

BALKAN BIZZNIS

KLJUČ POSLOVANJA NA BALKANU



Ivana Brnadić



tredition®

www.tredition.de

Brnadić Ivana

BALKAN BIZZNIS

Ključ poslovanja na Balkanu

© 2021 Brnadić Ivana

Verlag und Druck:
tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg

ISBN

Paperback: 978-3-347-25720-7

Hardcover: 978-3-347-25721-4

e-Book: 978-3-347-25722-1

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

SADRŽAJ

UVOD

PRVI DIO

Nebelungen GmbH & Co. KG

Konferencija

Odabir lokacije

Gospodin Štoleg

Ključevi

Odvjetnički ured Štoleg

Večera

Priprema projekta

U sjedištu tvrtke

Otkaz ili unaprjeđenje

DRUGI DIO

Gospodin Tomislav

Uredi

Radna snaga

Gospodin Schleiming

Prvi dojam

Odvjetnički ured Štoleg

Obilazak zemljišta

Večera

U hotelu

Gradska uprava

Nemoralna ponuda

Matematika

Prezentacija

TREĆI DIO

Gospodin Strick

Gospodin Filip

Sumnje

Propušteni pozivi

Odgovori

Odluka

Prvi dojam

Obilazak zemljišta

Ručak

Prijetnja iz Kine

Druga prilika

Početak ili kraj

Kraj

Zahvala

Literatura

*U sjećanje na moju baku Ivku Josipović,
koja je preko 30 godina radila kao
gastarbajter u Njemačkoj.*

*Ako postoji knjiga koju želite pročitati,
a još nije napisana, tada je vi morate napisati.*

Toni Morisson

UVOD

Knjiga je zasnovana na fikciji. Imena, likovi mjesta i incidenti predstavljaju ili plod autoričine mašte, ili su fiktivni. Svaka slučajnost sa stvarnim događajima, mjestima ili osobama, živim ili mrtvim, potpuno je slučajna, a opet knjiga je inspirirana i stvarnim ljudima i događajima koji su ostavili trag. Tanka je granica između stvarnog i nestvarnog. Istina je u očima čitatelja, a mašta istina unutar laži.

PRVI DIO

PRODAVATI MAGLU

[prodàvati·màglu]

· nebulozno pričati, obmanjivati,
davati lažna obećanja,
govoriti neistinu

Najčešće korištena fraza u poslovnoj komunikaciji na Balkanu.

NEBELUNGEN GmbH & Co. KG

Zovem se Inga Bergof, po struci sam projektni menadžer i zaposlenik tvrtke Nebelungen GmbH & Co. KG Iz naziva tvrtke možete naslutiti našu djelatnost. Izraz *Nebelung* stari je germanski naziv za mjesec novembar (*Nebel* = magla). Tvrtka Nebelungen sinonim je za kvalitetu, inovacije i tradiciju kako u državama njemačkog govornog područja, tako i drugdje. Gotovo u cijelosti izvozimo svoj proizvod. Prisutni smo na najzahtjevnijim tržištima diljem Europske unije, Azije, ali i ostalim svjetskim tržištima. Nebelungen GmbH & Co. KG zauzima mjesto u samom vrhu svjetske produkcije kada je riječ o proizvodnji magle. Naš uspjeh rezultat je stroge filozofije poslovanja tvrtke, koju potvrđuje „Made in Germany” žig. Godine 1887. od Britanaca nametnuta oznaka u međuvremenu je prepoznata kao nacionalni brend, koji nije stvoren putem skupih marketinških kampanja ili štandova na međunarodnim sajmovima, već je rezultat marljivog rada i truda te upućuje na visoku kvalitetu proizvoda. Žig je sinonim za pouzdanost, umjetnost inženjeringa znanja, izumiteljski duh i najviši tehnički standard. Stoji za BMW, Mercedes, za Porsche – stoji za maglu. Ljudi imaju povjerenja u žig, imaju povjerenja u nas.

