

# NA CAŁYM ŚWIECIE infrastruktura podziemna JEST W BARDZO ZŁEJ KONDYCJI

*O tym, jaka jest kondycja infrastruktury podziemnej, o branży bezwykopowej i nowych technologiach rozmawiamy z Dennisem Wierzbickim, prezesem firmy Ditch Witch®*



Od lewej: Dennis Wierzbicki (Ditch Witch®), Ireneusz Sas (JL Maskiner w Polsce), Peter Skoog (JLM Scandinavia)



## Dennis Wierzbicki

Od ponad trzech lat prezes firmy Ditch Witch®, światowego lidera produkcji maszyn wykorzystywanych w technologiach bezwykopowych, należącej do koncernu Charles Machines Works. Wcześniej pełnił funkcję prezesa Grundfos Pumps US. Doświadczenie zawodowe zdobywał także w firmie Gould Pumps. Z wykształcenia jest nie tylko inżynierem – ukończył również studia na kierunku finanse oraz program MBA University of Rochester.

**Agata Sumara:** *Wierzbicki to bez wątpienia polskie nazwisko...*

**Dennis Wierzbicki:** Tak, jestem stuprocentowym Polakiem. Zarówno moi rodzice, jak i dziadkowie, pochodzą z Polski. Należę do piątego pokolenia, które żyje w Stanach Zjednoczonych.

**A.S.:** *A czy wcześniej odwiedzał Pan już nasz kraj? Zna Pan język polski?*

**D.W.:** Nie, znam tylko kilka słów, a to moja pierwsza wizyta w Polsce.

**A.S.:** *Skąd zatem decyzja o podróży do Polski i dlaczego dopiero teraz?*

**D.W.:** Podróżuję po świecie w celach biznesowych od 40 lat: odwiedziłem Azję, Amerykę Południową... Kraje europejskie przeszły wiele trudnych przemian, jednak teraz, kiedy rynki są otwarte (a polski rynek jest otwarty) nadarzyła się okazja, by tu przyjechać.

**A.S.:** *I jak się tu Panu podoba? Długo Panu nas zabawi?*

**D.W.:** Przyjechałem na tydzień, a kraj – jest fantastyczny, naprawdę wspaniały. Ludzie są bardzo mili, być może z powodu mojego nazwiska. Jedzenie jest doskonałe. Wczoraj np. jadłem pyszne pierogi. Znam te smaki – miałem polską babcie, która wychowała mnie na polskiej kuchni.

**A.S.:** *Jak Pan spędza tu czas?*

**D.W.:** Sporo zwiedzamy, ale przede wszystkim spotykamy się z klientami, poznajemy polski rynek. Chcemy się dowiedzieć, jak radzą sobie z instalacją podziemnej infrastruktury. Wiele procesów przebiega tutaj zupełnie inaczej niż w USA. W Polsce przeprowadza się wiele instalacji, nie tylko światłowodowych, a przewody podziemne są dobrze chronione. Od lat 90. XX w. staliście się wzorem budowy i zabezpieczania infrastruktury.

Jutro (7 czerwca) koło Warszawy rozpocznie się Roadshow, organizowane przez firmę JL Maskiner, z którą współpracujemy już 26 lat. Po raz pierwszy wspólnie zorganizujemy w Polsce pokaz naszych maszyn i urządzeń.

**A.S.:** *Jak Pan ocenia tę współpracę?*

**D.W.:** Bardzo dobrze nam się współpracuje. Mamy w zwyczaju sprzedawać wysoką jakość, a nie niską cenę – zaniżanie kosztów nie jest w naszym stylu. Cieszymy się, mając klientów, którzy myślą podobnie, jak my.

**A.S.:** *Panie Sas, proszę przypomnieć, kiedy wasza współpraca się zaczęła?*

**Ireneusz Sas:** Współpracę z firmą Ditch Witch® rozpocząłem w 1991 r., ale dopiero w czerwcu 1992 r. otrzymaliśmy koncesję. Od tego czasu minęło już 26 lat. Ale z Dennisem pracujemy dopiero od trzech lat.

