

Podążać drogą stałego rozwoju

Z WITOLDEM ROGALSKIM, prezesem zarządu Subaru Import Polska Sp. z o.o., rozmawiają MARIA SZRUBA i MARIUSZ KARPIŃSKI-RZEPA, Nowoczesne Budownictwo Inżynieryjne, zdjęcia: SUBARU

Od września 2016 r. Subaru jest oficjalnym parterem „Nowoczesnego Budownictwa Inżynieryjnego”. Motoryzacja i budownictwo mają sporo wspólnego. Chyba nie ma dwóch równie innowacyjnych technologicznie branż, będących często prekursorami stosowanych rozwiązań.

Motoryzacja i budownictwo są faktycznie w stanie permanentnego rozwoju, jednak trzeba przyznać, że ogromnego postępu technologicznego nie można ograniczyć jedynie do tych dwóch branż. Wystarczy pomyśleć o elektronice czy też o branżach mało technicznych, jak fizyka czy chemia. Natomiast jeśli popatrzymy na pewne podobieństwa, to zwróciłbym szczególnie uwagę na efekt synergii występujący pomiędzy branżami motoryzacyjną i budowlaną. W budownictwie, powiedzmy sobie szczerze, bez samochodów byłoby bardzo trudno – samochody marki Subaru przy budowach, gdzie często infrastruktura dopiero ma zostać poprawiona, ze względu na swoją konstrukcję świetnie się spisują. Z kolei budownictwo to także drogi, po których samochody mogą się poruszać.

W obiegowej opinii funkcjonuje wiele stereotypów dotyczących samochodów – niektóre są zabawne, inne całkiem absurdalne, a w niektórych jest pewnie trochę prawdy. O japońskich autach mówi się, że są innowacyjne, zaawansowane technologicznie i niezawodne. Czy takie są samochody Subaru?

Jesteśmy ewidentnie marką japońską i absolutnie ewidentnie te podstawowe kryteria – innowacyjność, zaawansowanie technologiczne i niezawodność, już chociażby przez sam fakt produkcji w Japonii – są spełnione.

Kwestia produkcji jest związana z różnymi dla każdej narodowości czy nacji cechami charakterologicznymi. Nie bez kozery japoński system produkcji był



Jesteśmy jedną z niewielu marek oferujących stały napęd w standardzie.

Witold Rogalski, mgr inż., studia na Politechnice Gdańskiej (1973–1979). Karierę w branży motoryzacyjnej rozpoczął w Polmozbycie. Następnie pracował w Nissan Motor Deutschland GmbH w Neuss jako produktplaner, był odpowiedzialny za planowanie produktu. Kolejno zajmował w tej firmie stanowiska managera marketingu (1992–1995) i general managera sales support (1997–1999). W latach 1995–1996 był long term planning managerem w Nissan Europe N.V. w Amsterdamie. Od lipca 1999 r. jest prezesem zarządu (CEO) Subaru Import Polska Sp. z o.o.

wdrażany, z mniejszym czy większym sukcesem, w najróżniejszych koncernach motoryzacyjnych na świecie. Również nie bez kozery sam system kaizen, czyli nieustannego doskonalenia, w międzyczasie spopularyzowany także w innych państwach, ma swoje uzasadnienie. Dążenie do stałej poprawy, jak również mentalność japońskiego pracownika, która szczerze powiedziawszy, w różnych innych państwach jest rzadko spotykana, są czynnikami, które sprawiają, że samochody marki Subaru są wykonywane bardzo dokładnie i bardzo solidnie. Jako przykład mogę

podać, że tylko w Japonii zdarzyło mi się, że gdy odwiedzałem fabrykę produkującą samochody, pracownicy przy taśmie pytali, czy jesteśmy zadowoleni z ich produktów. Byłem w różnych państwach i różnych fabrykach, gdzie na ogół osoby zwiedzające fabrykę są traktowane trochę jak zło konieczne. Natomiast zaangażowanie japońskich pracowników jest w moim przekonaniu, bazując w swej ocenie na zdobytych doświadczeniach, dużo większe niż ma to miejsce w innych państwach.

