie grupy: Doka Group, czyli specjalistów techniki deskowań oraz Umdasch Shopfitting Group, która specjalizuje się w wyposażaniu centrów handlowych i kreowaniu marki. Do głównych zadań Doka Group należy dostarczanie nowoczesnych i bezpiecznych rozwiązań szalunkowych niezbędnych przy realizacji obiektów betonowych i żelbetowych. Duży nacisk jest kładziony na to, by oferować pełen asortyment i wynajdować optymalne rozwiązania każdego problemu związanego z systemem deskowań. W produkcji deskowań Doka wykorzystuje nie tylko podstawowe surowce takie jak: stal

i drewno, ale również aluminium i tworzywa sztuczne. Co ważne Doka jest w stanie sama wyprodukować wszystkie systemy w swoich fabrykach w Amstetten i Saint Martin na terenie Austrii i Bańskiej Bystrzycy na terenie Słowacji.

Rozwój firmy

Niewątpliwie w ciągu prawie 15 lat istnienia Doka Polska Sp. z o.o. możemy wymienić wydarzenia, które w zasadniczy sposób przyczyniły się do rozwoju i rozpoznawalności spółki na rynku polskim. Wśród katalogu tzw. „kroków milowych” Doka Polska możemy wyróżnić kilka fundamentalnych dat dla naszej działalności, oto one:

- 1993 – otwarcie oficjalnego przedstawicielstwa ÖD w Polsce: firma Descot Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu;
- 1996 – powołanie do życia przedsiębiorstwa Doka Polska Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu przez Deutsche Doka;
- 1997 – przeniesienie siedziby spółki do Olśztyna pod Częstochową; utworzenie pierwszego na terenie Polski magazynu dzierżawy w Warszawie pod nazwą Doka Polska Sp. z o.o. Filia Warszawa; realizacja pierwszego poważnego zadania handlowego jakim była dostawa deskowań dla firmy Mota&Companhia na budowę obiektów mostowych odcinka autostrady A4 pomiędzy Wrocławiem i Opolem;
- 1998 – utworzenie drugiego na terenie Polski magazynu dzierżawy szalunków w Siemianowicach Śląskich pod nazwą Doka Polska

Sp. z o.o. Filia Katowice; podział obszaru dystrybucji „Polska” na dwa podobszary: północno-wschodni i południowo-zachodni;

- 1999 – przeniesienie siedziby spółki do Częstochowy;
- 2000 – przeprowadzka Filii Warszawa do Zielonki Bankowej; utworzenie trzeciego na terenie Polski magazynu dzierżawy w Krakowie pod nazwą Doka Polska Filia Kraków;
- 2001 – przeniesienie siedziby spółki do Zielonki Bankowej; utworzenie czwartego na terenie Polski magazynu dzierżawy we Wrocławiu pod nazwą Doka Polska Sp. z o.o. Filia Wrocław, Doka Polska Sp. z o.o. firmą roku 2001 za wdrażanie na rynku polskim nowoczesnych technologii ułatwiających pracę na budowach – prestiżowa nagroda Polskiego Klubu Biznesu.
- 2003 – przeprowadzka Filii Katowice do Katowic;
- 2004 – przejęcie Doka Polska Sp. z o.o. przez Österreichische Doka w ramach projektu konsolidacji obszarów dystrybucji;
- 2006 – otwarcie biura handlowego Doka Polska Sp. z o.o. w Łodzi;
- 2007 – przeprowadzka Filii Katowice do Siemianowic Śląskich;
- 2009 – zamknięcie Filii Łódź oraz Filii Kraków w ramach projektu reorganizacji procesu dystrybucji pod nazwą „Bliżej Klienta”;
- 2010 – utworzenie kolejnych magazynów dzierżawy w Gdańsku pod nazwą Doka Polska Sp. z o.o. Filia Gdańsk oraz w Ropczycach pod nazwą Doka Polska Sp. z o.o. Filia Rzeszów.



Pokróćce nasze placówki

Doka Polska Filia Warszawa

Filia Doka Polska Sp. z o.o. w Zielonce, a także główna siedziba spółki w Polsce, zajmuje obszar o łącznej powierzchni 19 000 m². W tej lokalizacji jesteśmy obecni od roku 2000. Malowniczo położony, wyremontowany budynek biurowy, wyposażony w nowoczesny sprzęt do wspomagania projektowania oraz dwie nowo wybudowane hale zapewniają naszym Klientom odpowiedni, zgodny ze standardami koncernu Umdasch, poziom obsługi. Jednak prawdziwą wartością naszej spółki na rynku są jej pracownicy. To właśnie dzięki ich kwalifikacjom oraz zaangażowaniu zyskujemy coraz większe zaufanie i zadowolenie naszych Klientów. Poszczególne komórki oddziału współpracują ze sobą



w sposób zapewniający najwyższą jakość usług. Filia Doka Polska w Zielonce może poszczycić się głównie realizacjami w obszarze budownictwa kubaturowego, które to w znacznym

stopniu zadecydowały o ukierunkowaniu Działu Technicznego Filii. Budownictwo polskie ostatnio zmieniło swój profil i szala przechyliła się w kierunku budownictwa inżynieryjnego. Dlatego nasz zespół dostosowuje się do tych wymogów i aby być pomocnym dla naszych Klientów, filia w Zielonce zbudowała także podstawy projektowej komórki mostowej. Dzięki niej jesteśmy pewni naszych możliwości obsłużenia dużych kontraktów drogowych. Wychodzimy z założenia, że nawet najwyższej jakości materiał Doka nie wystarczy, gdy brakuje odpowiedniej kadry o czym zapewne każdy z Czytelników miał okazję się przekonać. Dlatego zapraszamy Państwa to przekonania się o wartości zespołu pracującego w Filii w Zielonce.



Doka Polska Filia Katowice

Filia Doka Polska Sp. z o.o. w Siemianowicach Śląskich zajmuje obszar o łącznej powierzchni 36 500 m². Obiekt powstał w roku 2008 i spełnia wszystkie standardy nowoczesnej placówki. Biura wyposażone w najwyższej klasy sprzęt, dużą i funkcjonalną halę o pow. 3700 m² oraz plac magazynowy o łącznej powierzchni 26 500 m². Filia może się poszczycić przede wszystkim wysocze wykwalifikowaną kadrą pracowniczą, która jest bezsprzecznie mocnym punktem Koncernu Doka. Standardy austriackie są dla nas priorytetem, dzięki czemu Filia w Siemianowicach Śląskich zyskuje coraz to większą grupę usatysfakcjonowanych Klientów. Poszczególne komórki oddziału współpracują ze sobą w sposób zapewniający



najwyższą jakość usług dla naszych Klientów. Przewodnym celem Doka Polska jest maksymalne zadowolenie Klientów, ponieważ to dzięki Nim Grupa Doka AG aktywnie działa w ponad 65

krajach na całym świecie.