**A.S.:** *Właśnie, jak to się stało, że trafił Pan do Ditch Witch®?*

**D.W.:** Pracowałem w branży inżynierskiej oraz produkcyjnej przez wiele lat. To firma Ditch Witch® mnie znalazła i zaprosiła do współpracy.

Przyjrzałem się produktom, pracownikom, naszym dealerom i uznałem, że to dobra firma. Poza tym, ma naprawdę doskonałą opinię w USA. Chciałem pracować w takiej firmie.

Tu z nami siedzi Peter, nasz CEO i dyrektor JL Maskiner. Zbudowaliśmy bliską relację. Mamy ponad 50 dealerów na całym świecie, musimy mieć z nimi odpowiednie relacje, by być blisko lokalnych rynków. To ważny element tego, kim jesteśmy.

**Peter Skoog:** Aktywnie działamy na rynku szwedzkim, duńskim, norweskim, fińskim, polskim i ukraińskim, zatem jest to dość duże terytorium. Sprzedajemy wyłącznie maszyny firmy Ditch Witch®.

**A.S.:** *Firma jest znana na całym świecie. Jak to jest możliwe?*

**D.W.:** Pozwalają na to nasi lokalni dealerzy. Budujemy dobre jakościowo maszyny, dbamy o swoją obecność w prasie, reklamujemy się, ale to lokalni dealerzy są dla nas ważni. Nie przylatujemy z USA, by sprzedawać: polegamy na naszych przedstawicielach w Australii, w Rosji, Kanadzie, Meksyku, Chinach, Ameryce Południowej... Naszym zadaniem jest produkcja dobrego sprzętu, ale to oni są naszą „twarzą”. Spodziewamy się też, że to oni będą najlepiej znać lokalny rynek. Dobra współpraca jest kluczem do sukcesu.

**A.S.:** *Po to właśnie organizuje się takie pokazy jak Roadshow?*

**P.S.:** Takie spotkania są niezbędne. Chodzi nam o to, aby zaprezentować klientom niemal pełen wachlarz produktów. Nie przywieźliśmy wszystkiego, ale wiele maszyn będzie można zobaczyć – i małe, i duże. A my wytłumaczymy, jak one działają.

Przygotowaliśmy show razem – w Warszawie właściwie działa JL Maskiner, ale funkcjonujemy jako jedna firma.

**D.W.:** Podczas Roadshow klienci mogą zadawać wszystkie pytania, które przyjdą im do głowy, wypróbować maszyny. Po to też przyjeżdżają technicy i inżynierowie z fabryki.

**A.S.:** *Jak często organizujecie takie show?*

**D.W.:** W USA – co roku, w Polsce taki pokaz organizujemy po raz pierwszy. Wiemy, że marka Ditch Witch® jest dobrze znana, ale tak naprawdę należymy do prywatnej spółki Charles Machine Works, którą rodzina Malzahnów założyła w 1902 r., a która dziś skupia w sumie siedem firm. Dlatego podczas Roadshow będzie można zobaczyć nie tylko sprzęt sygnowany przez Ditch Witch®.

**A.S.:** *W jaki sposób udaje Wam się zachować styl rodzinnej firmy przy globalnym zasięgu działalności?*

**D.W.:** Faktycznie, nazywamy się rodzinną firmą: Ditch Witch® ma mamę i tatę (Malzahnów) oraz sześcioro rodzeństwa. Dzielimy się między sobą, pomagamy sobie, pracujemy razem. I każda z naszych firm polega na swoich dealerach.



