

KVALITETU I POUZDANOS PRATITI I SERVISIRATI PODI

Marko Tihava je na čelu MAN Importer Hrvatska već petu godinu, za koje vrijeme MAN nastavlja s odličnim prodajnim rezultatima te su 19. godinu zaredom najprodavanija marka novih kamiona u Hrvatskoj, što je i najbolji povod za razgovor u prvom izdanju našeg magazina

TEKST | Matko Jović

FOTO | Ivan Lacković

ST MORA RŠKA

Hrvatsko tržište gospodarskih vozila je u 2024. bilo na rekordnim razinama, pri čemu je MAN zadržao vodeću poziciju u prodaji novih kamiona uz daljnji rast prodaje, čemu je dodao i najveći broj novih autobusa. U razgovoru s Markom Tihavom, predsjednikom uprave MAN Importer Hrvatska d.o.o. pokušali smo doznati u čemu je tajna uspjeha te kako vidi godine koje dolaze, pogotovo u svjetlu novih propisa o emisiji CO₂.

Rezultati prodaje pokazuju kako je MAN 19. godinu zaredom najprodavanija marka kamiona u Hrvatskoj, a najbolji ste i u autobusima. Zašto Hrvati toliko vole MAN, kako ocjenjujete ukupno tržište gospodarskih vozila te što očekujete od ove godine?

Na početku bih Vam htio čestitati na prvom broju novog magazina. Želim vam puno uspješnih i zanimljivih izdanja!

Što se tiče MAN-a, nije to uvijek tako bilo. Prije 30 godina, MAN kamioni u Hrvatskoj su činili jedva 7% vozila u ukupnom voznom parku Republike Hrvatske da bi danas skoro svaki treći kamion bio MAN. Osim kvalitete i pouzdanosti MAN vozila, jasna je bila vizija

korisnicima dokazati kvalitetom, brzinom i dostupnošću.

U 2024. smo imali i rekordno veliki broj rabljenih vozila iz uvoza, pri čemu i ovdje MAN ima golemi udio od oko 30 posto. Koliki je dio realiziran kroz vaše prodajne kanale i kakva su iskustva u tom segmentu?

MAN već dulje vrijeme ima sličan udio u unosu rabljenih kamiona. To je povezano s temom koju sam i u prethodnom pitanju spomenuo. Korisnicima je iznimno važna kvaliteta vozila, vrijednost za novac, te dostupnost servisa i dijelova u svakom kraju Hrvatske. Kroz povijest našeg poslovanja, veliki je broj naših partnera počeo kupovati kod nas rabljene kamione, da bi kasnije postali kupci novih kamiona. Kod rabljenih vozila uvijek postoji određen rizik u dijelu potencijalnih kvarova i to često dovodi na kušnju odnos između prodavača i kupca. Isto tako, svaki kupac ima drugačije kriterije i standarde kao i princip poslovanja, pa su često i njihova očekivanja puno viša. Za razliku od klasičnih trgovaca rabljenim vozilima tzv. "hendlerima" mi uvijek nudimo dodanu vrijednost u vidu sigurnosti kupovine. Iz tog

“

MAN je u prošloj godini isporučio 411 novih kamiona što je najbolji rezultat nakon 2008.

o nužnosti kvalitetne servisne mreže te se početkom 2000-ih počelo investirati u servisnu mrežu. Bez kvalitetne podrške i usmjerenosti na korisnike, ne bi bilo moguće ostvariti takve rezultate. Ja bih rekao da su Hrvati zavoljeli MAN upravo zato jer su se mogli pouzdati i u vozilo i u našu servisnu mrežu, ne samo u Hrvatskoj nego i u cijeloj Europi. Vezano uz tržište novih kamiona u RH, ono je ostalo gotovo isto kao i prošle godine, dok smo mi uspjeti prodati nešto više vozila nego prošle godine. Zadnjih nekoliko godina teško je raditi prognoze, ali volio bih da ova godina bude kao i prošla. Puno je faktora o kojima ovisi gospodarstvo EU i posljedično Hrvatske, a termini gospodarstvo i kamioni su neraskidivo povezani. No kako god da bude, za naše se mjesto na tržištu moramo pred našim

BEZ KVALITETNE PODRŠKE i usmjerenosti na korisnike, ne bi bilo moguće ostvariti ovakve rezultate



U HRVATSKOJ imamo devet ovlaštenih MAN servisa i tim od 134 certificirana servisera te smo jedini izvan MAN-ove matične organizacije koji imaju ovlaštenje za školovanje servisera

se razloga trudimo biti maksimalno kulantni prema našim partnerima, a u današnje vrijeme većinu rabljenih vozila prodajemo s pregledom po standardiziranoj „check“ listi, servisirano i uz dokupljeno jamstvo na rabljena vozila, čime štitimo kupca i dugoročnost našeg odnosa. Drugačiji pristup od ovoga u našem poslovanju rabljenih vozila bi bio kratkoročan i ugrozio bi naš kontinuitet na našem relativno malom tržištu.

