



FRANKFURT AM MAIN



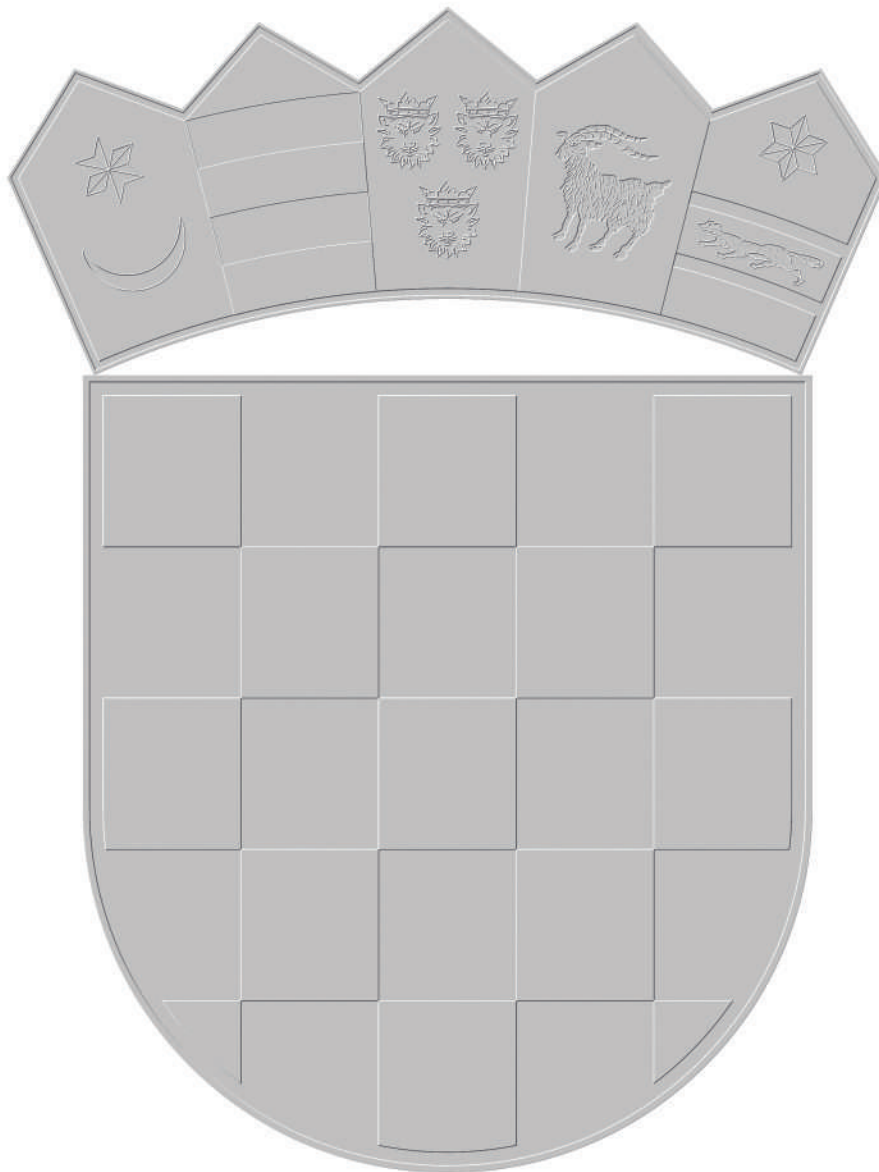
MARSHALL PLAN HRVATSKA

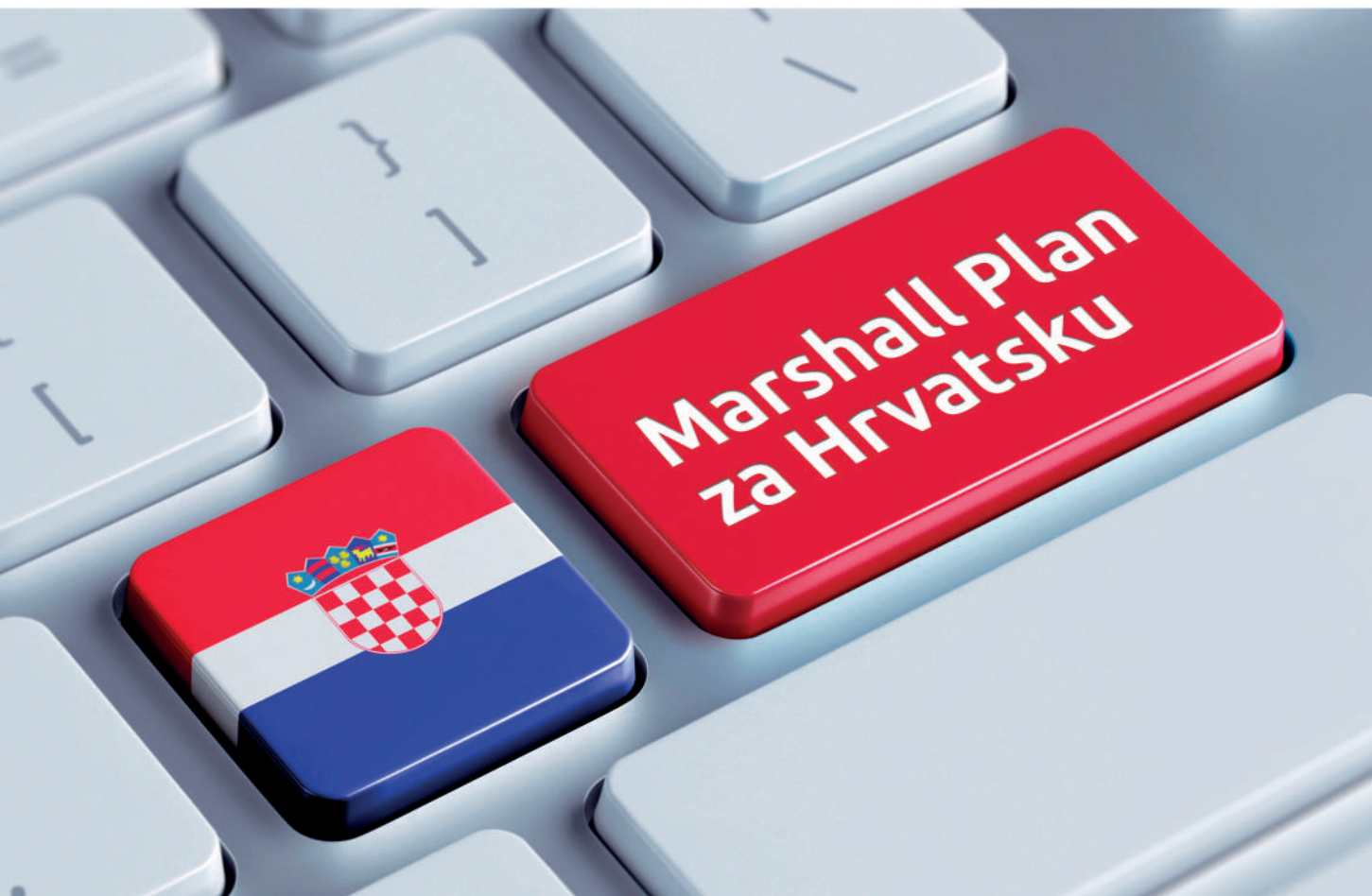
INFRASTRUKTURA - DIJASPORA CENTRI
DIJASPORA - INFORMATIVNI SUSTAV
EU - GOSPODARSKE PREZENTACIJE



MARSHALL PLAN

Dijaspora i budućnost Hrvatske





MARSHALL PLAN

Uz dijasporu za bolju budućnost RH



MARSHALL PLAN KLJUČ GOSPODARSKOG RAZVOJA RH

- ✓ STVARANJE GOSPODARSKOG INFORMATIVNOG SUSTAVA
- ✓ IZDAVANJE POSLOVNE PUBLIKACIJE "HRVATSKA EXTRA 2024 / 25"
- ✓ "WIRTSCHAFTSBOTE RH" - POSLOVNI MJESEČNIK, 16 STRANICA, ONLINE IZDANJE
- ✓ GOSPODARSKI FORUMI: HRVATSKO - NJEMAČKE GOSPODARSKE PREZENTACIJE

Uvod



Zdenko Štriga

Poštovani,

S iznimnim zadovoljstvom dijelimo s vama našu viziju prosperitetne budućnosti naše domovine kroz predložene korake u zajedničkoj suradnji, fokusirane na kvalitetnu promidžbu potencijala RH.

U svijetu u kojem gospodarske prilike putuju brzinom svjetlosti, ključno je postaviti Hrvatsku kao destinaciju koja izaziva interes i potiče investicije. Naša vizija kvalitetne promidžbe, koju predlažemo Vladi RH, usredotočuje se na stvaranje paket ponude kroz nekoliko točaka: stvaranje gospodarskog informativnog sustava kroz analogni i digitalni pristup, koji bi bio most između njemačkog govornog