



# TRETINA ŽIVOTA

V posteli prežijeme približne tretinu života. Nie je preto jedno ako a v akej. O biznise s prémiovými kontinentálnymi posteľami sme sa rozprávali s Jánom Nehézom, spoluzakladateľom značky Bedeur. Text Andrej Obuch | foto archív

**A**ko sa mladý muž dostane k výrobe prémiových matracov a posteľí?  
Asi pred deviatimi rokmi som náhodou dostal príležitosť otvoriť obchod v Bratislave s posteľami jednej slovenskej značky, ktorá v tom čase začala pôsobiť na našom trhu.

Súhra viacerých okolností, ktoré sa týkali kvality ich produktu a etiky v biznise, o ktorej síce majitelia pôvodnej značky hovoria dodnes, no ich rozhodnutia a činy svedčili o opaku, ma pri-mäli k zmene.

**Čo predchádzalo vzniku vlastnej značky?**

Predaje pôvodne zastupovanej slovenskej značky sa nám začali rozbiehať, zaznamenali sme pomerne dobrý úspech, no časom vyplávali na povrch informácie, ktoré sa nestotožňovali s pôvodnou ideou zastupovať kvalitnú a férovú značku ani mojimi predstavami o biznise. Základným nedostatkom bolo, že to mal byť prírodný koncept výroby, ale vedome doň boli pridávané komponenty, ktoré to nespĺňali. Výrobca neuznával oprávnené reklamácie a klientela, ktorú som zastupoval, si nezaslúži ani náznak neférového konania a zavádzania. Mal som zviaza-

né ruky v možnostiach, ako im pomôcť. Preto som spoluprácu s výrobcou a zastupovanie ukončil a rokoval som o zastupovaní inej, v zahraničí etablovanej značky postelí, ktorú by som predával na Slovensku.

### **Čo bolo priamym popudom na začiatok vlastnej výroby?**

Pri hľadaní nového zastúpenia som si vyjasňoval atribúty a vlastnosti výrobku, až som so svojím terajším spoločníkom dospel k názoru, že namiesto ďalších kompromisov bude najlepšie venovať energiu, chuť a skúsenosti tvorbe vlastného konceptu. Nasledovalo obdobie, v ktorom sme v rôznych kútoch sveta hľadali dodávateľov a overených výrobcov jednotlivých komponentov, ktorí sú jednak najlepší na svete v tom, čo robia, majú dlhodobu udržateľnú kvalitu svojich produktov a v poslednom rade majú dobrú povesť v biznise a mohli sa pre nás stať dôveryhodnými partnermi. Výsledkom bola naša nová značka postelí a matracov zo 100-% prírodných materiálov – Bedeur. Postupne sme vyprofilovali brand, jednotlivé modely postelí, First Class služby, v rámci ktorých sa klientom staráme zadarmo o posteľ aj po predaji, otvorili sme prvé pobočky a postupne prišli aj objednávky.

### **Vaša značka je registrovaná v Nemecku a aj centrálu spoločnosti máte v tejto krajine. Prečo?**

Pri tvorbe nášho produktu sme sa zamýšľali, ako ho vylepšiť oproti medzinárodnej konkurencii, a koncipovali sme ho tak, aby bol nadštandardný v kvalite a dizajne nielen v porovnaní so slovenskou a českou konkurenciou, ale aby prekonal aj tie najnáročnejšie požiadavky klientov všade vo svete. Našou ambíciou je expanzia na európske i mimoeurópske trhy. Veľmi dôkladne sa obzeráme v zahraničí po vhodných lokalitách, analyzujeme konglomerácie a uvažujeme o nových zastúpeniach a partnerstvách. Zo skúseností na trhoch DACH vieme, že v západnej Európe sa ťažšie presadzujú výrobky a značky z východnej Európy aj napriek ich nespornej kvalite a tradícii remeselných výroby.

### **Výroba sa však realizuje na Slovensku?**

Jedným z dôvodov sú služby, ktoré zákazníkom poskytujeme a vyžadujú si promptnú reakciu a zapojenie výroby. Tá musí byť v rozumnej vzdialenosti od našich pobočiek. A ďalším dôvodom, ako som načrtnul aj v predchádzajúcej odpovedi, je fakt, že na Slovensku má kvalitná remeselná a ručná práca veľkú tradíciu. Našli sme vhodný výrobný objekt i dostatok kvalifikovanej a skúsenej pracovnej sily v okrese Levice, ktorá bola schopná zvládnuť nároky na ručnú kvalitnú prácu. Levický okres je známy dlhoročnou tradíciou textilnej produkcie, takže je na čo nadväzovať.