Jeśli chodzi o progresywność i nowe rozwiązania technologiczne Subaru,

trudno jednoznacznie w ten sposób zdefiniować markę. W istocie Japończycy niejednokrotnie stosują bardzo zaawansowane technologicznie rozwiązania, natomiast ich wdrożenie często odbywa się z pewnym opóźnieniem, ponieważ jest poprzedzone licznymi testami. Ważnym aspektem w tym obszarze jest także kwestia decyzyjności. W bardzo wielu państwach świata decyzję podejmuje jednoznacznie zwierzchnik, konkretna osoba. W Japonii na określone działania musi się zgodzić kolektyw. W związku z tym proces podjęcia decyzji trwa nieco dłużej niż w przypadku innych marek. Aczkolwiek jeśli już się na coś zdecydować, to bardzo często konsekwentnie tę właśnie przyjętą strategię realizują, nawet jeśli pojawiają się jakieś trudności. Być może właśnie w ślad za tym idzie przekonanie o niezawodności japońskich samochodów.

W Subaru konsekwencję działania widać ewidentnie na przykładzie silnika przeciwsobnego. Wraz z podjęciem decyzji o tym, że będzie on najbardziej optymalnym rozwiązaniem dla samochodu, konsekwentnie od lat 70. ubiegłego stulecia do dziś wszystkie samochody Subaru są wyposażone w silniki przeciwsobne. Oczywiście, tego typu decyzja powoduje różnego rodzaju problemy natury czysto ekonomicznej. Gdy pojawia się nowy trend, nie można kupić jednostek napędowych w innej firmie, co w zasadzie wszyscy inni mogą zrobić. Nie można także stosowanych przez Subaru rozwiązań sprzedać innej firmie, co również wszyscy stosują. Wreszcie – silniki Subaru narzucają samochodom z góry określony layout systemu napędowego, wiadomo, że zamontowanie silnika bokser w poprzek samochodu nie miałyby żadnego sensu. Stąd stosowany layout wzdłużny, symetryczny.

Intrygującym mitem krążącym wśród kierowców jest opinia, by „nie kupować aut na literę F”. Łatwo ją obalić, podając jako przykład Foreстера. Co sprawia, że ten model Subaru już kilkakrotnie był nagradzany w kategorii SUV-a roku, a opinie o najnowszej generacji to w zasadzie same superlatywy?

W moim przekonaniu tego typu legendy nie mają żadnego odzwierciedlenia w rzeczywistości. Są to czysto słowne sformułowania, tym bardziej że w przypadku Foreстера zaprzecza temu sam fakt, że jest to najlepiej sprzedający się model Subaru. Czym się wyróżnia? Pewną konsekwencją.



Linia modelowa Subaru

Wiadomo doskonale, że w dzisiejszych czasach SUV-y, a do takiej kategorii Foreстера niewątpliwie trzeba zaliczyć, są w znacznej mierze objawem określonej mody. Oczywiście, tak jak inne kategorie samochodów, mają one zarówno swoich gorących zwolenników, jak i przeciwników. Przeciwnicy zarzucają, że SUV-y są za duże, za wysokie itp. Patrząc pragmatycznie i praktycznie, do wyższego samochodu łatwiej się wsiada i wysiada. Na tej samej przestrzeni, którą zajmuje samochód na drodze, biorąc pod uwagę szerokość i długość, mamy większą pojemność karoserii. Ergo – jest to pozytywne. Kolejna kwestia – po co zwiększony prześwit? Każdy, kto musiał zaparkować na wyższym krawężniku, zrozumie. Odpowiedź nasuwa się sama. Do tego dochodzi zupełnie, wydawałoby się, banalna rzecz, czyli to, że siedząc wyżej, widzimy więcej. Widoczność to jest aktywne bezpieczeństwo. Jeżeli widzimy, co jest przed nami, jesteśmy w stanie szybciej zareagować.