Wychodząc naprzeciw potrzebom naszych Partnerów biznesowych w Filii Katowice została utworzona prężnie działająca komórka mostowa pod kierownictwem mgr inż. Dariusza Tatarka. Zespół wysoce wykwalifikowanych projektantów wykonuje kluczowe projekty dla naszych Partnerów, m.in. : Polimex-Mostostal S.A, Budimex S.A., Mota-Engil Central Europe S.A, Dragados S.A, Skanska S.A, Intercor, Mosty Łódź, Mosty Chrzanów oraz wielu innych.

W skład tej komórki wchodzi projektanci najwyższej klasy, absolwenci najlepszych uczelni technicznych w Polsce z wieloletnim doświadczeniem projektowym, niejednokrotnie mający doświadczenie z nadzoru budowlanego. Połą-



czenie wiedzy teoretycznej z praktyczną daje możliwość maksymalnego dopasowania się do potrzeb naszych klientów z zachowaniem obowiązujących przepisów budowlanych.

Doka Polska Filia Wrocław

Filia Doka Polska Sp. z o.o. we Wrocławiu powstała w 2001 roku i od tej pory cały czas się rozwija. Obecna lokalizacja to ulica Północna. Dysponujemy tam placem magazynowym o powierzchni 7000 m² oraz dużą halą magazynowo/serwisową o powierzchni 2000 m². Pozwala to na sprawną obsługę nawet największych budów. Poza infrastrukturą stawiamy do Państwa dyspozycji kompetencje zatrudnionych osób. W tym roku rozbudowaliśmy dział techniczny, kupiecki oraz magazyn. Mimo wzrastającej ilości praco-



wników oraz rosnącej ilości klientów udało nam się zachować atmosferę pracy zespołowej i bliskie kontakty z obsługiwanymi firmami. Ważne dla nas jest pełne zrozumienie Państwa potrzeb

Water Less®

EnerSys®

Power/Full Solutions

Mniej uzupełniania – więcej korzyści dla klienta

Dłuższe działanie – rzadsze uzupełnianie elektrolitu

Hawker Water Less® to nowa, wydajna bateria trakcyjna oparta na najnowszej technologii i charakteryzująca się wyjątkowymi właściwościami. Water Less® cechuje większa elastyczność oraz przedłużenie czasu użytkowania przez obniżenie częstotliwości uzupełniania poziomu elektrolitu do 4, 8 lub 13 tygodni – w zależności od metody ładowania.

Więcej korzyści dla Klienta:

- Zmniejszone wymagania konserwacyjne – więcej oszczędności
- Prądowniki 50 Hz i HF – większa elastyczność
- Sprawdzona technologia PzS – więcej opcji
- Pełen zakres DIN, 3 typy PzB
- Zastosowania – większe obciążenia Water Less
- Mniej oznacza więcej



Biura handlowe

Bielsko-Biała
ul. Leszczyńska 73
43-300 Bielsko-Biała
tel. (033) 822 52 06
(033) 822 52 08
fax (033) 822 52 07

Gdańsk
ul. Grunwaldzka 48/50
80-241 Gdańsk
tel. (058) 762 07 35
(058) 762 07 36
fax (058) 762 07 37

Jelenia Góra
ul. Sobieskiego 19
58-500 Jelenia Góra
tel. (075) 752 45 59
fax (075) 752 46 29

Poznań
ul. Warszawska 43
61-026 Poznań
tel. (061) 650 31 15
fax (061) 650 31 16

Warszawa
ul. Gizów 6
01-249 Warszawa
tel. (022) 634 07 26
(022) 634 07 30
fax (022) 634 07 29

a co za tym idzie poprawa jakości obsługi i elastyczne dopasowywanie się do zmieniających się oczekiwań. Myślę, że rosnące grono stałych klientów świadczy o tym, że udaje nam się to całkiem dobrze.

Doka jest uznaną marką na rynku Dolnego Śląska. Od początku naszej działalności zajmujemy się obiektami różnej wielkości i z różnych segmentów



budownictwa. Obsługiwaliśmy zarówno niewielkie obiekty jak i największe inwestycje (biurowiec Globis, most Milenijny), zajmując się budownictwem kubaturowym i inżynieryjnym. Dzięki temu nasz zespół zyskał różnorodne doświadczenia, co poparte rozległym know-how koncernu Doka sprawia, że jesteśmy gotowi sprostać nawet najtrudniejszym technicznie czy logistycznie zadaniom. Obecnie uczestniczymy w najbardziej prestiżowych projektach Wrocławia: budowie Sky Tower czy budowie Obwodnicy Autostradowej Wrocławia. Jestem pewien, że przyszłość przyniesie jeszcze większe i trudniejsze zadania. Zapraszamy Państwa do naszego oddziału, dołożymy wszelkich starań, by pierwszy kontrakt, którego obsługę nam powierzycie był początkiem długoletniej współpracy.

Doka Polska Filia Gdańsk i Doka Polska Filia Rzeszów.

5 października br. doszło do otwarcia najmłodszej filii Doka Polska. Lokalizacja placówki to Gdańsk, ul. Tarcice 14. Obecnie Filia jest jeszcze w fazie organizacji i obsługuje jedynie naszych stałych klientów z terenu województwa pomorskiego. Osiągnięcie pełnej gotowości do realizacji wyznaczonych zadań jest planowane na styczeń 2011 roku.

Filia Rzeszów z siedzibą w Ropczycach to „najmłodsze dziecko” Doka Polska Sp. z o.o. Powstała ona jako kolejny punkt rozwoju europejskiej sieci dystrybucji know how Doka na linii Frankfurt nad Menem - Kijów. Swoją pełną sprawność organizacyjno-techniczną osiągnie ona, podobnie jak filia w Gdańsku w miesiącu styczniu 2011 roku.



