



Lahko laškemu pivu pomagajo Heinekenove mišice

In pivovarno dobi ... Heineken Največ je pridobila slaba banka, zadovoljni tudi mali delničarji

LJUBLJANA – »Pričakovano, skoraj edini mogoči izhod, dobra novica za skoraj vse vpletene,« je prodajo Skupine Laško nizozemskemu pivovarju Heinekenu komentiral ekonomist Matej Lahovnik. Veliki tihi zmagovalec posla je po njegovem mnenju DUTB, ki je s prodajo delnic Laškega unovčila kar okoli 400-odstotni donos.

**BOŽENA KRIZNIK
VANJA TEKAVEC**

Kdor je spremljal razvoj dogodkov in videl pristop nizozemskega pivovarskega giganta k nakupnim postopkom, mu je lahko bilo jasno, da se je Heineken odločil kupiti Pivovarno Laško in da bo ponudil najvišjo ceno, razmišlja Matej Lahovnik. Spominja na prodajo Mercatorja: kupec prihaja iz iste panoge kot ciljna družba, zato mu koncentracija lahko prinese največje sinergije, in to v nabavi, distribuciji, proizvodnji. Institucionalni vlagatelji ne bi mogli tekmovati z njim. Poleg tega gre v pivovarski zgodbi za strtega, ki je tretji največji pivovar na svetu.

Dosežena cena je razmeroma visoka, zato je posel dobra novica tudi za male delničarje. Med prodajalci pa je v daleč najboljšem položaju DUTB. Banke so nanjo namreč prenesle delnice Pivovarne Laško po petkrat nižji ceni, kot jih bo zdaj slaba banka prodala Heinekenu. To pomeni 400-odstotni donos, posredno pa tudi korist za davkoplachevalce, saj se bo za ta izkupiček (52,5 milijona evrov) zmanjšal bančni primanjkljaj. Kad dobi 15,8 milijona evrov, KD skladi okoli deset, Alpen Invest dobrih 9,2, SOP 8,8, Abanka 7,3, Banka Koper 5,8, NKBM malo več kot dva, Zavarovalnica Triglav pa malo, manj kot dva milijona evrov.

Lahovnik: Dokapitalizacija in poslovno prestrukturiranje

In kaj odkrilje novega strateškega lastnika pomeni za prihodnost ciljne družbe? Seveda sta mogoča dva scenarija, odgovarja Lahovnik. Po optimističnem bo Heineken v Pivovarno Laško in Union prenesel del proizvodnje svojih blagovnih

znamk, s čimer bi izboljšal sedanjo nepopolno izkoriščenost zmogljivosti. Po pesimističnem scenariju si novi lastnik obrata lahko zaprl, saj je tudi to že počel.

Vseeno je po Lahovniku verjetnejša prva možnost. »Očitno hoče Heineken postati daleč največji globalni igralec v jugovzhodni Evropi, kjer je prisoten od prevzema pivovarn v hrvaškem Karlovcu in srbskem Zaječarju. Regija ga očito zanima. Koristi mu, da sta obe pivovarni relativno veliko vlagali v modernizacijo. Tako ne bo imel velikih stroškov s posodabljanjem in se bo lahko bolj posvetil trženju blagovnih znamk. To je uprava pod vodstvom Boška Šrota močno zanemarila. Ukvarjala se je z vsem drugim, razen z osnovno dejavnostjo. Heineken bo najbrž poskušal nadomestiti zamujeno.«

Pod novo streho bodo tudi problemi s financiranjem manjši, pogajalska moč skupine nasproti bankam se bo precej povečala. »Novi lastnik ima dostop do precej cenejših dolžniških in lastniških virov, saj je resen partner vsem globalnim bankam. Vprašanje je, ali se bo v naslednjem koraku odločil za dokapitalizacijo skupine in poplačilo dela kreditov ali za finančno prestrukturiranje, vsekakor bo ključna cena financiranja. Kakšna dokapitalizacija v bližnji prihodnosti ni izključena, a menim, da jo bo spremljalo tudi poslovno prestrukturiranje,« je prepričan sogovornik. S poslovnim prestrukturiranjem meri predvsem na edino logično in racionalno združitev obeh zdaj samostojnih delniških družb. Nič nenavadnega ne bi bilo tudi, če bi proizvodnjo iz Uniona preselil v Laško in tam precej povečal izkoriščenost zmogljivosti.

»Najbrž pa se bo do konca leta zgodila tudi prodaja Dela. Časopis,« pravi ekonomist, »Heineken na ne zanima, ne zanima ga vpliv na družbeno dogajanje, ampak zgolj osnovni posel. Postopki so se začeli, novi lastnik se vanje verjetno ne bo vmešaval.«

Prodajo Pivovarne Laško pa bi lahko obžalovala le sedanje upnice Pivovarne Laško, predvsem državne banke, saj bi izgubile stranko, ki jim (redno) plačuje visoke obresti. »Zdi se, da se banke posebno ne obremenjujejo z izgubo klientov, saj ždijo v območju ugodja. Država

jih je bogato dokapitalizirala, samozadostno uživajo v donosnosti državnih obveznic in ne razmišljajo dolgoročno,« meni Lahovnik.