Wracając do mody na SUV-y. Szerokie grono osób kupuje je właśnie tylko z tego

powodu. Nie mają dla nich znaczenia atrybuty, jakie z definicji powinny posiadać Sport Utility Vehicle, a mianowicie napęd na wszystkie koła. W SUV-ach chodzi o to, byśmy mogli także wtedy, kiedy spadnie śnieg, gdy na jezdni jest woda powodująca niebezpieczeństwo aquaplaningu, poruszać się bezpiecznie. I tutaj na pewno Subaru wyróżnia się na tle innych, albowiem jesteśmy jedną z niewielu marek oferujących stały napęd w standardzie – wszystkie Forestery są w niego wyposażone. Coś, co dla innych jest dostępne jako opcja. Stąd każdym Foresterem można wyjechać poza drogi utwardzone, także tam, gdzie nowoczesne budownictwo realizuje nowe inwestycje, albo też, tak jak to robią nasi klienci, podróżować w ciekawe miejsca, gdzie dojazd stanowi prawdziwe wyzwanie. Jednym z nich była droga do Omalu w Gruzji, zaliczana do najmniejbezpieczniejszych na świecie. Forester spisał się znakomicie.

Pewną schematyzację można zaobserwować także w określaniu posiadaczy





System EyeSight, w którym dwie kamery optyczne działają niczym druga para oczu

poszczególnych marek jako „typowych kierowców”. Klienci firmy Subaru wydają się tworzyć zwartą i zdecydowaną grupę kierowców, którzy chcą od swych samochodów czegoś specjalnego. W jaki sposób Subaru im to zapewnia?

Poczucie piękna jest subiektywne, natomiast samochody Subaru z pewnością nie są kupowane tylko ze względu na walory estetyczne, ale przede wszystkim z uwagi na swoje własności jezdne. Jeśli chodzi o naszych klientów, są to z pewnością indywidualiści. Nie kupują samochodu po to, by sąsiadowi wysłać przysłowiową żyłkę, ale dlatego, że wiedzą, czego oczekują. Prowadzimy statystyki, stąd wiemy, jakie zawody czy wykształcenie mają nasi klienci. Ponad 90% z nich posiada wykształcenie wyższe. Około 60% nabywców samochodów Subaru to właściciele firm. Pozostali to głównie przedstawiciele topowego menedżmentu, ludzie wykonujący wolne zawody, przy czym są to zarówno lekarze z własnymi praktykami, jak i aktorzy czy prezenterzy telewizyjni. W sumie 96% klientów zalicza się do którejś z tych grup. Krótko powiedziawszy, ewidentna większość naprawdę sama decyduje o swoim życiu.

W tym roku swoje 50. urodziny obchodzi legendarny silnik Subaru – bokser. Co sprawiło, że stał się jednym z najbardziej charakterystycznych silników w historii motoryzacji?

Istotnie, 50-lecie to ładny jubileusz, aczkolwiek oczywiście nie jest to już ten sam silnik co pół wieku temu. O ile pryncypialne rozwiązanie, silnik przeciwsobny, czyli bokser, zostało w dalszym ciągu tym sztandarowym, można powiedzieć, elementem Subaru, o tyle współczesne silniki, poza pryncypialnym layoutem cylindrów, nie mają z tymi pierwszymi *de facto* nic wspólnego. Kolejne generacje były dostosowywane zarówno do oczekiwań klientów, jak i zmieniających się norm, m.in. dotyczących emisji spalin czy zużycia paliwa.

Niewątpliwą zaletą boksera jest nisko położony środek ciężkości. Drgania drugiego rzędu w istocie nie występują, ponieważ cylindry pracują nieomal naprzeciwko siebie. Taka, a nie inna konstrukcja służy także bezpieczeństwu. Silnik, jako leżący, w przypadku uderzenia przodem wchodzi pod podłogę samochodu. Tym sposobem cała przestrzeń pomiędzy zderzakiem przednim a ścianką grodziową



może absorbować energię. Z drugiej strony jest to rozwiązanie, które z definicji zakłada określony layout całego podwozia. Jest także droższe w konstrukcji niż klasyczny układ rzędowy. Bokser jest znakomitą odzwierciedleniem konsekwencji Japończyków w realizowaniu idei.

Co oprócz silnika jednoznacznie definiuje markę Subaru?