DOKA POLSKA JAKO SPRAWDZONY PARTNER W BUDOWNICTWIE INFRASTRUKTURALNYM

Ostatnie miesiące nacechowane są wzmożoną działalnością firm budowlanych w obszarze sektora budownictwa infrastrukturalnego. Przede wszystkim dotyczy to budownictwa drogowego oraz energetycznego, podstawowych i najbardziej istotnych sektorów z punktu widzenia bezpieczeństwa ekonomicznego i militarnego kraju. Doka Polska jako dostawca deskowań należy tu do trzech czołowych firm na rynku polskim, które pod względem jakości produktu oraz potencjału są w stanie sprostać zadaniu dostarczenia sprzętu na potrzeby np. wybudowania 600 obiektów drogowych w przeciągu 2 lat. Pod pojęciem potencjału należy także rozumieć dostępność odpowiednio przeszkolonej kadry inżynierskiej, która jest w stanie przygotować odpowiednią, zgodną z wymaganiami wykonawcy, dokumentację techniczną deskowań dla wykonywanego obiektu. Doka Polska dzięki wcześniejszemu dostrzeżeniu wyzwań stawianych przez rynek zdążyła do chwili obecnej wykształcić taką grupę. Nie bez znaczenia jest także dostępność służb koncernowych jak Kompetencja Center w siedzibie Doka GmbH w Amstetten, w Austrii. Doka Polska jako

część międzynarodowego koncernu Umdasch może korzystać z doświadczeń innych krajów, co pozwala zaistnieć w czołówce dostawców nowoczesnych deskowań, zdolnych sprostać wysokim wymaganiom współczesnej budowy.

Doka Polska jest obecna aktualnie na wielu odcinkach budowanych dróg i autostrad, ale największym jest odcinek autostrady A-4 Rzeszów Zachodni – Dębica Pustynia. Oznacza to dla Doka Polska obsłużenie pod względem sprzętowym, inżynierskim oraz logistycznym 43 obiektów drogowych i około 50 przepustów. Nie jest to łatwe szczególnie jeśli chodzi o dostarczenie odpowiedniej ilości materiału oraz przygotowanie dokumentacji. Przy budowie wspomnianych wyżej obiektów wykorzystywane są następujące systemy deskowań Doka:

- Frami Xlife – lekki system ramowy do ręcznego montażu ale na tyle uniwersalny, że bez dodatkowych, pozasystemowych elementów można w nim realizować przyczółki małych obiektów,
- Framax Xlife – ciężki system deskowań ramowych wykorzystywany do szalowania podpór oraz przyczółków obiektów drogowych

W ŚCISŁEJ CZOŁÓWCE - STABAUTECH



Od ponad 35 lat w ścisłej czołówce producentów osprzętów do wózków widłowych króluje niemiecka firma stabau, która oferuje najwyższej jakości i wyjątkowej żywotności produkty o szerokim zastosowaniu w technikach logistycznych. Wyłącznym przedstawicielem tej firmy w Polsce jest stabatech z siedzibą wrocławiu. Firma stabatech oferuje nowoczesne rozwiązania oraz kompleksowe doradztwo techniczne dla branży wózków widłowych i maszyn budowlanych. Poza sprzedaż nowych i używanych osprzętów stabatech posiada flotę urządzeń do wynajmu oraz prowadzi usługi serwisowe, remontowe i naprawcze.

Obok produkcji wideł teleskopowych, urządzeń do dużych wózków i szerokiej gamy rozwiązań specjalnych „szytych na miarę”, marka stabau zyskała wyróżniającą pozycję w przemyśle stalowym i drzewnym. Dobra reputacja marki stabau to wynik gwarancji na długotrwałe i bezawaryjne użytkowanie oraz optymalny sposób pracy. Osiągnięto to dzięki zastosowaniu solidnych konstrukcji, najwyższej jakości komponentów oraz indywidualnych rozwiązań w układzie elementów każdego osprzętu.

W przemyśle drzewnym najczęściej kupowanym osprzętem są pozycjonery stabau, jedyne, które są w stanie sprostać niezwykle specyfic-

znym wymaganiom tej branży. Dla przykładu, w produkcji płyt wiórowych pakiety płyt o szerokości 6 metrów pobiera się kolejno „jeden za drugim” oraz „jeden na drugim”. W ten sposób powstają ładunki o wadze nawet do 15 ton dla środka ciężkości ładunku mierzonego na 1035 mm a czasem i więcej. Aby w takich warunkach zapewnić ciągłą pracę bez szkody dla przenoszonego ładunku zastosowane w urządzeniach rozwiązania techniczne muszą być projektowane indywidualnie.

Przedstawione zalety stabau są elementem przesądającym o popularności tych urządzeń w przemyśle odlewniczym. Obrotnice stabau w wersji odlewniczej z ochroną cieplną jak i pełną ochroną przed odpryskami żeliwa szarego wyznaczają w tym zakresie standard. Szczypce kuźnicze / manipulatory kuźnicze, urządzenia wsadowe jak i specjalne urządzenia uchylne stabau zastępują powszechnie posiadane wcześniej urządzenia innych marek. Dla specyficznych problemów tej branży stosuje się także rozwiązania indywidualne w odlewniach zostało skonstruowane urządzenie bocznie uchylne.

Dla sporej ilości różnego rodzaju gotowych produktów takich jak zwojów blachy, zwojów drutu, metalowych mat budowlanych, bloków metalowych, elementów kuźniczych itd. stoi do

dyspozycji cała gama urządzeń, które zapewniają bezpieczną i łatwą obsługę ładunku.

W każdej dziedzinie przemysłu, w każdym problemie z zakresu TECHNIK logistycznych fachowym doradztwem technicznym i kompleksową obsługą sprzedaży służy zespół stabatech:



Jarosław Woźniak
- Sprzedaż i doradztwo techniczne,
Tel. kom. +48 602 129 166
Bartosz Bydłowski
- Sprzedaż i doradztwo techniczne,
Tel. kom. +48 604 570 264
Marta Kossowska
- Wynajem i obsługa zamówień,
Tel. kom. +48 604 569 454
Wojciech Kulisz
- Serwis i części zamienne,
Tel. kom. +48 604 568 949

www.stabatech.pl

- Dźwigarowo-ryglowy system deskowań wielkoformatowych TOP 50 – wykorzystywany w powyższym zadaniu przede wszystkim do wykonywania podpór o nietypowych kształtach np. o przekrojach eliptycznych,
- System wień nośnych Staxo 100 – wykorzystywany do wykonywania podparcia deskowań stropowych w płytach jezdnych obiektów drogowych, system wysoce przyjazny dla ekip montażowych, cechujący się dużą nośnością (do 100 kN na stopę) oraz łatwością montażu i zachowaniem bezpieczeństwa pracowników.