Osim „Made in Germany” žiga, proizvod nosi i BIO žig, jer sam proces proizvodnje zahtijeva uvjete kontroliranog porijekla i ekološke proizvodnje bez kemikalija. Proizvodnja je ograničena i uz sitna odstupanja uglavnom sezonskog karaktera. Magla nastaje kada hladne zračne struje naiđu na topliju površinu zemlje ili vode, što najlakše možemo vidjeti u jesenskom periodu. Riječ je o običnom oblaku vodenih kapljica, tj. disperziji vodenih kapljica u zraku toliko sitnih da mogu lebdjeti. Nedostatak konkurencije u ovoj branši objašnjava prevelik rizik koji je povezan s poslovanjem. Magla je vrlo osjetljiv proizvod, u potpunosti ovisan o vremenskim uvjetima, dovoljno je da jedna jača struja promijeni smjer kretanja i proizvod vrhunske kvalitete pretvara se u smog.

Žurim na konferenciju, predsjednik Uprave i vlasnik gospodin Strick danas je sazvaio izvanrednu sjednicu. Gospodin Strick naslijedio je tvrtku od oca Konrada. Za razliku od seniora, koji je uz ostale velike kompanije poput Bayera, BASF-a, Thyssen-Kruppa, VW-a itd. često putem medija prozivan zbog lukrativne suradnje s nacističkim režimom, junior se nikad nije isticao u javnosti. Sa svojih knap osamdeset godina još uvijek u uredu provodi većinu svog (slobodnog) vremena te živi povučeno i skromno. Gospodin Strick ponosan je na svoj pogon, koji se nalazi već generacijama u rukama obitelji. Rad s njim je vrlo zahtjevan. Iako naizgled drži cijelu vojsku vrhunskih menadžera i nakon 40 godina još uvijek se uporno drži svog gesla: „Svatko ima pravo na moje mišljenje”. Tu otprilike započinje i staje sva naša moć odlučivanja, neovisno o kojoj hijerarhijskoj razini tvrtke se radi.

Tvrtka već desetljećima brižno skriva svoju neslavnu ulogu u doba nacizma, no naslijeđena kultura i obrasci ponašanja kao što su red, rad i disciplina te druge preuzete filozofije ostat će duboko ukorijenjeni putem internih usmenih i pismenih pravilnika. Jedan od eklatantnih primjera je filozofija oko zapošljavanja i unaprjeđenja djelatnika. Zapošljavaju se isključivo domaći ljudi, izražene svijetle puti i umno-tjelesnih sposobnosti. Nedvojbenog smo porijekla, poznatih prezimena, odlikaši, uspješni sportaši, visoki, zgodni, plavokosi, plavooki i pametni. Za određivanje potonjeg, tj. inteligencije, tu se oslanja na reference, rezultate i ocjene. Nismo pripadnici Mense, čije članove s IQ-om iznad 130 čini samo 2 % svjetske populacije, niti je test inteligencije sastavni dio razgovora za posao.

U nedostatku izbora kandidata snižavaju se i kriteriji tako da se naglasak stavlja na porijeklo i prezime, dok izgled, postignuća te sve ostalo pada u drugi plan. Zahvaljujući jakim korijenima, tako zaposlenu osobu B-kategorije ništa ne priječi kad je u pitanju daljnji napredak u tvrtki. Razlika kod unaprjeđenja djelatnika, koji naslijeđenoj rasnoj ideologiji ne odgovaraju u potpunosti, je samo ta da takvi završavaju na višoj funkciji koja je manje izložena pojavljivanju u javnosti i radu s ljudima. Prilikom unaprjeđenja se zaposleniku B-kategorije pak otvoreno sugeriraju promjene

vanjskog izgleda. Kada je riječ o lakše izvedivim promjenama kao što je to boja kose ili kilaža, to se odvija putem spontanijih razgovora o najnovijim dijetama ili modnim trendovima. U zahtjevnijim slučajevima se to dešava u obliku konkretnih prijedloga dentalnih ili drugih potrebnih estetskih zahvata.