Stały napęd wszystkich kół. Nawet jeżeli pryncypialnie w niektórych rozwiązaniach, jak w przypadku tych, które stosujemy przy skrzyniach automatycznych, przekazywanie napędu na drugą oś nie odbywa się przez centralny mechanizm różnicowy, tylko przez wielopłytkowe sprzęgło mokre, to ono działa zawsze i stale. Czyli nie jest to sprzęgło, które tylko dołącza się w określonym przypadku, np. uślizgu przednich kół, które

rozpoznaje jako potrzebę przekazania napędu na drugą oś. W Subaru napęd na wszystkie koła działa zawsze. Oczywiście, powoduje to minimalnie wyższe zużycie paliwa, aczkolwiek są to wartości bardzo niewielkie. Z drugiej strony, dzięki stałemu napędowi w sytuacjach, które mogą zaskoczyć, niepotrzebna jest dodatkowa reakcja. Samochód zachowuje się w sposób przewidywalny dla napędu na cztery koła.

Oprócz napędu we wszystkich samochodach Subaru jest montowany standardowo Inteligentny System Ratunkowy. Filozofia Subaru opiera się na pięciu głównych filarach bezpieczeństwa. W trosce o bezpieczną jazdę Subaru oferuje także programy edukacyjne dla kierowców. W Szkole Jazdy Subaru (SJS) kierowcy doskonalą technikę jazdy. Skąd tak duży nacisk na kwestie bezpieczeństwa?

Zacznę od tego, że Inteligentny System Bezpieczeństwa jest polskim wynalazkiem i jest stosowany wyłącznie w Polsce. Jego działanie polega na tym, że jeśli dojdzie do wypadku, wówczas centrum alarmowe jest natychmiast powiadamiane, włącznie z przekazaniem informacji o dokładnej lokalizacji zdarzenia. W takiej sytuacji następuje kontakt zwrotny z samochodem przez zestaw głośnomówiący. Jeżeli nie będzie reakcji ze strony kierowcy czy pasażera, zawiadamiane zostają służby ratunkowe i kierowane do tego konkretnego miejsca wypadku. Jeśli zdarzenie nie okaże się groźne, to w odpowiedzi kierowca poinformuje, że nie wymaga pomocy.

System pod nazwą eCall ma zostać wprowadzony w całej Europie. Jego wdrożenie jest o tyle istotne, że według badań unijnych, ok. 10% ofiar wypadków drogowych więcej można by uratować, gdyby pomoc dotarła na czas. Dlatego właśnie instalujemy w samochodach Subaru Inteligentny System Ratunkowy, działający na zasadzie GPS.

Cała strategia bezpieczeństwa Fuji Heavy Industries, właściciela marki Subaru, oparta jest na bezpieczeństwie pasywnym oraz aktywnym. Na bezpieczeństwo pasywne składa się zespół cech pojazdu, w tym jego konstrukcja, mających na celu zmniejszenie skutków zaistniałej kolizji lub wypadku drogowego

z punktu widzenia wszystkich jego uczestników. Ocena samochodów w zakresie bezpieczeństwa biernego dokonywana jest przez niezależne organizacje – amerykańskie IIHS, Euro NCAP, ANCAP itd. – podczas testów zderzeniowych.

Bezpieczeństwo aktywne, czyli zespół czynników wpływających na zmniejszenie prawdopodobieństwa kolizji czy wypadku drogowego, polega m.in. na tym, by zapewnić odpowiednią widoczność z kabiny czy odpowiedni środek ciężkości pojazdu. Nie bez znaczenia są także odporność samochodu na aquaplaning, skuteczne hamulce, systemy dodatkowo korygujące tor jazdy, systemy ABS itd. *Notabene*, te różne systemy są także częściowo oceniane przez Euro NCAP.

Subaru dodaje do tego bezpieczeństwo prewencyjne, co oznacza unikanie wypadków dzięki systemom zainstalowanym w samochodzie przez aktywne uruchamianie hamulców czy też wspomaganie manewru omijania przeszkody. W przypadku Subaru stosowany jest system EyeSight, w którym dwie kamery optyczne działają niczym druga para oczu, czuwająca nad bezpieczeństwem kierowcy i pasażerów. System w momencie wykrycia potencjalnego niebezpieczeństwa ostrzega kierowcę, a w sytuacji krytycznej zahamuje samochód, by uniknąć kolizji.