Ze względu na występowanie w realizowanym zadaniu podpór płyt jezdnych o nietypowych przekrojach jak np. przekroje o dużych średnicach (powyżej 100 cm) albo eliptyczne, Doka Polska w 2010 roku stworzyła na terenie Polski „Dział Konstrukcji Gotowych”, w którym to wykonywane są odpowiednie formy. Bazę dla nich stanowi system dźwigarowo-ryglowy o nazwie TOP 50. Reszta to duże doświadczenie ciesielskie pracowników oraz żmudna, wymagająca dużej dokładności, praca. Nie bez znaczenia w pracy „Działu Konstrukcji Gotowych” są doświadczenia pracowników z innych europejskich firm koncernu Umdasch. Dzięki nim pewne rozwiązania wymagające wielu obliczeń i prób są dostępne w dużo krótszym czasie.

Udział Doka Polska w budowie odcinka autostrady A-4 Rzeszów Zachodni – Dębica Pustynia postawił też przed nią wysokie wymagania dotyczące transportu deskowań oraz ich składowania i serwisowania. W realizacji tego przedsięwzięcia nieocenieni są tacy partnerzy jak firma Linde. Załadunek i rozładunek oraz transport wewnątrz magazynów około 50 000 m² ramowych deskowań ściennych, gdzie średnio 1 m² tego typu deskowania ma masę 34 kg, obrazuje rozmiar przedsięwzięcia. Celem zapewnienia sprawnej obsługi budowy Doka Polska uruchomiła także magazyn w miejscowości Ropczyce koło Dębicy. Magazyn od pierwszych dni grudnia 2010 r. funkcjonować będzie na zasadach obowiązujących wszystkie filie Doka na całym świecie. Plac o powierzchni 5 000 m² wraz z przyległą halą oraz zapleczem biurowym obsługiwać będzie nie tylko realizowane zadanie dla firmy BUDIMEX S.A. ale służyć będzie także innym kontraktom wykonywanym na terenie województwa podkarpackiego. W filii w Ropczycach stale obecni będą pracownicy Działu Obsługi Klienta, Działu Technicznego, Działu Handlowego oraz Magazynu i Serwisu.

Wszyscy zdajemy sobie sprawę, że jest to czas trudny ze względu na rozmiar podjętych wyzwań, ale cieszy niezmiennie, że jest to czas budowania. Powstają nowe filie i powstają nowe miejsca pracy.

PRZYSTĄPIENIE DO POLSKIEGO ZWIĄZKU PRACODAWCÓW BUDOWNICTWA

W ostatnich latach, bez wątpienia, mamy do czynienia z dynamicznym rozwojem budownictwa, a co za tym idzie także techniki deskowań. W związku z tym firmy budowlane często borykają się z trudnościami pozyskania wykwalifikowanych pracowników przygotowanych do stosowania najnowocześniejszych technologii. Dlatego Doka Polska wychodzi naprzeciw temu problemowi poprzez włączenie się w proces szkolenia młodzieży już na etapie

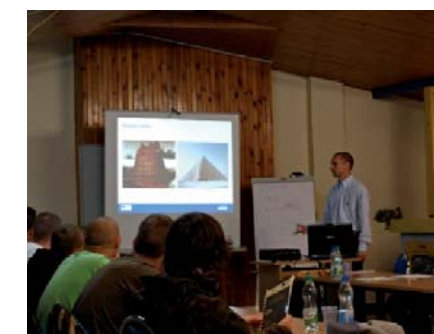


szkoły średniej, co w rezultacie doprowadziło do przystąpienia firmy Doka Polska do Polskiego Związku Pracodawców Budownictwa. Polski Związek Pracodawców Budownictwa zrzesza największe wykonawcze firmy budowlane działające na polskim rynku budowlanym.



Poprzez swoją działalność stara się rozwiązywać problemy na jakie napotykają pracodawcy. Są to nie tylko problemy związane z procesem inwestycyjnym, ale również sprawy usprawniające funkcjonowanie firm. Dotyczy to nie tylko dobrze wyszkolonej kadry menedżersko-inżynierskiej, ale również wykwalifikowanych pracowników budowlanych. Związek w ramach swojej działalności statutowej podjął się bardzo trudnego zadania polegającego na reaktywowaniu szkolnictwa zawodowego na terenie województwa mazowieckiego. Był to długotrwały proces powolnego uświadamiania młodym ludziom i ich rodzicom, jakie korzyści mogą osiągnąć podejmując naukę

w technikach budowlanych. Musieli przestawić tok myślenia i uświadomić sobie czym jest w chwili obecnej budownictwo, jakimi środkami dysponuje, jak w chwili obecnej wygląda praca na budowie, jak ogromny nastąpił postęp technologiczny usprawniający pracę na budowach. Należało także uświadomić uczniom, jakie mają możliwości dalszego kształcenia i doskonalenia zawodowego. Ta praca przyniosła efekty w postaci zwiększonego naboru uczniów do techników



budowlanych, a co ważne tendencja ta utrzymuje się nadal. Widząc coraz większe zainteresowanie młodzieży nauką w szkołach zawodowych i w technikach budowlanych PZPB zaczął szukać sposobów i możliwości na zainteresowanie ich ustawicznym kształceniem, czyli pozyskiwaniem



i poszerzaniem posiadanej wiedzy. Jednym z nich było nawiązanie współpracy z Wydziałem Edukacji Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy, a także Politechniką Warszawską i szkołami budowlanymi. W ramach tej współpracy powstał projekt z EFS „Zawody budowlane na rynku pracy”. Projekt bardzo ciekawy, cieszący ogromnym zainteresowaniem zarówno młodzieży jak i kadry pedagogicznej. W ramach projektu młodzież zwiedza zakłady produkujące materiały budowlane, odwiedza ciekawe budowle i uczestniczy w wykładach i zajęciach laboratoryjnych na Politechnice Warszawskiej. Dla szkół ta współpraca ma ogromne znaczenie. Pomaga w promocji

zawodów budowlanych, a także w nawiązywaniu ścisłej, stałej współpracy z firmami budowlanymi. Doka Polska znajduje się w gronie firm, które na terenie swoich zakładów przeprowadzają takie szkolenia dla młodzieży.