*Kiedyś panowało przekonanie, że metody bezwykopowe to tylko moda, która szybko przeminie. Teraz szukamy nowych sposobów, by wiercić szybciej lub bardziej efektywnie, ale niezmiennie – bezwykopowo*



**A.S.:** Nazwa firmy jest dość oryginalna. Skąd się wzięła?

**D.W.:** Wszystko rozpoczął Ed Malzahn, pierwszy człowiek, który zbudował maszynę Ditch Witch®. W 1945 r. jego przyjaciel poskarżył mu się, że ma dość kopania i poprosił go o zbudowanie maszyny, która pomogłaby mu zainstalować pod ziemią przewód elektryczny. Maszyna powstała i przez wszystkich, którzy ją pożyczali, nazywana była, po prostu, „maszyną Eda” lub „koparką Eda”. Kiedy jednak Malzahn chciał zareklamować się w czasopiśmie, odesłano go, gdyż nazwa nie była zbyt chwytliwa. Zlecił zatem agencji marketingowej wymyślenie nazwy i logo. Kiedy copywriter zadzwonił do niego z pomysłem nazwania maszyny „Ditch Witch”, Ed zbył go, mówiąc: Dobra, nie obchodzi mnie to, po prostu obrandujcie sprzęt. Nie wiedział, że za kilkadziesiąt lat zlekceważona przez niego nazwa znajdzie się na liście 100 najważniejszych amerykańskich marek.

Malzahn żartował również, że pomarańczowy kolor, tak charakterystyczny dla naszego sprzętu, również jest dziełem przypadku. To jednak nieprawda, jest on po prostu najbardziej odporny i najodpowiedniejszy dla sprzętu będącego nieustannie w użyciu. Teraz to jeden z naszych

potrzebny wraz ze wzrostem rynku telekomunikacyjnego. Ludzie mówią o 4G, 5G. My tymczasem współpracujemy z Google, który pracuje nad 10G.

**A.S.:** Jaki, globalnie, jest stan podziemnej infrastruktury?

**D.W.:** Szczerze? Podziemna infrastruktura na świecie jest w bardzo złej kondycji. Tu nie ma różnicy: zarówno w Polsce, jak i w Nowym Jorku istnieją sieci zbudowane z wykorzystaniem starych technologii, starego sprzętu i muszą one zostać zmodernizowane. Kraje, rządy, inwestorzy... muszą sporo wydać, by ten stan poprawić. I znów muszę zaznaczyć, że Polska buduje dobre sieci, zabezpiecza je. Ale tak samo tu, jak i na całym świecie, sieci wodociągowe, kanalizacyjne, energetyczne, telekomunikacyjne muszą być modernizowane. To ogromna szansa dla branży, ale jednocześnie wielkie wyzwanie pod względem finansowym. Nie możemy jednak marnować surowców takich jak woda, trzeba modernizować infrastrukturę. Wycieki stanowią jeden z największych problemów, bo marnowane są hektolitry wody.

Kolejną branżą wymagającą inwestycji jest telekomunikacja. Ludzie mogą mieć dostęp do smartfonów, jednak wyzwaniem jest umożliwie-



symboli, tak samo, jak czarownica. Jesteśmy dumni z naszej marki.

**A.S.:** Świetna historia, niemal jak „American dream”.

**D.W.:** Co ciekawe, dziś na czele firmy stoi Tiffany, wnuczka zmarłego w 2015 r. Malzahna. Niewiele tak wielkich firm w USA jest prowadzonych przez kobiety, ale nasza – owszem, i również z tego jesteśmy dumni. Na marginesie, ona już była w Polsce, w Warszawie.

**A.S.:** Jakie teraz są Wasze priorytety?

**D.W.:** Spędzamy czas z klientami, dowiadujemy się, czego potrzebują, co jeszcze nie działa, a później projektujemy nowy sprzęt. Około 30% obrotu firma uzyskuje właśnie dzięki nowym maszynom. Nieustanne innowacje, nieustanne kreowanie nowego sprzętu, nieustanny kontakt z klientami: to są nasze priorytety.

