



MOJA FORMULA ZA USPEH

»Formula za uspeh je zbrati pravi tim sodelavcev. Moji sodelavci na razvojnem področju imajo vsi višjo izobrazbo kot jaz. Oblikovanje te skupine je moj največji uspeh. Projekte, ki sem jih jaz včasih delal celo leto, zdaj naredimo v treh tednih.«

MOJA NAJVEČJA NAPAKA

»Če bi še enkrat začel, zanesljivo ne bi bil direktor podjetja, ampak bi zaposlili menedžerja. Ne bi več plaval z morskimi psi, kot jim je nekdo rekel. Poznam svoje delo, zanima me razvoj izdelkov, imam vizijo, ne zanimajo pa me niti birokratske naloge niti finance.«

Branko Čulig – RAJE INOVATOR KOT DIREKTOR

Podjetniki gredo običajno na sejem po nove ideje. Direktor podjetja Status išče inovacijo, ki si jo je že sam zamislil, in če je ne najde, jo razvijejo sami ... Nič čudnega, da njihove izvirne gospodinjske aparate vidimo v TV-oglasih v tujini. - *Primož Kaučič* -

Branko Čulig nima težav s prepričanjem kupcev, da so njegovi izdelki dobri. Njegova težava je drugačna, saj mnogi kupci preprosto ne verjamejo, da te izdelke res izdelujejo v Sloveniji. Celo davčna inšpektorica mu je ob obisku v podjetju rekla, da zavaja kupce, saj je enake gospodinjske pripomočke videla na televiziji.

Inšpektorica je imela delno prav, saj Statusove izdelke v tujini res oglašujejo in prodajajo na televiziji. Inovativne pokrovke, posode za shranjevanje živil, rezalnike za čebulo in podobne pripo-

močke, ki jih lahko vidimo v tujih televizijskih oglasih, razvijajo in izdelujejo v Metliki.

Razvoj namesto proizvodnje

Branko Čulig pravi, da je bila ustanovitev podjetja Status leta 1995 zanj življenjska prelomnica. Po štirinajstih letih podjetništva je šele takrat odkril, kakšna organizacija podjetja najbolj ustreza njegovi izumiteljski žilici. Odgovodal se je klasični proizvodnji in se v celoti usmeril v **razvoj inovativnih izdelkov**. »Status sem ustanovil na pov-

sem drugačnih temeljih kot prejšnja podjetja. Oblikoval sem močno razvojno ekipo, ki izdelek osmisli, naredi pro-

Vsako leto predstavijo dva ali tri nove oziroma izboljšane izdelke.

totip, in šele ko prototip preverimo na trgu, pri kooperantih naročimo orodja in sestavne dele za končni izdelek,« pojasnjuje Čulig. Izdelke sestavijo v Statusu, večino trženja pa pozneje prepusti-

jo poslovnim partnerjem.

V Statusu izdelujejo **izvirne gospodinjske pripomočke**. Poudarek je na besedi »izviren«, saj Čuliga posnemanje ne zanima. Vsak njihov izdelek je ali povsem nov na trgu ali pa bistveno izboljšan izdelek, ki sicer že obstaja. Podjetnik trdi, da je v življenju razvil 50 izdelkov, podjetje Status pa je razvilo 10 povsem novih in 25 izboljšanih izdelkov. Skupaj s podjetjem Genius ima prijavljenih 6 patentov. »Na sejme v tužino grem vedno z idejo v glavi. Če na sejmju ne najdem takega izdelka, ga za-

Branko Čulig je doslej razvil 50 izdelkov, njegovo podjetje Status pa 10 povsem novih in 25 izboljšanih izdelkov. Skupaj s podjetjem Genius ima prijavljenih 6 patentov.

čnemo razvijati,« pravi o tem, kako se odloči za razvoj novega izdelka. To je povsem drugačen pristop kot pri drugih podjetjih, ki gredo na sejme, da bi tam našli nove ideje.