Owocem tej współpracy jest również porozumienie zawarte pomiędzy Technikum Budowlanym nr 1 im. Z. Mączyńskiego w Warszawie, reprezentowanym przez Dyrektora Zespołu Szkół, Panią Barbarę Krakós, a firmą Doka Polska w Zielonce, reprezentowaną przez Wiceprezesa, Pana Pawła Miodka. Celem porozumienia jest integracja obu środowisk poprzez organizację praktyk uczniowskich, szkoleń dla pracowników i uczniów oraz wspieranie uzdolnionych uczniów. Podczas jednego ze szkoleń zapytaliśmy Panią Barbarę Pużańską Zastępcę Dyrektora Biura PZPB, co zdecydowało o tym, że rozpoczęliście Państwo współpracę właśnie z firmą Doka Polska. Oto jaką uzyskaliście odpowiedź:

„Jeżdżąc po Warszawie nie trudno zauważyć realizację wielu nowych, ciekawych obiektów budowlanych. Przeciętnego przechodnia zdumiewa fakt tempa postępujących prac. Jak to się dzieje, że przy użyciu odpowiedniej „formy” montowanej coraz to wyżej, można w tak krótkim czasie postawić obiekt w stanie surowym. Jeszcze kilkanaście lat temu było to nie do pomyślenia. I właśnie to chcieliśmy młodym ludziom uświadomić, że obecnie na budowie liczy się czas realizacji inwestycji, stosowanie odpowiednich technik, technologii i przede wszystkim bezpieczeństwo pracy. Trudno o lepszy przykład. Właśnie Doka Polska i system deskowań zapewniający szybkie tempo budowy, to coś, co zainteresuje młodzież. Nie pomyliliśmy się. Spotkaliśmy się w Państwa Firmie z przychylnością ze strony Pana Prezesa Pawła Miodka, który wyraził zgodę na prowadzenie zajęć na terenie Firmy. Zajęcia te prowadził Pan inżynier Michał Fabijanek. Polegały one na prezentacji i ćwiczeniach praktycznych. Ciekawa forma prezentacji stosowanych przez Firmę systemów deskowań zainteresowała młodzież, zwłaszcza systemów samo wznoszących. Możliwość ćwiczeń praktycznych pozwala na wyrobienie w młodzieży współzawodnictwa, ponieważ tworzone grupy ćwiczących uczniów rywalizowały ze sobą na czas montując deskowania. Była to zdrowa rywalizacja. Zarówno młodzież jak i nauczyciele wyjeżdżali z Firmy z przekonaniem, że zarówno ich czas jak i Państwa nie został zmarnowany, a młodym ludziom dał możliwość poznania czegoś zupełnie nowego. Dla niejednego było to pierwsze praktyczne zetknięcie się z zawodem cieśli w innowacyjnym ujęciu.”



Babilon Promotion to firma, której założycielem jest Tomasz Babiloński. Związany z boksem od wielu lat, obecnie trener i pasjonat boksu amatorskiego oraz promotor boksu zawodowego, stworzył młody i prężny zespół profesjonalistów, którzy tworzą niezapomniane widowiska sportowe.

Babilon Promotion zajmuje się organizacją zawodowych i amatorskich gal bokserskich i gal innych sportów walki (K1, MMA) na terenie całej Polski. Na miejsce rozgrywek sportowych wybierane są hale widowiskowo-sportowe, w których są bardzo dobre warunki do przeprowadzenia zawodów na wysokim poziomie. Babilon Promotion to również zamknięte gale bokserskie, w restauracjach oraz podczas bankietów, o kameralnym charakterze. Zawody przeprowadzane są w poszczególnych kategoriach wagowych, według regulaminu rozgrywek Polskiego Związku Bokserskiego. Oprócz męskich walk bokserskich (zawodnicy z Kadry Narodowej Polski) na naszych imprezach odbywają się również walki bokserskie kobiet oraz walki pięściarzy zawodowych. Imprezy mają na celu popularyzację w kraju zarówno boks, jak i innych sportów walki, które ze względu na swoją widowiskowość przebojem wdzierają się na sportowe areny. Dlatego też organizowane są również pojedynki kickboxingu oraz coraz bardziej popularne pojedynki w formule K1 (nie ma ciosów łokciami, ograniczeń wagowych ani walki w parterze) i MMA (mieszane sztuki walki).

Babilon Promotion współpracuje także z Fundacją Darka Michalczewskiego. Dzięki temu stypendyści tej instytucji również biorą udział w naszych galach.

Naszą współpracę rozpoczęła znajomość Pana Tomasza Babilońskiego właściciela Babilon Promotion oraz zagorzałego fana boks zawo-



dowego i Wiceprezesa Doka Polska w jednej osobie, Pana Pawła Miodka. Od tamtej pory regularnie uczestniczymy w imprezach organizowanych przez Babilon Promotion. W wizji Doka Polska, którą realizujemy uparcie od kilkunastu lat zapisaliśmy następujące słowa:

„Wraz z naszymi Klientami chcemy osiągać sukcesy, poprzez wymierne korzyści, które możemy Im zaoferować dzięki wykorzystaniu naszych systemów szalunkowych i świadczonych przez nas usług”.

Takie same oczekiwania kierujemy również w stronę tych, którzy mają nas wspierać w realizacji naszej wizji. Do takich Partnerów zaliczamy bez wątpienia firmę Linde Material Handling Polska Sp. z o.o. To właśnie z firmą Linde Polska zdecydowaliśmy się przed czterema laty na podjęcie kompleksowej współpracy w zakresie wyposażenia naszych filii w sprzęt do transportu poziomego i pionowego. Optymalizacja doboru wózków widłowych do naszych potrzeb, ich stała kontrola stanu technicznego i permanentnie prowadzony proces szkolenia operatorów, doprowadziły do zwiększenia naszej zdolności logistycznej o ok. 15%. Cieszy jednocześnie fakt, iż wraz z wprowadzeniem pełnej obsługi serwisowej, którą świadczą doświadczeni pracownicy Linde Polska, obniżyliśmy koszty eksploatacji



naszego taboru wózków widłowych. Dlatego też o Linde Polska mówimy:

„Wraz z Linde Polska osiągamy sukcesy, poprzez wymierne korzyści, które oferuje nam Linde Polska, dzięki wykorzystaniu ich wózków widłowych i świadczonych przez nich usług”.

Historia współpracy

Proces wyboru dostawcy wózków widłowych w kluczowej fazie rozwoju Firmy Doka Polska Sp. z o.o.

Jednym z ważniejszych elementów w procesie realizacji zamówień i wysyłki produktów do Klientów w firmie Doka Polska Sp. z o.o. są wózki widłowe.

Spółka ta na przełomie lat 2004-2005 postawiła przed dostawcami wózków widłowych wyzwanie, do którego przystąpiło tylko kilku głównych producentów wózków widłowych. Aby operatorzy mogli precyzyjnie określić swoje potrzeby względem sprzętu i technicznych parametrów spełniających ich oczekiwania w 100%, przez dłuższy okres czasu wózki widłowe były testowane bezpośrednio w centrach logistycznych firmy Doka.