Wśród najnowszych wyzwań znajduje się ulepszanie podziemnej detekcji. Klienci nie chcą np. uderzyć w gazociąg i doprowadzić do wybuchu lub też uszkodzić wodociąg. Nasza siostrzana firma, Subsite Electronics, pracuje nad systemem podziemnej detekcji. Będzie on coraz bardziej

nie im swobodnego dostępu do danych. Infrastruktura musi się rozrastać wraz z rynkiem. To ciekawy czas: każda branża będzie wzrastać – telekomunikacyjna, wodociągowa, kanalizacyjna, paliwowa...

**A.S.:** Który rynek jest najbardziej obiecujący?

**D.W.:** Rynek telekomunikacyjny jest bardzo aktywny, zarówno w USA, jak i w Europie. Należy jednak spoglądać na konkretne stany i kraje. Dobrze jest widzieć Polskę w dobrej kondycji, w fazie wzrostu. Polska to modelowy rynek wśród państw europejskich. Choć oczywiście Niemcy czy Wielka Brytania niezmiennie pozostają silne. Rozwija się też sektor paliw, szczególnie w Ameryce Północnej. Silny w tej dziedzinie jest również rynek środkowowschodni.

Jednym z powodów, dla których jesteśmy w Polsce, jest rozwijająca się gospodarka. Mamy nadzieję na dalsze dobre stosunki USA i Polski. Obywatele tych krajów mają wspólne elementy kulturowe oraz wspólną wartość: podobnie pracują, wykonują dobrze swoją pracę i wybierają jakość zamiast niskiej ceny. 26 lat współpracy pomiędzy Ditch Witch® a J.L. Maskiner w Polsce to potwierdza.

**A.S.:** Skąd biorą się pomysły na kolejne projekty?

**D.W.:** Spora część procesu projektowego to efekt rozmów z klientami. To oni obsługują maszyny, mówią nam, czego naprawdę potrzebują. Później wykorzystujemy tę wiedzę i przygotowujemy projekty.

**P.S.:** Mamy taki organ zwany „Radą Dealerów”. Spotkania Rady odbywają się kilka razy w roku. Na podstawie rozmów i pozyskanych informacji przekazuje ona firmie Ditch Witch® swoje wnioski, rekomendacje i informacje na temat tego, w jakim kierunku zmierza rynek.

**D.W.:** Działamy zgodnie z hasłem: „Jesteśmy w tym razem”: my, tzn. Ditch Witch®, dealerzy i klienci.

**P.S.:** Choć nie należymy do tej firmy, czujemy się częścią rodziny Ditch Witch®. To jest nasz mały sekret.

**D.W.:** Oczywiście, że tak jest! Dzięki naszym dealerom i klientom nadal czujemy, że pomagamy ludziom rozwiązywać ich problemy. Tak się to wszystko przecież zaczęło: przyjaciel Eda Malzahna poprosił go o pomoc w rozwiązaniu problemu.

**I.S.:** Pompują w nas „pomarańczową krew”.



**D.W.:** Tak, to kolejne nasze hasło, mówimy, że mamy „pomarańczową krew”. To samo możemy powiedzieć o naszych pracownikach: naprawdę zależy im na naszych produktach, które nadal powstają w tym samym małym miasteczku w Oklahomie, w którym zaczął produkować je Malzahn.

**A.S.:** Czyli zaprojektowaliście już wszystko i pozostało jedynie ulepszanie produktów?

**D.W.:** Właściwie na obecną chwilę tak, ale nie zamierzamy osiąść na laurach. Chcemy projektować i ulepszać to, czego od nas oczekują klienci, np. rozwijają podziemną detekcję.

**A.S.:** A z którego sprzętu jesteście najbardziej dumni?

**P.S.:** Prawdopodobnie ze sprzętu pozwalającego na wiercenie w skale. Pochodzę ze Szwecji... znam doskonale kwestię wiercenia w skale. Dzięki odpowiednim wiertnicom możemy swobodnie realizować tak trudne prace.