### **Čo je dôvodom, že sa orientujete pri vašich produktoch na výrobu z čisto prírodných materiálov?**

Hlavným dôvodom sú benefity postelí z poctivých prírodných materiálov, predovšetkým zdravotné. Prírodné materiály, ktoré používame pri výrobe našich matracov, dokážu dobre odvetrávať a dýchať. V takejto posteli sa nehromadí a nezadržiava vlhkosť. Tá sa do postele dostáva jednak z tela človeka, ale aj z ovzdušia. Posteľ sa v čase, keď v nej nie sme, dokáže vďaka použitému prírodnému materiálom krásne odvetrať, ostáva suchá a neštráca tak na kvalite ani životnosti z hygienického hľadiska.

Prírodné materiály zaručujú dlhovekosť a najmä spánok v suchom, čistom a nealergénnom prostredí. Kvalitné 100-% prírodné materiály pracujú aj s telesným teplom, čo je ich ďalší nesporný benefit, keď v nich spíme. Konkurencia v segmente umelých matracov je veľká, silné sú aj rôzne mýty o strieborných vláknach, kokosových doskách. Prírodu však na rozdiel od syntetických materiálov overil čas. Navyše, konkurencia v našom prírodnom koncepte je menšia, bol tam priestor presadiť sa aj s výrobkom so slovenským pôvodom a nemeckým dizajnom, konceptom a jedinečnými službami.

### **Bedeur je zastúpený svojimi predajňami aj v Brne i Prahe. Aký je rozdiel medzi českým a slovenským trhom a zákazníkmi?**

Na českom trhu je v tomto segmente väčšia konkurencia, trh je iný aj z hľadiska predaja. Praha má geografické špecifikum, aké nie je v inom meste. Na Vinohradskej ulici v centre je sústredená snáď celá naša konkurencia. Takže, ak sme tu chceli uspieť, museli sme ísť do jej blízkosti. V Bratislave to je inak, konkurencia je rozmiestnená po celom meste. Český zákazník je viac opatrný, racionálny a dlhšie sa rozhoduje. Na Slovensku zákazník tlačí na zľavy, čo je čiastočne spôsobené cenovou politikou konkurencie. A dobre známy rozdiel medzi zákazníkmi v našej a českej metropole je, že u našinca je imidž a prestíž v rebríčku rozhodujúcich kritérií nákupu v hi-end segmente na vyšších priečkach.

### **Čo všetko je obsahom vašej manažérskej práce?**

Oblasť mojich pracovných priorit sa mení v závislosti od fázy života našej firmy. So spoločníkom v biznise sme si názorovo blízki a rozdelenie výrobnéj a obchodnej časti firmy prišlo prirodzene. Momentálne mám na starosti maloobchodnú sieť našich predajní, ktorým robím podporu. On má na starosti celý výrobný proces od návrhov až po finálne výrobky. Oba spolu riešime novinky, nové modely, dizajn, ale aj nových dodávateľov komponentov, rozvíjame stratégie predaja. Keďže sme menšia firma, je samozrejme a prirodzené, že sa venujeme okrem strategických oblastí aj bežnej dennej operatívne.

Manažérsky však smerujeme naše aktivity a rozhodnutia tak, aby sme mali neustále prehľad o celom cykle, nielen o samotnom predaji alebo spomínanej výrobe. Vo svete franchisingového systému predaja a partnerstiev je to často výzva, ale keď na konci dňa do seba veci a rozhodnutia zapadajú, je to motivujúci pocit.

### **Aký ste typ manažéra pri riadení? Je vám bližšia centralizácia riadenia, alebo delegujete právomoci aj na svojich podriadených?**

Používam oba prístupy, striedam ich prípad od prípadu. Spolupráca s niektorými ľuďmi si vyžaduje pevné riadenie, čo môže na niekoho pôsobiť diktátorsky, ale v iných prípadoch rád delegujem právomoci, pretože inak by to vzhľadom na rast a expanziu firmy bolo neudržateľné a nevládnuteľné. Verím, že pre biznis komunitu je zapájanie mladých a schopných ľudí kľúčové. Treba im vytvoriť prístup k možnostiam, ktoré oni dokážu kreatívne využiť a vytvoriť tak obrovskú hodnotu.

V tíme mám ľudí, na ktorých sa viem spoľahnúť. Viedim ľudí na juniorských manažérskych pozíciách k veľkej samostatnosti a priebežne ponúkam podporu alebo si odkontrolujem výsle-

# POSTEĽ SA V ČASE, KEĎ V NEJ NIE SME, DOKÁŽE VĎAKA POUŽITÝM PRÍRODNÝM MATERIÁLOM KRÁSNE ODVETRAŤ, OSTÁVA SUCHÁ A NESTRÁCA TAK NA KVALITE, ANI ŽIVOTNOSTI.

dok našich hlavných priorít. Svoju úlohu v tom chápem tak, že biznis ciele a smerovanie firmy im musím interpretovať do takej miery, aby mu správne porozumeli a našli v ňom hodnoty, ktoré sami vyznávajú. Viem, že pre mladú generáciu je čím viac dôležité, aby to, čo pre firmu vytvárajú, korešpondovalo s tým, čomu veria v bežnom živote. Mám to oproti iným odvetviam ľahšie, pretože ľudia s ekologickým cítením, ktorých je dnes čím ďalej, tým viac, sa dokážu prirodzene identifikovať s naším produktom.