Maszyny były testowane zarówno przez osoby, które na co dzień mają styczność z pracą na wózkach widłowych, a także przez osoby z biura wraz z Prezesem Firmy na czele, dzięki czemu można było dostrzec często niezauważalne różnice w procesie wyboru.

Ciężkie warunki pracy, przy różnorodnej masie i gabarytach ładunków, a także zróżnicowanie pogodowe, w jakim pracują wózki (w 90% na zewnątrz) oraz szybkość wykonywanych operacji, zwłaszcza w sezonie przy rozbudowie dróg krajowych i autostrad, gdzie jednym z najistotniejszych parametrów jest czas dostawy, spowodowało iż ostatecznie firma Doka zdecydowała się na sprawdzone rozwiązanie firmy Linde Material Handling Polska Sp. z o.o. - jednego z największych producentów wózków widłowych na rynku. Dodatkowa pełna obsługa serwisowa (Full Serwis), a także najwyższa jakość i wydajność wózków Linde zapewniła płynność pracy i eliminację przestojów maszyn w procesie logistycznym.

W centrach logistycznych przedsiębiorstwa Doka używane maszyny są dostosowane do średniej masy ładunków, jaka występuje w magazynach. Kluczowymi maszynami są wózki czołowe spalinowe o udźwigu 4500 kg, wszystkie wyposażone w kabiny wraz z klimatyzacją, tak aby pracownicy Doka Polska mieli zapewnione komfortowe środowisko pracy, na co firma szczególnie zwraca uwagę.

Patrząc przez pryzmat naszej wieloletniej współpracy jesteśmy pewni iż, wybór Linde jako dostawcy zarówno wózków widłowych, jak i usług serwisowych przyczynił się do rozwoju i potencjału naszego Partnera. Linde jako dostawca deklaruje swoją gotowość

do współdziałania, a także zapewnią, iż dołoży wszelkich starań, aby kontynuacja współpracy z firmą Doka rozwijała się nadal z korzyścią dla obu stron.

Zespół Linde, jak zawsze, pozostaje do usług!

Opracował: Paweł Wierzbicki
Doradca Techniczno – Handlowy LMH-PL



Linde Material Handling

Linde

50-CIO LECIE WÓZKÓW WIDŁOWYCH Z NAPĘDEM HYDROSTATYCZNYM

W roku 2010 obchodzimy 50-cio lecie wózków widłowych z napędem hydrostatycznym Linde. Energooszczędne, dokładne i czułe – serce wózków Linde bije już od pięćdziesięciu lat.

Pierwszy pojazd Linde z napędem hydrostatycznym został zaprezentowany publiczności 50 lat temu podczas targów w Hanowerze, w roku 1960. Nikt się wtedy nie spodziewał, że pojazd z oznaczeniem modelu Hubtrac H3K stworzy podwaliny pod historię sukcesu, która trwa do dziś oraz uczyni Linde Material Handling wiodącym producentem wózków widłowych w Europie. Duża część firm z różnych branż jest wierna czerwonym wózkom noszącym logo z białymi literami o charakterystycznym kształcie.

Napęd hydrostatyczny jest sercem każdego spalinowego wózka Linde o mocy udźwigu do 18 ton. Jest nierozwalnie powiązany z czułymi i dokładnymi właściwościami jazdy, podnoszenia, oszczędnym zużyciem paliwa oraz łatwością serwisowania. Choć sama zasada działania napędu hydrostatycznego do dziś pozostaje niezmienną, inżynierowie w Linde wiele razy udoskonalali technologię tego napędu. Wraz z wprowadzeniem systemu hydrostatycznego Linde czwartej generacji, producent wózków widłowych umacnia swoją pozycję lidera w dziedzinie rozwoju technologii: dwa wolnoobrotowe silniki hydrauliczne zostały zintegrowane z kompaktową osią napędu. Zasilają one koła napędowe bezpośrednio, tzn. bez reduktorów przełożenia.

Oba modele wózków dzieli 50 lat sukcesów Linde MH: po lewej pierwszy, Hubtrac H3K, a po prawej wózek serii 39X Linde H25.



Od szybkiego do wolnego. Do dziś liczba obrotów na minutę napędu hydrostatycznego Linde zmniejszyła się o ponad 95 procent – przy równoczesnym wzroście satysfakcji klienta. Wcześniej napędy hydrostatyczne pracowały przy 3500 obr/min, dzisiejsze silniki niskoobrotowe pracują przy 170 obr/min redukując hałas, zużycie paliwa i wydzielanie spalin.

Poprzez niskoobrotowy silnik Linde wprowadziła już czwartą generację systemu hydrostatycznego, który zapewnia operatorom komfortową pozycję, manewrowość i czułe działanie. Jednocześnie właściciele korzystają na niskich kosztach utrzymania i wysokiej wydajności. Jeśli chodzi o plany na przyszłość, inżynierowie od napędów i pracownicy z działu rozwoju pojazdów w Linde Material Handling już rozpoczęli prace nad kolejnymi ulepszeniami. Potwierdzają oni, że w przyszłości: „system hydrostatyczny może funkcjonować jako podstawa do, na przykład, połączenia zasad działania elektrycznych i spalinowych jednostek napędowych i zaoferować użytkownikom najlepsze rozwiązania obu technologii”.

Moment przekazania sprzętu dla jednej z poszkodowanych rodzin z powiatu jasielskiego



LINDE NIESIE POMOC OFIAROM POWODZI

Do Powiatowego Centrum Pomocy Rodzinie w Jasle (woj. podkarpackie), trafiła dostawa sprzętu AGD z przeznaczeniem na pomoc osobom poszkodowanym podczas ostatniej powodzi. Sprzęt zostanie przekazany najbardziej potrzebującym mieszkańcom Jasła, Kołaczyc, Trzcinicy i Skołyszyna, gmin, które zostały najmocniej dotknięte przez żywioł. Forma rzeczowa pomocy powodzianom została zaoferowana w tej trudnej sytuacji przez firmę Linde Material Handling Polska Sp. z o.o. z Warszawy. – Dzięki współpracy z panią Beatą Rak do powiatu jasielskiego trafiło 37 markowych lodówek o wartości blisko 40 tys. PLN. *Bardzo doceniamy tą pomoc.* – mówi Adam Kmiecik, starosta jasielski. *Sprzęt został rozdysponowany przez Powiatowe Centrum Pomocy Rodzinie dla najbardziej potrzebujących rodzin, tych które straciły większość swojego dobytku a na domiar złego nie były ubezpieczone.* - dodaje Pani Beata Rak z PCPR Jasło.