**D.W.:** Jesteśmy szczególnie dumni z wiertnicy JT4o All Terrain. Została niemal całkowicie „zbudowana” przez klientów, w oparciu o ich

potrzeby. Dzięki bliskim relacjom z siostrzaną firmą Subsite możemy korzystać z własnych systemów detekcji. Wielu producentów musi kupować je od innych firm.

Wydaje mi się, że w ciągu kolejnych pięciu lat najbardziej zmieni się system zarządzania płuczką wiertniczą. To ważna kwestia, bo m.in. wpływa na szybkość wiercenia. Doradzamy w tym, jak ją zmieszać, używać, odzyskiwać i oczyszczać. Wyzwaniem i celem dla wykonawców jest mieszanie, wiercenie, recykling i odprowadzenie czystej wody. Ten poziom jest naszym celem. To, co pozostaje, powinno być tak czyste, jak to, co zostało pobrane.

Kiedyś panowało przekonanie, że metody bezwykopowe to tylko moda, która szybko przeminie. Teraz szukamy nowych sposobów, by wiercić szybciej lub bardziej efektywnie, ale niezmiennie – bezwykopowo.

**I.S.:** Jestem pewien, że za kilka miesięcy Dennis da mi znać, że pojawiła się absolutnie nowa supermaszyna.

**D.W.:** Prawdopodobnie tak! Ale inną ważną częścią naszej działalności jest instruktaż operatorów maszyn. Przygotowaliśmy w tym celu specjalny zestaw VR – symulator wiertnicy, który pozwoli na szybszy i bardziej efektywny trening.

**A.S.:** Kto będzie mógł korzystać z takiego rozwiązania?

**D.W.:** Zbudowaliśmy symulator i chcemy pokazać go m.in. podczas Roadshow. Google poprosiło nas o rozwiązanie, dzięki któremu można byłoby pokazać, w jaki sposób działają technologie bezwykopowe. Teraz chcemy udostępnić ten sprzęt naszym klientom. Współpracujemy również z uczelniami technicznymi, zatem również i studenci będą mogli skorzystać z symulatora. Chcemy udostępnić szerzej tę technologię, by była dostępna dla każdego, tak samo jak edukacyjne filmy na YouTube.

Wirtualna wiertnica jest bardzo realistyczna. Można się przekonać o tym, że zestaw VR jest w stanie zastąpić przynajmniej część instruktażu. Niektórzy z operatorów nie noszą rękawic ochronnych, by mogli wyczuwać, co mówi do nich maszyna i ziemia. Ale to podejście jest już przestarzałe: należy podążać za nauką i korzystać z technologii. Widzieć, gdzie jest wiertnica, a nie ją „wyczuwać”. Operatorzy zaczynają się adaptować.

**A.S.:** To brzmi jak science fiction.

**D.W.:** Zdecydowanie – Uruchamiamy symulator i możemy rozpocząć „wiercenie”, to jest science fiction. Myśleliśmy, że to będzie świetne narzędzie marketingowe, a okazało się wspaniałym narzędziem treningowym. Młodzi ludzie chcą się uczyć za pomocą VR.

**A.S.:** Czas na ostatnie pytanie: jakie są Pana cele jako prezesa Ditch Witch®?

**D.W.:** Najłatwiej mówić o finansach, każda firma chce być finansowo stabilna. Osiągnięcie tego celu to moje zadanie, tym bardziej że odpowiednie dochody to jednocześnie dowód dla naszych akcjonariuszy, iż warto inwestować w rozwijane przez nas technologie. Dlatego chcemy być bardziej efektywni, produkować więcej jakościowo doskonałych maszyn, dostarczać rozwiązania na rynek coraz szybciej. Równie istotni są dla nas pracownicy: chcemy stworzyć takie środowisko, by dobrze im się pracowało w naszej firmie. Chcemy też inwestować w naszych ludzi, zapewnić im rozwój, pokazać, że mogą wzrastać w naszej firmie. A kolejna sprawa to rozwijanie naszych technologii, wspólnie z naszymi dealerami i klientami.

**A.S.:** Dziękuję za rozmowę.