Po mnenju Branka Čuliga je Status na svetovnem trgu preživel samo zato, ker vsako leto predstavijo **dva ali tri nove oziroma izboljšane izdelke**. V prodajnem programu imajo hkrati pet izdelkov, od katerih je eden vedno paradni konj – trenutno je to **vakuumska posoda za shranjevanje živil**. Posamezen izdelek izdelujejo do pet let, nato sledi kakšno leto premora, pozneje pa se izdelek spet pojavi v prodaji v drugačni obliki ali v drugem prodajnem kanalu.

Izumitelji ne razmišljajo podjetniško

Predstavljeni metliški podjetnik že več kot dvajset let združuje izumiteljstvo s podjetništvom. Izkušnje so ga izučile, da za uspeh potrebuješ **oboje** – izumitelj mora razmišljati podjetniško, podjetnik pa mora nenehno iskati nove rešitve. V praksi so stvari seveda drugačne. »Uporabnih izumov je zelo malo, komercialnih pa še manj. Večina izumi-



teljev razmišlja napačno. Že pri snovanju izdelka je treba vedeti, kaj trg potrebuje, saj je energijo treba usmeriti v še



znejšo prodajno strategijo. »Pred štirimi leti smo si z Geniusom razdelili trge in začeli del proizvodnje tržiti sami pod svojo blagovno znamko Status. Sami tržimo na trgih bivše Jugoslavije, v Vzhodni Evropi in Italiji. Do leta 2010 želimo polovico izdelkov prodati pod svojo znamko, s katero lahko zaslužek podvojimo,« pravi Čulig o načrtih.

Nova prodajna strategija prinaša drugačen način dela. Statusove izdelke ne moremo postaviti na prodajno polico in čakati kupce, saj so ljudem zaradi izvirnosti neznani. Kupci morajo izdelek videti in spoznati med uporabo. V Statusu se zato zdaj močno usmerjajo v

neizkoriščene možnosti za uspeh. Večina izumov pa nastane tako, da izumitelj naredi izdelek, ki ga trenutno potrebuje, in potem misli, da ga potrebuje ves svet. V trenutku, ko nekaj izumijo, že govorijo o milijonih kosov in milijonih evrov, v resnici pa nimajo še nič,« trdi

V prodajnem programu imajo hkrati pet novih izdelkov, od katerih je eden vedno paradni konj – trenutno je to vakuumska posoda za shranjevanje živil.

Branko Čulig. Zelo je zadovoljen s tem, da Statusu uspeva spraviti na trg kar 80 odstotkov vseh novih izdelkov.

Usmeritev v lastno blagovno znamko

V Statusu je zaposlenih **43 delavcev**, ki letno sestavijo **dva milijona izdelkov**. Večino proizvodnje prodajo nemškemu podjetju **Genius**, s katerim sodelujejo že od vsega začetka. Od tam gredo izdelki po vsem svetu: 40 odstotkov jih konča na evropskem trgu, 45 odstotkov v Ameriki in 15 odstotkov v Aziji.

Branko Čulig je šele po šestih letih poslovanja Statusa začrtal ambicio-

neposredno komuniciranje s kupci: imajo servisni center, pripravljajo predstavitve na prodajnih mestih in odpirajo lastne trgovine, v katerih kupcem predstavijo uporabo in delovanje izdelkov. Usmeritev v lastno prodajo in blagovno znamko pomeni, da podjetje nikdar ne bo več takšno, kot je bilo.

Vodenje prevzema nova generacija

Branko Čulig se zaveda, da so potrebne spremembe, zato jih svetuje in

Nadaljevanje na str. 29

IZKAZNICA PODJETNIKA

Podjetnik: Branko Čulig

Starost: 53 let

Изobrazba: strojni tehnik

Konjički: Branka Čuliga od nekdanj privlači morje. Včasih je jadral, zdaj pa zelo rad pluje z motorno barko. Na morju ga sprošča občutek svobode, ki se poraja ob neoviranem pogledu v daljavo. Zaradi tega občutka ima hišo na hribu in zato si namerava na hribu postaviti tudi počitniško hišico.