W sytuacji ogromu tragedii natychmiast postanowiliśmy o wygenerowaniu części naszego zysku na pomoc najbardziej dotkniętym ofiarom powodzi, bez najmniejszego problemu też uzyskaliśmy wsparcie w postaci bezpłatnego transportu sprzętu od naszego partnera biznesowego firmy DHL Supply Chain Poland oraz specjalnie skalkulowanej ceny na sprzęt od naszego drugiego partnera firmy Euro-Net Sp. z o.o. bardziej znanej jako Euro-RTV-AGD – dodaje Marcin Zarzecki z Linde.

Partnerzy akcji:



WPŁYW WIBRACJI NA OPERATORA WÓZKA WIDŁOWEGO

– Roland Żabierek –

Już w latach 80-tych XX wieku ówczesne Państwa EWG podejmowały pierwsze kroki w celu określenia i sprecyzowania szkodliwego wpływu drgań mechanicznych (wibracji), na jakie narażeni są operatorzy maszyn i urządzeń, w których one występują. Jednym z głównych impulsów tych działań był prócz ochrony zdrowia pracownika aspekt ekonomiczny. Wysoko rozwinięte kraje Europy Zachodniej szybko wyliczyły, że koszty diagnostyki, leczenia, rehabilitacji i w końcu odszkodowań za negatywny wpływ drgań mechanicznych są tak wysokie, że należy temu zjawisku przeciwdziałać.

Idące w parze, rozwój techniczny oraz świadomość producentów maszyn i urządzeń oraz pracodawców pozwoliły na ujednolicenie przepisów związanych z drganiami mechanicznymi. Bazując na dotychczasowych doświadczeniach i dorobku w tym zakresie Unia Europejska wydała Dyrektywę 2002/44/WE w dniu 22.06.2002 w sprawie minimalnych wymagań w zakresie ochrony zdrowia i bezpieczeństwa dotyczących narażania pracowników na ryzyko spowodowane czynnikami fizycznymi (wibracji).

Zapisy tej dyrektywy dzielą wibracje na dwa rodzaje:

- wibracje przekazywane na kończyny górne (hand-arm vibrations – HAV)
- wibracje przekazywane na całe ciało (whole body vibrations – WBV)

Rodzi się pytanie, co w świetle tej dyrektywy wynika i jakie ma to przełożenie na właścicieli i operatorów m.in. wózków widłowych?

Otóż wyniki badań oraz ustalenia ekspertów z zakresu medycyny, inżynierii i biofizyki pozwoliły ustalić pewne wartości wibracji, na jakie może być narażone ciało ludzkie.

W przypadku wibracji przekazywanych na całe ciało pierwszą tzw. dzienną wartością działania narażenia ujednoliconą dla ośmiogodzinnego okresu odniesienia jest wartość wynosząca 0,5 m/s². Kolejną dzienną dopuszczalną wartością narażenia jest wartość wynosząca 1,15 m/s². Powyżej tej wartości operator absolutnie nie powinien pracować.

Wg dyrektywy EU właściciel firmy zatrudniającej operatorów pracujących na wózkach widłowych gdzie wartość 0,5 m/s² została przekroczona powinien:

- poinformować operatorów o skutkach działania wibracji w dłuższej perspektywie czasu
- przedsięwziąć kroki zmierzające do zmniejszenia wartości wibracji
- raz do roku wysłać takiego pracownika do lekarza celem oceny jego stanu zdrowia

Podstawą do oceny wartości wibracji jest wyliczenie dziennej wartości narażenia A(8). Wibracje mierzy się w 3 osiach x, y, z. Oś x, y są osiami poziomymi względem fotela operatora, zaś oś z jest pionową osią. Wyniki pomiaru z osi X, Y powiększane są o wskaźnik korygujący 1,4. Samą wartość A(8) wylicza się ze wzoru:

$$A(8) = \sqrt{\frac{1}{8h} \sum_{i=1}^n (a_{w_i})^2 \tau_i}$$

gdzie:

T_i - czas trwania wibracji

a_{wi} - najwyższa wartość przyspieszenia spośród trzech osi

Wartość A(8) wyrażona jest w (m/s²)

★★★

Oprócz powyżej opisanej dyrektywy unijnej obowiązują konkretne normy opisujące sposób dokonywania pomiarów, ich analizę i interpretację. Są to normy ISO lub DIN. Podstawowe normy obowiązujące także w Polsce w zakresie pomiarów drgań mechanicznych (wibracji) występujących w urządzeniach i maszynach to ISO 2631-1 (zał. A i B), DIN EN 14253 i DIN EN 13059.

Wszystkie powyżej przedstawione informacje dotyczące także operatorów, właścicieli i producentów wózków widłowych. Dotyczą one w szczególności wózków widłowych z przeciążową (czołowych).

Na tym polu firma Linde Material Handling gra „pierwsze skrzypce”. Można oczywiście zinterpretować to jako „kolejne hasło marketingowe”. Jednak dane pomiarowe, fizyka i matematyka to nie hasła marketingowe. Te „twarde dowody” pomiarów drgań na wózkach czołowych Linde wskazują jednoznacznie, że drgania w zależności od rodzaju wózków wahają się w zakresie od 0,6 do 0,9 m/s².

Unikalne rozwiązania techniczne Linde w czołowych wózkach widłowych gwarantują najniższy poziom drgań.



Do rozwiązań tych należą m.in.:

- zastosowanie siłowników dachowych masztu
- gumowa amortyzacja mocowania siłowników
- gumowe pierścienie amortyzacyjne osi przedniej
- wysoko mocowana oś tylna za pomocą ... amortyzacyjnej.

★★★

W porównaniu ze wszystkimi innymi producentami wózków widłowych na świecie parametry drgań na wózkach Linde są najniższe. Z przeprowadzonych analiz wynika, iż są producenci wózków widłowych, na których maksymalne wartości drgań dochodzą do 1,26 m/s² a pamiętajmy, że maksymalną dopuszczalną wartością jest 1,15 m/s².

Stąd też kolejny dowód na to, że praca na wózkach Linde jest efektywniejsza. Pamiętajmy, że największą wartością każdego przedsiębiorstwa jest pracownik – zdrowy pracownik!