Ponadto w Polsce wdrożyliśmy dwa dodatkowe elementy. Jednym z nich jest wspomniany wcześniej Inteligentny System Ratunkowy, działający w ramach post-crash safety, czyli w momencie, kiedy już doszło do wypadku. W trosce o bezpieczną jazdę zadbałiśmy także o samych kierowców, o czym mało kto myśli. Finalnie, przeważająca większość wypadków jest spowodowana przez ludzi. Stąd potrzeba kształcenia kierowców, tak aby mieli większą świadomość zagrożeń występujących na drogach oraz większe umiejętności manualne związane z opanowaniem samochodu, jeżeli coś się dzieje.

Szkolimy w tym zakresie kierowców w Szkole Jazdy Subaru już od 2000 r., czyli zaczęliśmy rok po powstaniu firmy. Ponad połowa samochodów Subaru, które sprzedajemy w Polsce, w cenie auta zawiera bezpłatne szkolenie dla kierowców. Pozostali kierowcy, już odpłatnie, także mogą z nich korzystać. Aby zmotywować kierowców do udziału w SJS, współpracujemy z Wartą, dzięki czemu uczestnicy naszych szkoleń mogą wykupić ubezpieczenie na preferencyjnych warunkach.



Szkoły Jazdy Subaru nie są chwytem marketingowym, ale wyrosły z poczucia odpowiedzialności za bezpieczeństwo użytkowników

Wymienione elementy składają się na pięć filarów bezpieczeństwa, na których opiera się filozofia Subaru. Na pewno także dzięki nim statystyki są dla nas korzystniejsze niż dla innych marek.

A czy ze SJS mogą korzystać także użytkownicy samochodów innych marek?

Jak najbardziej. Równoległe do SJS rozwijała się AMG Driving Academy, która także prowadzi szkolenia i eventy dla różnych firm. SJS nie jest też ograniczona do klientów Subaru. Od początku uważałem, że byłoby nonsensem, gdyby określone rozwiązania, które zostały wdrożone, były z definicji, z przyczyn czysto marketingowych, ograniczone tylko do jednej marki. Podobnie system ISR, który jest tak nazywany u nas, jest dostępny w różnych innych markach samochodów. Z tym że tam jako opcja, u nas w standardowym wyposażeniu.

Miał Pan osobisty udział w powołaniu do życia Szkoły Jazdy Subaru. Co było impulsem do jej stworzenia?

W roku 1999, jadąc trasą spod niemieckiej granicy do Krakowa, którą często podróżowałem, pokonywało się odcinek przedwojennej autostrady koło Wrocławia. Później była już tylko „walka o życie”. Spotykałem się z najróżniejszymi zdarzeniami drogowymi, łącznie z samochodami jadącymi pod prąd czy zawracającymi na autostradzie. Natomiast bezpośrednim impulsem, który uświadomił mi potrzebę powołania do istnienia czegoś w rodzaju szkoły bezpiecznej jazdy, było konkretne wydarzenie. Do naszego salonu przyszło dwóch młodych ludzi i chciało nabyć Imprezy GT. Moi sprzedawcy ich zlekceważyli, więc postanowiłem pokazać im, że każdego klienta należy traktować serio. Osobiście się zająłem młodzieńcami, w tym odbyłem z nimi jazdy próbne. Nie dlatego, że sądziłem, że rzeczywiście te samochody kupią, ale by pokazać moim sprzedawcom, jak należy traktować