Med deležniki, ki jih posel zadeva, so še poslovni partnerji in potrošniki. Prvi sledijo trendu: najprej se je globalizirala trgovina, za njo se bo, kot napoveduje sogovornik, še živilskopredelovalna panoga. Heineken se bo z globaliziranimi trgovci pogajal na globalni ravni, v regiji. »Ne vidim ovir za dobro sodelovanje. Največ pa bodo od konsolidacije trgovine in živilske industrije pridobili potrošniki: boljšo ponudbo in nižje cene.«

Trge bo treba obuditi

Po besedah Igorja Štembergerja iz borznoposredniške družbe Ilirika je to najboljša izbira za Pivovarno Laško, saj je Heineken blagovna znamka svetovnega slovesa, kar zagotavlja dodatno delo za obe slovenski pivovarni in dodano vrednost. »Skupina je že več let na antibiotikih, njeno preživetje je ves čas odvisno od podaljševanja bančnih posojil in občasnih vplivov politike. Nujno je, da dobi lastnika, ki bo definiral njene strateške cilje, razvoj in zagotovil resurse.«

Heineken se je za vstop na slovenski trg zanimal že leta 2003, vendar neuspešno, saj je Laško kupilo Union, nizozemski pivovar pa se je pozneje odločil za vstop na hrvaški trg z nakupom Karlovačke pivovare. Bo dobrih deset let pozneje Heineken blagovni znamki Laško in Union lahko zapeljal na pota nekdanje slave na trgih bivše Jugoslavije? Vsak dober lastnik si bo prizadeval, da bo sredstva, ki jih je namenil za kupnino, pretvoril v dobro poslovanje, pravi Štemberger.

Na vprašanje, kolikšen je doseg blagovnih znamk Laško in Union, Štemberger odgovarja: »Blagovni znamki Laško in Union sta bili nekoč dobro znani predvsem v regiji nekdanje Jugoslavije, z majhno prodajo in minimalno maržo pa tudi v okolici Trsta. Obe znamki sta dobro zapisani predvsem pri generaciji, ki ima petdeset let in več, toda ta generacija se počasi umika, zato bo treba obe blagovni znamki na novo približati tudi mlajšim generacijam, torej tistim, starim nad 25 let, in tudi vsem kupcem, ki na trgovskih policah izbirajo pivo. Na območju nekdanje Jugoslavije je zdaj šest no-

Page: 3

Reach: 157000

Country: SLOVENIA

Size: 773 cm2

2 / 3

vih držav in te trge bo treba obuditi,
vanje bo treba veliko investirati.«



Page: 3


Reach: 157000

Country: SLOVENIA

Size: 773 cm2

3 / 3

Ključni mejniki Pivovarne Laško



1825 začetek proizvodnje piva Steinbier v obrtni pivovarni, ki jo je uredil medičar in lectar Franc Geyer

1981 vodenje Pivovarne Laško prevzame Tone Turnšek, ki družbo vodi vse do leta 2005

1999 Pivovarna Laško postane večinska lastnica družbe Vital Mestinje z 51-odstotnim deležem

2000 delnice Pivovarne Laško začnejo kotirati na ljubljanski borzi

2000 Pivovarna Laško pridobi 83,93-odstotni lastniški delež v Radenski in tako postane večinska lastnica; istega leta postane večinska lastnica Jadranske pivovare iz Splita s 94,55-odstotnim deležem

2001 nakup 24,9 odstotka delnic Pivovarne Union, ki ima v lasti tudi Fructal

2003 Pivovarna Laško pridobi četrtinski delež v Delu in postane največja lastnica časopisne družbe

2005 konec pivovarske vojne: Pivovarna Laško postane večinska lastnica Pivovarne Union in vstopi v Mercator

2005 po odhodu Turnška v pokoj vodenje Pivovarne Laško prevzame dotedanji član uprave Boško Šrot

2008 nakup deleža v Birri Pejo; istega leto to pivovarno dokapitalizira Pivovarna Union, ki ji Pivovarna Laško proda svoj delež

2008 Infond Holding, Cestno podjetje Maribor, Fidina in Koto po objavi prevzemne ponudbe lastništvo v Pivovarni Laško povečajo na 55 odstotkov, Infond Holding, ki ga prek več podjetij obvladuje Šrot, lastništvo v Laškem še povečuje

2009 banke upnice pridobivajo delnice Infond Holdinga, zavarovane za bančne kredite, in tako pridobijo pomembne lastniške deleže v Pivovarni Laško; Šrot odstopi, vodenje prevzame Dušan Zorko, dotedanji prvi mož Pivovarne Union

2011 Pivovarna Union proda Fructal

2014 Pivovarna Laško proda deleže v Radenski in Mercatorju, Delo proda delež v Večerju, Pivovarna Union pa Birro Pejo

2015 konzorcij prodajalcev s Heinekenom sklene dogovor za nakup večinskega deleža Pivovarne Laško

DELO