područja i RH. Gospodarske prezentacije u ključnim njemačkim metropolama bile bi naša prilika da pokažemo stvarne potencijale Hrvatske. Važnost kvalitetnog lobiranja, kao i uključanje naše dijasporne koja bi mogla biti most kapitala, znanja i iskustva u stvaranju nove hrvatske budućnosti.

INFORMATIVNI SUSTAV - Temelj budućnosti HR gospodarstva:

Predlažemo stvaranje temelja budućnosti HR gospodarstva putem poslovnog informativnog sustava. Uz primjenu dualnog modela aktivnosti, namjeravamo iskoristiti kombinaciju tiskanih i digitalnih medija kako bismo prenijeli bogatstvo našeg gospodarstva i županija u svijet. Godišnja poslovna publikacija "Hrvatska Extra 2024" bit će naša osobna karta kojom ćemo predstaviti najbolje što RH može ponuditi. Planiramo je distribuirati na sva relevantna gospodarska odredišta njemačkog govornog područja, stvarajući time kvalitetni informativni sustav potreban za poticanje dugoročne strategije razvoja gospodarstva RH. Paralelno s tiskanom poslovnom publikacijom, želimo iskoristiti digitalne mogućnosti putem online mjesečnog izdanja "Wirtschaftsbote HR". Ovaj oblik prezentacije, dostupan u PDF formatu na raznim Web stranicama, namijenjen je stranim ulagačima i svim zainteresiranim za najnovije poslovne informacije RH.