wszystkich klientów bez wyjątku. Jakież było moje zdziwienie, gdy następnego dnia ci młodzi ludzie wrócili z rodzicami i kupili dwie Imprezy GT. Wówczas wyobraziłem sobie, co może się wydarzyć, gdy 18-letni mężczyźni wsiądą za kierownicę tak szybkich samochodów. Przyznaję, co mi się nie zdarza, że wtedy ich okłamałem. Powiedziałem, że aby nie utracić gwarancji, nie mogą przekraczać, o ile dobrze pamiętam, 4000 obrotów. Że to wszystko jest zapisywane w komputerze pokładowym, dlatego przez pierwsze 5000 km muszą jeździć ostrożnie. To był czas, w którym zaczęliśmy organizować szkolenia. To był humorystyczny początek, jednak nieco mniej humorystyczny jest fakt, że jeden z tych chłopaków miał wypadek. Wpadł w poślizg na plamie oleju, która znalazła się na drodze po tym, jak w Polonezie wybuchł silnik. Jechał na czołówkę z ciężarówką. Nauczony w SJS nie trzymał nogi na hamulcu, tylko dodał gazu i uciekł do lewego rowu. Szkolenie ocaliło mu życie. Nawet jeżeli wszystkie szkolenia w SJS miałyby ocalić tylko to jedno życie, to i tak było warto.

Z SJS wiąże się jeszcze jedna zabawna historia. W roku 2000, podczas targów motoryzacyjnych w Poznaniu, Daewoo, będące wówczas drugą siłą sprzedażową w Polsce, ogłosiło, że otwiera pierwszą w kraju szkołę jazdy. Podeszli wówczas do mnie zbulwersowani dziennikarze, że jak to może być, przecież to nieprawda, Subaru już ma szkołę jazdy. Starłem się tłumaczyć, że to nie ma żadnego znaczenia. Nasz udział w rynku jest minimalny, jesteśmy w stanie przeszkolić niewielką liczbę kierowców, a Daewoo to potęga, w związku z czym może zrobić sporo dobrego. Dziennikarze nie potrafili zrozumieć, że szkoły bezpiecznej jazdy nie są w moim odczuciu chwytem marketingowym. Nie udało mi się przekonać dziennikarzy, że w Subaru organizujemy



VII Subariada Gruzja 2016

te szkolenia w poczuciu odpowiedzialności za bezpieczeństwo użytkowników naszych samochodów. W pewnym momencie przestałem więc tłumaczyć, skapitulowałem i pozornie przyznałem im rację, mówiąc, że SJS to nie chwył marketingowy, ale sprzedażowy. Na ich pytające spojrzenia odpowiedziałem, że tylko żywy klient może od nas kupić kolejny samochód.

W zeszłym roku łączna sprzedaż samochodów osobowych i lekkich dostawczych w Polsce wyniosła ponad 400 tys. sztuk i była najlepsza od lat. Dla Subaru był to także dobry rok, zważywszy, że popyt przewyższył podaż. Jak Pan ocenia pierwsze półrocze tego roku pod kątem sprzedażowym?

Ograniczenia dostaw wynikają z większego na świecie zapotrzebowania na samochody Subaru niż moce produkcyjne. I to jest przyczyną przewyższenia popytu nad podażą. Szczególnie w Stanach Zjednoczonych, ale także Australii, Kanadzie i innych państwach zapotrzebowanie na nasze samochody jest tak duże, że fabryka nie jest w stanie wyprodukować wystarczającej liczby aut. To dotknęło także polski rynek, zresztą także całą Europę. Dlatego staramy się „walczyć” z producentem o jak największe dostawy.

Jeśli chodzi o podsumowanie minionego półrocza, sprzedaliśmy nieco więcej samochodów niż w analogicznym czasie w ubiegłym roku. Udało mi się jednak przekonać Fuji Heavy i przez pierwsze trzy miesiące tego roku mieliśmy podwyższoną produkcję, co przełożyło się na uzyskanie w pierwszym półroczu tego roku lepszych rezultatów. Natomiast całościowo przypuszczam, że zakończymy rok na bardzo podobnym poziomie jak ubiegły, ponieważ całość produkcji jest na zbliżonym poziomie. A nie da się sprzedać czegoś, czego się nie ma.

Wcześniej Nissan, teraz Subaru. Od początku jest Pan wierny japońskim markom samochodów?

Nie zawsze byłem związany z markami japońskimi. Przedtem pracowałem w Polmozbycie, gdzie, naturalną kolejną rzeczą,

zajmowałem się obsługiwaniem Fiatów. Rozpoczynając tam pracę, miałem zacząć na stanowisku mistrza, jednak nie przyjąłem tej oferty, mówiąc, że na mistrza to ja za mało wiem. Pracowałem więc przez rok jako mechanik, a dopiero później jako kontroler techniczny, co miało tę zaletę, że miałem bardzo dużo do czynienia bezpośrednio z klientami.

