



KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

# RETHINK COLOUR MANAGEMENT SYSTEM ZARZĄDZANIA BARWĄ



## Colibri<sup>®</sup> platform

- Profesjonalna komunikacja kolorystyczna w łańcuchu dostaw
- Intuicyjne i wydajne recepturowanie barw
- Redukcja odpadów i optymalizacja kosztów
- Szybki zwrot z inwestycji

[www.konicaminolta.pl](http://www.konicaminolta.pl)

## Autonaprawa

[www.e-autonaprawa.pl](http://www.e-autonaprawa.pl)

### Adres redakcji:

ul. Parkowa 25  
51-616 Wrocław  
tel. 71 715 77 95  
faks 71 348 81 50  
[autonaprawa@technotransfer.pl](mailto:autonaprawa@technotransfer.pl)  
[www.technotransfer.pl](http://www.technotransfer.pl)

Numer rachunku bankowego:  
03 1140 2004 0000 3102 5467 9483

### Redaktor naczelny:

Jan Wajdzik  
[j.wajdzik@technotransfer.pl](mailto:j.wajdzik@technotransfer.pl)

### Redaktor prowadzący:

Marcin Bieńkowski  
[m.bienkowski@technotransfer.pl](mailto:m.bienkowski@technotransfer.pl)

### Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz  
[b.krczcanowicz@technotransfer.pl](mailto:b.krczcanowicz@technotransfer.pl)

### Stali współpracownicy:

Andrzej Kowalewski, KrzaQ,  
Hubert Kwarta, Zenon Majkut,  
Bogusław Raatz, Leszek A. Stricker,  
Tomasz Szulc

### Marketing i reklama:

Małgorzata Salamaga-Borysenko  
tel. 71 733 67 56  
[m.salamaga@technotransfer.pl](mailto:m.salamaga@technotransfer.pl)

### Prenumerata:

tel. 71 715 77 95  
[prenumerata@technotransfer.pl](mailto:prenumerata@technotransfer.pl)

### Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD  
tel. 71 715 77 98

### Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer

### Druk i oprawa:

AMW Wrocław



Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Zdjęcia na okładce:  
Philips, NGK



## Tesla

*Nie, nie będę tu pisał o samochodach Tesli, ale chciałem zwrócić uwagę na fakt, jak zbudowanie przez Elona Muska, a otwartej w marcu tego roku fabryki Gigafactory Tesli w Grünheide pod Berlinem przewróci, a w zasadzie już zaczęło przewracać niemiecki rynek motoryzacyjny do góry nogami. Niemożliwe? A jednak. Kwestie te, jako pierwszy poruszył w swoim materiale videobloger Listek Elf, ale po kolei.*

*Po pierwsze, niemiecki przemysł motoryzacyjny jest pod ochroną tamtejszego rządu jako przemysł będący kołem zamachowym gospodarki naszego zachodniego sąsiada. Daje on setkom tysięcy pracowników zatrudnienie, a firmy motoryzacyjne współpracują z tysiącami podwykonawców i kooperantów. Tak więc Tesla, budując swoją fabrykę w Niemczech, stała się niejako z automatu częścią niemieckiego przemysłu motoryzacyjnego i podlega, podobnie jak Volkswagen czy Mercedes, swego rodzaju państwowej opiece – a to już samo przez się jest nie w smak szefom niemieckich koncernów.*

*Po drugie, wraz z Teslą do niemieckiego przemysłu motoryzacyjnego zawitało coś, co można określić angielskim terminem disruptive business, czyli działalnością zaktócającą konkurencję. O co chodzi? Otóż Niemcy przyzwyczajeni są do wieloletniego udoskonalania swoich produktów. Najlepszym przykładem są silniki spalinowe, w tym silniki Diesla, których konstrukcję niemieccy inżynierowie doprowadzili niemal do perfekcji. A tu przychodzi Tesla i proponuje zupełnie inne rozwiązanie – silnik elektryczny, który niemal z dnia na dzień cały trwający ponad sto lat dorobek konstrukcyjny związany z silnikami Diesla „wywala do kosza”.*

*Silnik elektryczny jest cichy, szybki, ale przede wszystkim nie emituje spalin, co cieszy nie tylko ekologów, ale i Komisję Europejską. Co więcej, silnik elektryczny rozwiązuje większość problemów, z którymi zmagali się konstruktorzy silników spalinowych. Podobnie Musk postąpił z płytą podłogową, odlewaną, co wcześniej nikomu nie przyszło do głowy, z aluminium. Uprościło to proces produkcji, który w tradycyjnej technologii zrobotyzowanego zgrzewania i spawania z wielu blaszanych wytłoczek, stosowanej przez niemieckie koncerny, jest kosztowny i skomplikowany. Zabieg ten zmniejszył koszty produkcji podwozia aż o 40%!*

*Trzecim elementem zaktócającym dotychczasową konkurencję na niemieckim rynku jest model sprzedaży. Teslę można kupić wyłącznie przez Internet (firma posiada jedynie salony wystawowe), podczas gdy niemieccy producenci kurczowo trzymają się wypracowanego od lat modelu sprzedaży za pośrednictwem dealerów. Oznacza to, że wcześniej czy później dealerzy samochodowi mogą okazać się niepotrzebni ...*

*Na koniec warto poświęcić jeszcze kilka słów serwisowi. W samochodach elektrycznych jest on ograniczony do minimum. Nie trzeba zmieniać oleju, wymieniać pasków rozrządu, filtrów uszczelki pod głowicą, a pozostałe elementy, jak klocki hamulcowe, zużywają się w mniejszym stopniu (w „elektrykach” wykorzystuje się hamowanie rekuperacyjne z odzyskiem energii). Więc tu również mamy do czynienia z disruptive biznesem – warsztatów też będzie coraz mniej.*

*Czy to dobrze czy źle? Trudno powiedzieć. Na pewno będzie inaczej.*

Marcin Bieńkowski

Marcin Bieńkowski