KONFERENCIJA

Počinje sastanak. Nagada se da se gospodin Strick povlači u mirovinu te da će nam danas službeno predstaviti svog nasljednika. Navodno je za velik iznos vrbovao najboljeg čovjeka u branši. Gotovo dva metra visok, sijed gospodin u crnom sakou, kravati i šeširu ulazi u pratnji dva starija gospodina, također u odijelima. Prvi je nizak, ugladen, vitalan i nadasve dobro osunčan. Drugi je također visok, izgledom najstariji, jake tjelesne građe i jedini nosi naočale. Radi se o partnerima gospodina Stricka koji su mu osamdesetih godina ušli u poslovanje kako bi spasili tvrtku. Naime, njegov otac Konrad je pred samu smrt, unatoč perspektivnom poslovanju tvrtke, uspio dovesti tvrtku do ruba. Donio je niz pogrešnih poslovnih odluka i zadužio se prekomjerno, dok je istovremeno bez mjere investirao u istraživanje i razvoj. Gospodin Strick je tek po preuzimanju, kada je otac već ležao u hospiciju, bio suočen sa stvarnim stanjem bilance tvrtke. Nikada nije javno progovoreno o tome, no mediji su došli do saznanja da je Nebelungen, tj. gospodin Konrad Strick bio te godine najveći privatni investitor u znanost u državi. Osamdesetih je izvor financiranja za istraživanje i razvoj bio podjednak između državnog i privatnog sektora, te su takve priče manje privlačile pažnju, no budući da se radilo o medijima dobro poznatom Nebelungenu, iznosi su isplivavali na sve strane. Bio je to posljednji medijski spomen na seniora i njegovih posljednjih 5 minuta slave. U današnje vrijeme privatni sektor prevladava kada je u pitanju ulaganje u znanost, pogotovo u azijskim ekonomijama. Privatizacija znanosti je trend, usudim se tvrditi i negativan, koji zaslužuje veću pažnju javnosti, a gospodin Strick je zasigurno jedan od začetnika tog trenda na našem području. Budući da je sam proizvod ostao isti, razvile su se špekulacije oko toga u što je točno gospodin Strick senior ulagao, to pitanje je do danas ostalo neodgovoreno. Partneri gospodina Stricka imaju i dalje određene udjele u tvrtki, ali su se za razliku od njega, zbog starosti, prije

nekoliko godina povukli u penziju i s odmakom te s raznih turističkih destinacija u zagrljaju trostruko mlađih ljubavnica prate prihode tvrtke.

Nakon kratkog pozdrava gospodin Strick obraća se sudionicima: „Gospodo, sigurno vas zanima razlog ovog okupljanja.” Vlada tišina. Nastavlja: „Poruka onima koji su sumnjali da odstupam: dopustite da vam predstavim vašeg novog direktora”, diže se sa stolice. „Nalazim se tek u drugoj polovici života, pun energije i volje želim ovu tvrtku podignuti u sam vrh, gdje nam je mjesto.” „Ali, direktore, mislim da smo već u...”, hrabro će jedan član Uprave. Gospodin Strick ga vidno ljutit prekida: „Gospodine..., stvari ovdje funkcioniraju na sljedeći način: vi ulazite sa svojim mišljenjem, a izlazite s mojim, no to ste u svojih dvadeset godina nerada već trebali shvatiti.” U ovom trenutku jedno nam je svima jasno: upravo se oslobodila pozicija u Upravi.

Gospodin Strick dramatično nastavlja: „Iz dubokog sna, jutros me probudila noćna mora. Usnio sam bankrot Nebelungena zbog konkurencije. Tržište su pokorili Kinezi jeftinom, nekvalitetnom kopijom našeg proizvoda.“ Kao da se odnekle čuo kontroliran prasak u smijeh, no on sav ozbiljan nastavlja dalje: „O tome sam odmah obavijestio svoje partnere kako bismo, kao i uvijek, skupa protumačili značenje sna. Jednoglasno smo utvrdili da nam netko ili nešto šalje znak. Našu sumnju dodatno je potvrdio i crni mačak, koji nam je pretrčao cestu dok smo hodali od parkinga do ulaza. Previše je loših znakova, to ne sluti na dobro! Moramo hitno djelovati i stoga smo jednoglasno odlučili preseliti svu proizvodnju na područje istočne Europe.” Vlada muk. Ovo nitko nije mogao predvidjeti.

„Troškovi u istočnoj Europi znatno su niži nego kod nas. Radna snaga je jeftinija. Ciljanom selidbom pogona u klimatski pogodnije područje izbjegli bismo mjesečne oscilacije u proizvodnji, iz sezone bismo mogli prijeći na cjelogodišnju. Zamislite samo te količine i profit! Povećanjem količina cijena po jedinici proizvoda bi se smanjila, što bi utjecalo na prodajnu cijenu koja bi do te mjere postala konkurentna da Kinezi za ovog vijeka ne bi imali računice baviti se proizvodnjom magle.”