Bardzo jaskrawym dowodem na występowanie poważnych schorzeń wywołanych wibracjami jest tzw. choroba pilarzy uznana w Polsce przez ZUS pod tą nazwą. Schorzenie to występuje u osób które pracują na co dzień spaliniowymi piłami łańcuchowymi przy pozyskaniu surowca drzewnego. W wyniku wibracji następują zniekształcenia stawów, poważne problemy z układem nerwowym i krwionośnym. W przypadku operatorów wózków widłowych schorzenia te dotycząją najczęściej układu kostno-skieletowego.

Widząc, jak poważnym problemem społecznym są występujące drgania, w skali Europy komisja UE ds. bezpieczeństwa i higieny pracy zleciła przygotowanie podręcznika opisującego całe zagadnienie występujących drgań i ich wpływu na ciało operatora. W wersji niemieckojęzycznej podręcznik ten występuje pod nazwą „Handbuch zum Thema Ganzkörper – Vibration”.

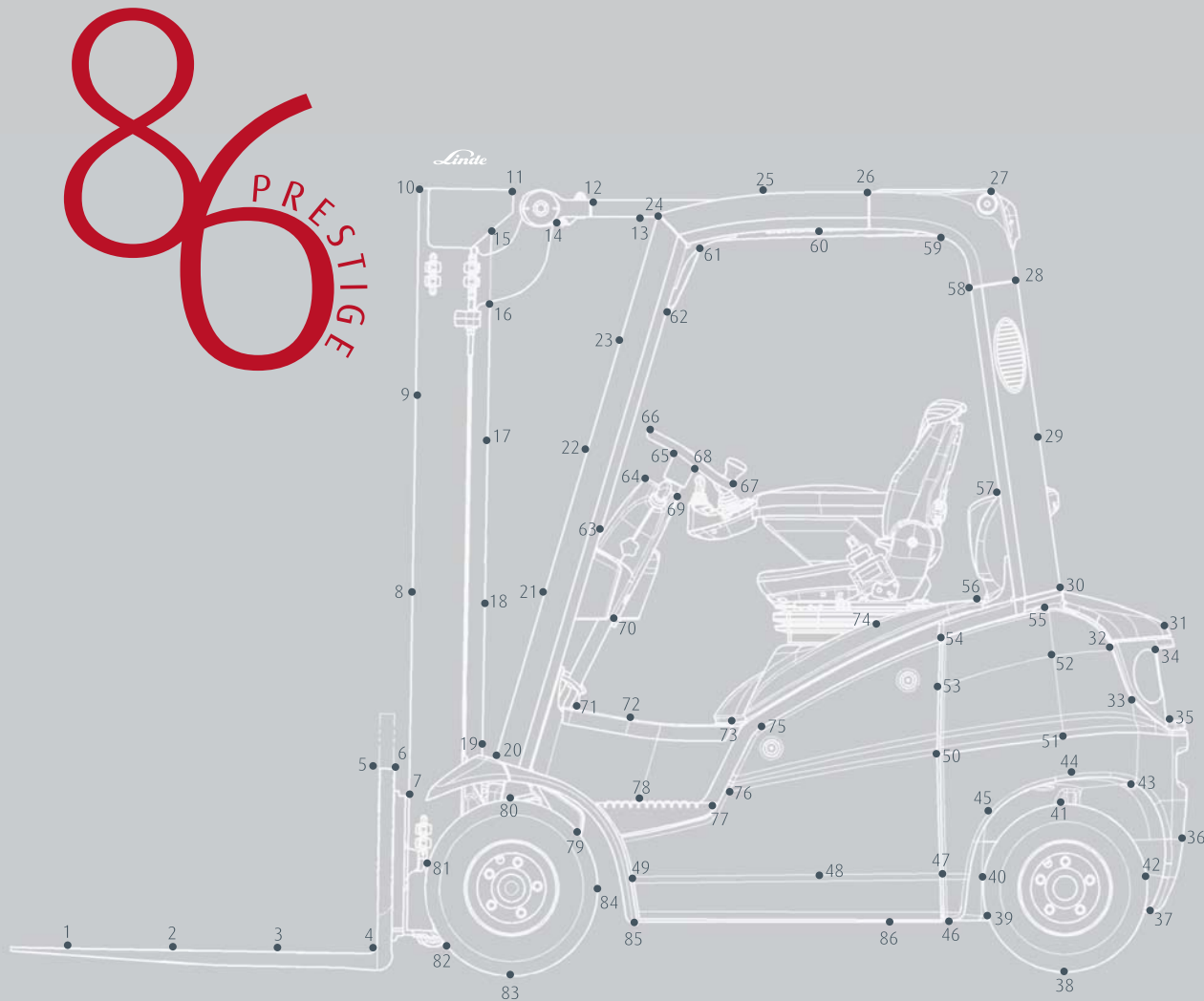
Zachęcamy do lektury tego podręcznika i zastanowienia się na jakim sprzęcie jeżdżą Państwo lub Wasi operatorzy?!

Źródła:

- Linde PureMotion – katalog [2008].
- Hanbuch zum Thema – Ganzkörper – Vibration [2007].
- Directive 2002/44/EC of the European Parliament.[2002]
- Linde Brochure – TOP 10 Question Linde PUREMOTION [2008].
- Nick L., Burk J.[2009]; Grossmaschinenprüfung auf neuer Grundlage. Forsttechnische Informationen nr 9+10 2009. KWF Gross-Umstadt. (Str 18-19).



Opracował: Roland Żabierek
Dyrektor Oddziału
Linde Material Handling Polska
we Wrocławiu



Certyfikat Jakości

Oryginalne Wózki Używane

Wszystkie nasze wózki używane, oferowane z certyfikatem **PRESTIGE 86**, podlegają procedurze kontrolnej według surowych kryteriów listy „86 Punktów Kontroli Jakości LINDE”. Kontroli podlegają wszystkie newralgiczne zespoły wózka, decydujące o jego jakości i bezpieczeństwie. Dzięki temu certyfikatowi wiesz, że kupujesz wózek z wiarygodnego źródła w najwyższym standardzie na rynku.

Już dzisiaj skontaktuj się z doradcą handlowym Linde i dowiedz się co jeszcze możemy zrobić dla Twojego biznesu.

tel. +48 22 420 61 40
info@linde-mh.pl

www.linde-mh.pl

Linde Material Handling





wiesz, jak ważne jest partnerstwo

Linde Material Handling



Linde

Podczas podejmowania strategicznych decyzji
biznesowych ważne jest zaufanie do partnera.

Linde to niepodważalna kompetencja.
Produkt. Finansowanie. Serwis. Logistyka.

www.linde-mh.pl

tel. +48 22 420 61 00