**Chystáte sa na obchodnú expanziu na nové trhy. Vaše matrace sú súčasťou veľmi ambiciózneho projektu Ecocapsule®. Zvládnete taký nárast výroby? Ste na to kapacitne pripravení?**

S firmou, ktorá vyrába dnes veľmi úspešnú Ecocapsule®, sebestačný smart domček, sme sa stretli v jednom crowdfundingovom projekte. Ich ekologický koncept a naše prírodné produkty sú prirodzeným spojením. Bavili sme sa o ich potrebách a špecifikáciách, im sa zapáčili naše prírodné matrace, naša výroba je 100-% individualizovateľná, takže nič nebránilo tomu, aby sme vyrobili prototypy a začali spolupracovať. Projekt Ecocapsule® je pre nás veľmi inšpiratívny a tímu okolo Tomáša Žáčka veľmi držíme palce. V súčasnosti s Ecocapsule® navštevujú svetové metropoly, nedávno ho zaparkovali na newyorskom Times Square. Kapacitne sa však pripravujeme a plánujeme výrobu postelí a matracov v násobných množstvách pre bežné trhy oproti dnešným výrobným číslam. Matrace Bedeur pre Ecocapsule® vyrábame v jednotkách kusov, takže sme pripravení a dúfame, že nepotrvá dlho a na svete sa predá prvá tisícka týchto nádherných smart domčekov.

**Ste vo veku, keď muži vo vedúcich riadiacich pozíciách pre nedostatok času podliehajú čaru práce a zabúdajú na vlastný osobný život. Máte naň čas? Čo vám spôsobuje radosť okrem práce?**

Snažím sa ho mať a najväčšiu radosť mám, keď dokážem vypnúť, odložiť povinnosti a odísť s rodinou na nejakú dovolenku alebo predĺžený víkend.

**Venujete sa nejakým športom?**

Aktívne bicyklujem, z vodných športov inklinujem k wakeboardingu a pravidelne cvičím. V minulosti som bol aktívny hoke-

jista. Pre nedostatok času už nehrám, ale rád by som sa k tomu príležitostne vrátil.

**Vaša spoločnosť sa aktívne prezentuje so svojou produkciou na rôznych golfových turnajoch. Aký je váš vzťah k tomuto športu?**

Ku golfu ma priviedol práve Bedeur. Mnohí naši zákazníci sú vášniví golfisti, ja golf hrávam zatiaľ skôr rekreačne. S golfom aktívne v našej firme začal môj pražský kolega. V rámci partnerstva s niektorými turnajmi som sa šiel pozrieť, kde a ako prezentujeme naše postele v golfovom prostredí. A keďže som tam nechcel len tak postávať, vzal som do ruky palicu a vyskúšal to. Prijemne ma prekvapil dojem, ktorý som z toho mal, a tak som si pred tromi rokmi urobil zelenú kartu. Aktívne sa zúčastňujem zatiaľ len na túrach a turnajoch, kde sme partneri. Aj napriek tomu, že tento rok bol pracovne naozaj náročný, niekoľkokrát sa mi podarilo vybehnúť na ihrisko aj bez tejto obchodnej motivácie. Ktovie, s akým skóre skončím o rok.

**Máte už nejaké obľúbené ihrisko?**

Porovnávať môžem zodpovedne zatiaľ len na Slovensku a v Česku. Najčastejšie hrávam v Penati, ktoré považujem za jeden z najkrajších a najkvalitnejších rezortov. Naša firma je tam dokonca partnerom projektu výstavby luxusných chatiek, v ktorých nájdete naše postele.

**Čím je pre vás golf?**

Tento rok sa to láme. Už to prestáva byť povinnosťou chodiť tam propagovať Bedeur. Golf mi učaroval, začalo sa mi aj trochu dať a o to viac sa teším na novú sezónu. Treba priznať, že golf je časovo náročný šport. Ak sa mu v budúcej sezóne chcem intenzívnejšie venovať, musím premyslieť to delegovanie právomoci ešte viac. Golf treba hrať s čistou hlavou, lebo nie je v poriadku, ak sa počas hry používa telefón, prípadne treba odpisovať na hromadiace sa odkazy. ●



**ING. JÁN NEHÉZ**

spolumajiteľ

**Vek:** 38

Vzdelanie: Ekonomická univerzita Bratislava

**HCP:** 34