Później rozpocząłem pracę jako produktplaner w Nissan Motor Deutschland GmbH, co było poniekąd kwestią przypadku. Miałem wówczas dwie propozycje pracy. Jedną było zabezpieczenie jakości w niemieckim BMW, co szczerze powiedziawszy, mniej mnie interesowało niż to, co zaproponowano mi w Nissanie, czyli planowanie produktu. Tym bardziej że Nissan Motor Deutschland GmbH był największym przedstawicielstwem Nissana w Europie, a Nissan był wówczas największym japońskim sprzedawcą na tym obszarze. To z kolei spowodowało, że tak naprawdę tylko w tej placówce, będącej spółką-córką bezpośrednio producenta, taki dział istniał. Oznaczało to wpływ na kompletną paletę produktów w całej Europie, co było dla mnie niezwykle interesujące.

Kiedy rozstałem się z Nissanem, spośród proponowanych mi wówczas ofert pracy wybrałem to stanowisko, które do dzisiaj pełnię. Przyczynkiem, dla którego zdecydowałem się na tę propozycję, była możliwość stworzenia samodzielnie firmy od samego początku. Wiązało się z to ogromnymi możliwościami, ale także z wielką odpowiedzialnością. To mi się bardzo spodobało i było na tyle dużym wyzwaniem, że chciałem to zrobić. No i tym samym wróciłem do Polski. Z perspektywy lat można ocenić, że udało się wprowadzić markę na rynek. Mało tego, mam satysfakcję, że z przeważającą większością naszych klientów mogę z przyjemnością porozmawiać.

Często są ku temu okazje?

Na skutek rozmów z naszymi klientami, w sumie pod wpływem impulsu, narodził się pomysł na wakacyjne spotkania w swoim gronie. Uderzyło mnie,

że wszyscy wolą spędzać urlopy poza granicami kraju. Poza tym, obserwując naszych klientów podczas wizyt w salonie, zauważyłem, że niejednokrotnie mają wiele wspólnych tematów do omówienia. Tak powstał pomysł na Złot Plejad, bo taką nazwę przyjęła ta inicjatywa. Miała na celu wspólne eksplorowanie cudownych zakątków naszego kraju. Chciałem, abyśmy pokazali naszym klientom kawałek Polski, jakiej nie znają. Ponadto chciałem im dać okazję do bliższego poznania się. Pierwszy zlot był jednodniowy, odbył się w 2004 r. na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej. Zorganizowaliśmy spotkanie, przygotowaliśmy dwie trasy – szosową i terenową, tak by móc poczuć, że nasze Subaru mogą więcej niż na co dzień jesteśmy w stanie doświadczyć. Wszystkim tak się spodobało, że nie było wyjścia. Musieliśmy kontynuować. Już 14 lat z nieślabnącym zainteresowaniem co roku integrujemy naszych klientów na Złotach Plejad.

Podobną genezę, by wspólnie coś zrobić, z tym że w mniejszej grupie, ma Subariada. Pomysłodawcą był jeden z naszych forumowiczów, który na wyjazd samochodami terenowymi pojechał Foresterem. Bardzo mu się to spodobało, choć początkowo miał obawy, czy uda mu się pokonać trasę. Udało się z sukcesem i tak zrodził się pomysł, by wyruszyć na terenową wyprawę samochodami Subaru. Głównie są to Forestery, ale bywają też Outbacki czy Subaru XV. Poparłem tę inicjatywę naszych klientów, po czym okazało się, że zostałem także zaproszony do udziału w wyprawie. Muszę się przyznać, że im bliżej wyjazdu, tym więcej miałem obaw i wątpliwości. Do tego stopnia, że na pierwszą Subariadę w 2013 r. jechałem z nastawieniem, aby przetrwać. Nie spodziewałem się, że będzie tak fantastyczne towarzystwo, tak ciekawe miejsca, do których prowadził nas przewodnik. No i widocznie jestem bardziej odporny na trudy niż sądziłem, bo bardzo mi się to spodobało.

Dziękujemy za rozmowę.