Na hrvatskim je cestama gotovo 20.000 MAN kamiona te oko 1.000 MAN autobusa, koje treba održavati. Poznato je da je MAN vodeći i po pitanju postprodaje, koliki su vaši resursi u tom segmentu (servisi, ljudi, rezervni dijelovi)?

Od samog početka ulažemo u postprodajne usluge jer želimo biti dugoročni partneri svojim kupcima. Svjesni smo da su im kamioni i autobusi glavna sredstva za rad, a naš je cilj da vozila provedu što manje vremena u servisu, a što više na cesti.

Zato u Hrvatskoj imamo devet ovlaštenih MAN servisa i tim od 134 certificirana servisera. Školovanost naših servisera je iznad europskog prosjeka i ponosni smo što smo jedini izvan MAN-ove matične organizacije koji imaju ovlaštenje za školovanje servisera, a naši stručnjaci u suradnji s MAN-om rješavaju i najsloženije tehničke izazove.

Kao što sam već spomenuo, svjesni smo koliko je našim kupcima bitno vrijeme koje njihova vozila provode na cesti i zato je većina najtraženijih rezervnih dijelova dostupna odmah, dok se na ostale najčešće ne čeka dulje od 24 sata. Upravo količina MAN vozila na hrvatskom tržištu omogućila je i stvaranje šireg ekosustava od kojeg najviše koristi imaju sami korisnici, kroz dostupnost i ponudu rezervnih dijelova, te kapacitete u servisnim radionama.



VAŽNO JE SMANJITI EMISIJE ŠTETNIH PLINOVA i usporiti klimatske promjene, ali je pitanje je li put prema smanjivanju emisija dobro promišljen

Od ove godine počinje proces smanjivanja emisije CO₂ kod teških gospodarskih vozila, pri čemu se do 2029. prosječna emisija novih vozila treba smanjiti za 15 posto. Iako tehnologija koja to omogućuje postoji, mislite li da je to moguće, pogotovo u uvjetima nepostojanja jasne strategije i benefita za kupce vozila s nultom emisijom?

Vrlo ambiciozan projekt. Važno je smanjiti emisije štetnih plinova i usporiti klimatske promjene koje se događaju na našem planetu. Cijena koju ćemo platiti u budućnosti će u konačnici biti puno veća nego cijena tranzicije sada. Drago mi je da živim na dijelu svijeta koji o tome vodi računa i koji predvodi te, za svijet važne promjene, ali je pitanje je li put

prema smanjivanju emisija dobro promišljen. Slažem se s Vama da, prema informacijama s kojima sada raspolažemo, strategija nije dobra niti jasna. Teško je zamisliti tko će iznijeti taj teret u tako kratkom roku. Ograničena infrastruktura, značajno više cijene zero emission vozila u odnosu na dizelska, cijene struje koja će sigurno rasti bez obzira na sve veći udio iz obnovljivih izvora i nepostojanje opipljive koristi za kupce takvih vozila, sigurno nisu motivirajući. S druge strane, proizvođače očekuju vrlo visoki penali za svaki gram CO₂ više od propisanog. Ukoliko zaista do toga dođe, čini mi se kao začarani krug u kojem će svi morati platiti visoke troškove, a najviše krajnji potrošači. Enormna ulaganja u zero emission vozila nisu novost. Posljednja dva desetljeća se strahovito puno ulaže u tehnologiju i već sada svi proizvođači zaista postižu maksimume u iskoristivosti dizelskog goriva, aerodinamici koja je ograničena samom formom i homologacijskim odredbama kamiona. Kada se sagleda postignuti napredak u tehnologiji vozila u proteklih 30 godina, što u čistoći ispušnih plinova, što u samoj potrošnji goriva, dakle emisijama CO₂, zaista nema prostora za značajne daljnje uštede.

MAN uz kamione s najmodernijim dizel motorima, nudi i električne kamione, ali i kamione koji koriste vodik u motoru s unutarnjim izgaranjem. Misлите li da je logično da se proizvođačima prijeli kaznama ukoliko ne smanje emisiju CO₂, dok u isto vrijeme kupci nemaju nikakvu obvezu smanjivanja emisije svojih flota?