ADUTI

- Lasten razvoj inovativnih izdelkov, ki jih na trgu še ni.
- Skoraj celotno proizvodnjo izvozijo v Evropo, Ameriko in Azijo.
- Rast prodaje izdelkov pod lastno blagovno znamko.
- Močna razvojna skupina inženirjev in pridobljeni patenti.
- Uspešno izpeljan proces nasledstva v podjetju, ki je osnova za nadaljnjo rast.

IZKAZNICA PODJETJA

Podjetje: Status

Kraj: Metlika

Dejavnost: Razvoj gospodinjskih pripomočkov: pokrovk, rezalnikov in sekljalnikov zelenjave, mlinčkov za začimbe, odpiralnikov konzerv, vakujskih posod, obešalnikov ...

Zaposleni: 43

Trgi: Evropa 40 %, Amerika 45 %, Azija 15 %

Branko Čulig – RAJE INOVATOR KOT DIREKTOR

podpira, izvedbo pa prepušča mlajši generaciji. Vodenje podjetja je predal sinu **Marku**, ki je zdaj direktor podjetja, in hčeri **Ani**, ki vodi tržno komuniciranje. Z leti je postal dovolj samokritičen in ugotovil, da kot direktor ni bil dovolj dober za podjetje. »Kot direktor sem bil dober za zaposlene in slab za podjetje,« na kratko strne mnenje o sebi. Zanj je bil največji izziv razvoj izdelkov, vodenje podjetja pa zgolj nujno zlo: »Če bi še enkrat ustanavljal podjetje, bi s prvim dnevom zaposlil strokovno in menedžersko usposobljenega direktorja.« Pred leti je direktorja sicer imel, a z njegovim delom ni bil popolnoma zadovoljen. (Koliko podjetnikov sploh obstaja? O tej temi si lahko preberete poseben članek v tej številki Podjetnika).

Prenos vodenja družinskega podjetja na novo generacijo je eden najboljčutilnejših izzivov vsakega družinskega podjetja. Mlada generacija s seboj prinese drugačno vizijo, večje ambicije in ponavadi tudi več teoretičnega znanja. Vse to se je zgodilo tudi v Statusu. Branko ne skriva, da stvari ne tečejo vedno gladko. Kje so razlike? »Sam sem celo življenje stavil na zaupanje in zaradi tega dostikrat izgubil denar. Svojega prepričanja se še vedno oklepam, čeprav me je življenje izučilo, da je napačno. Marko in Ana sta šolana in previdnejša. Veliko nesoglasij izhaja prav iz tega. Onadva vidita svet, kakršen je in kakr-

šnega jaz ne poznam. Včasih hitro opazita, da grem spet v smer, v katero ne bi smel, zato pride do spora.« Priznava pa, da od njiju pričakuje prav to kritičnost in širši pogled.

Sam se zdaj lahko v celoti posveti tistemu, kar najraje dela – **snovanju novih izdelkov**. S skupino razvojnih inženirjev, ki jo doživlja kot lasten uspeh, razvija čedalje zahtevnejše izdelke. V prostem času razmišlja tudi o novih dejavnostih. Pravi, da s Statusom ni povezan s popkovino, zato ga bo nekoč morda tudi prodal. Ne ve natančno, kaj bo počel čez tri leta, v vsakem primeru pa bo podjetnik. »Če že moram trdo delati (drugega mi niti ne preostane), potem bom delal zase,« še pravi Branko Čulig. Iz nekdanje službe v bivšem IMV-ju je



»pobegnil«, ko so prekršili prvo obljubo, ki so mu jo dali. »In od takrat nikoli nisem več delal pri drugem delodajalcu in tudi ne bom,« zagotavlja Branko Čulig. ■