Proizvođači vozila ne mogu sami iznijeti trošak smanjenja CO₂ emisija. Krug emisije završava na krajnjem potrošaču koji je kupio proizvod u trgovini, taj je proizvod nekoliko puta „presjedao“ od tvornice u kojoj je proizveden, u koju su pak dopremljene sirovine za njegovu



UZ KAMIONE s najmodernijim dizel motorima, MAN nudi i električne kamione te kamione koji koriste vodik u motoru s unutarnjim izgaranjem

“

Hrvati su zavoljeli MAN zato jer su se mogli pouzdati u vozilo i servisnu mrežu, ne samo u Hrvatskoj nego i u cijeloj Europi



proizvodnju. U tom se lancu potrošilo puno energije i nastao je CO₂ otisak. Zašto bi samo proizvođač vozila snosio taj trošak? Zašto bi bili samo prijevoznici krivi? Ako se već nekome prijete kaznama, mislim da mu se mora omogućiti način kako da postigne propisane ciljeve. Puno je mogućnosti za to, na primjer kroz olakšice za prijevoz vozilima s nultom stopom emisije ili u dijelu poreza ili na cestarine, poticaje... Europska komisija je ključ i oni bi trebali dati odgovor na to pitanje. Teško da i jedan proizvođač može nekoga natjerati na kupnju baterijsko-električnog tegljača koji košta kao nekoliko dizelskih tegljača, bez da kupci imaju neke olakšice u svakodnevnom poslovanju, a s druge strane ga se na to prisiljava.

Od 2011. ste i glavni uvoznik za Makedoniju, a od 2016. za BiH i to jedna od rijetkih (ako ne i jedina) tvrtka koja nije u vlasništvu MAN-a, a upravlja prodajom i postprodajom u više zemalja. Kakva je situacije na tim tržištima?

MAN je prepoznao u nama dobrog partnera i povjerio nam je ta dva tržišta budući da smo za to i mi izrazili spremnost i volju. U ove tri zemlje u kojima djelujemo unutar MAN programa zapošljavamo 443 djelatnika, od kojih je 40% servisnih djelatnika. Na makedonskom

tržištu, nekada više, nekada manje uspješno radimo od 2011., uvijek pozitivno. Relativno je mali tržišni potencijal i slabija ekonomska i demografska situaciju i nije lako opstati na takvom tržištu, ali opet pozitivno radimo sve te godine uz sve poteškoće s kojim se ta zemlja susreće. BiH tržište je s druge strane veće, puno potentnije s puno više proizvodnje i građevinskih djelatnosti. Dominantan je uvoz rabljenih kamiona, ali svake se godine isporučuje sve više novih. Jedini je ograničavajući faktor granica, s obzirom da nije članica EU, tako da prijevoznici roba i putnika ne mogu biti toliko efikasni kao njihovi kolege iz EU. U zadnje dvije godine bilježimo velik rast tržišta novih autobusa u BiH.

Suradnjom s Volkswagenom, MAN je dobio i laki dostavni model TGE koji je prošle godine obnovljen, kakvi su vam planovi s tim modelom na našem tržištu?

Čekali smo da odluka sazrije i ove smo godine spremni uvesti TGE na hrvatsko tržište. Usporedivši naše tržište lakih gospodarskih vozila sa susjednim EU zemljama, u prvoj godini ne možemo očekivati senzacionalne prodajne rezultate, ali TGE je vrhunski proizvod koji će zasigurno pronaći svoje mjesto na hrvatskom tržištu. Odluka TGE-a je izvanredna prilagođenost nadograditeljima

za različite vrste nadogradnji i u tom dijelu očekujemo najveći dio upita.

Svjedočimo ponovnom povećanju broja prodanih autobusa, kako ocjenjujete taj segment, kako u gradskom tako i turističkom segmentu?

Nakon nekoliko zaista loših godina za autobusne prijevoznike u linijskom i turističkom segmentu, na svu sreću vratili su se i putnici pa su prijevozi dosegli ritam kao i prije korone. Bilo je neminovno da se i u tom segmentu počnu obnavljati vozila, što se vidi u kontinuiranom rastu tržišta. Mlađih rabljenih autobusa gotovo da i nema pa se tržište u tom dijelu poprilično očistilo, a veća potražnja za novim autobusima dovela je do produljenja rokova isporuke. U gradskom segmentu se upravo u doba pandemije i zaustavljanja turističkog prijevoza počela događati renesansa, obnavljanjem vozničkih parkova gradskih prijevoznika s novim autobusima, sufinancirano od strane EU fondova. U planu je novi krug nabave autobusa s nultom emisijom onečišćenja i to će biti veliki projekt u svim većim hrvatskim gradovima. Naravno, po prvi se put moraju raditi znatno opširnije studije s obzirom na zahtjeve takvih vozila, a ujedno i za veća infrastrukturna ulaganja u punionice, trafo stanice i priključenja na mrežu. ─