GOSPODARSKE PREZENTACIJE - Hrvatska na svjetskoj karti investicija:

Pored poslovne publikacija, aktivnosti poput organizacije gospodarskih prezentacija u ključnim njemačkim metropolama bit će naša prilika da pokažemo stvarne potencijale Hrvatske. Želimo predstaviti naše županije, gradove, općine i tvrtke koje traže kapital ili partnerstvo na njemačkom tržištu. Ovaj korak ne samo da širi vidike ulagača, već i jača naše veze s inozemstvom.

LOBIRANJE (TIHA MOĆ) - Oblikovanje gospodarske vizije za Hrvatsku:

Naglašavamo važnost kvalitetnog lobiranja, nazvanog "TIHA MOĆ." Kroz ove napore, možemo stvoriti viziju gospodarskog razvoja koja rezultira stvaranjem novih radnih mjesta. Želimo potaknuti investitore da vide Hrvatsku kao destinaciju koja nudi ne samo poslovne prilike, već i dugoročnu perspektivu rasta i prosperiteta.

ZAUSTAVIMO ODLAZAK TALENATA-Informativni sustav za mlade:

S posebnim naglaskom na zaustavljanje odlaska mladih talenata u druge zemlje, kvalitetan informativni sustav bit će ključ. Pružit će mladima resurse i informacije potrebne za razvoj vještina i karijere unutar Hrvatske. Ovo nije samo pitanje zadržavanja talenata, već i doprinos dugoročnom rastu našeg društva.

HRVATSKA DIJASPORA - Most kapitala, znanja i iskustava:

Naša dijaspora u Njemačkoj ima potrebu i želju investirati u RH. Informativni sustav koji stvaramo bit će ključna alatka koja će im pružiti informacije i poticaje kako bi svoj kapital, znanje i iskustva prenijeli u svoju domovinu.

Ovaj strateški oblikovan informativni sustav predstavlja vrhunsku priliku za kvalitetnu promidžbu hrvatskih potencijala, privlačeći sve zainteresirane za ulaganje u RH.

Uvjereni smo da će Vlada RH prepoznati važnost ove ponude te poduzeti konkretne korake prema kvalitetnoj promociji svojih potencijala.

Budućnost poslovanja u RH



Stvaranje gospodarskog informativnog sustava

U današnjem digitalnom dobu, gdje se informacije kreću brzinom svjetlosti i igraju ključnu ulogu u oblikovanju globalnog gospodarstva, zemlje se suočavaju s izazovom stvaranja i održavanja kvalitetnog informativnog sustava.

Za jednu državu, sposobnost učinkovitog raspolaganja informacijama ne predstavlja samo tehnički izazov već i temeljni čimbenik njezinog društvenog, ekonomskog i političkog prosperiteta.

Danas, kvalitetna informacija nije samo resurs, već je i ključno sredstvo koje potiče razvoj gospodarstva, privlači strane investicije i podržava rast malih i srednjih poduzetnika, čime se stvaraju nova radna mjesta. Sposobnost brze i precizne razmjene informacija ključna je za održavanje konkurentске prednosti na globalnom tržištu, a jedna od ključnih uloga države je osigurati da njezin informativni sustav bude u skladu s najvišim standardima.

Strateški postavljen informativni sustav države ima snažan utjecaj na odluke investitora. Kada investitori imaju pristup relevantnim, točnim i pravovremenim informacijama o poslovnom okruženju, regulatornim uvjetima i potencijalnim rizicima, povećava se vjerojatnost da će odabrati tu državu kao destinaciju za ulaganje.

Kvalitetan informativni sustav tako postaje ključna komponenta u privlačenju stranih investicija i poticanju rasta domaćeg gospodarstva.

Uz to, dobro usklađen informativni sustav također igra ključnu ulogu u podršci malim i srednjim poduzetnicima. Pružanjem lakšeg pristupa informacijama o tržištu, poslovnim prilikama, tehnološkim inovacijama i drugim relevantnim podacima, država stvara povoljno okruženje za razvoj poduzetništva. Ovo, zauzvrat, doprinosi stvaranju novih radnih mjesta i potiče inovacije.

Poseban naglasak treba staviti na zaustavljanje odlaska mladih talenata u druge zemlje u potrazi za boljim prilikama. Kvalitetan informativni sustav pruža mladoj generaciji

potrebne resurse i informacije kako bi razvili svoje vještine i karijere unutar vlastite zemlje. Ovo ne samo da pomaže zadržati talentirane pojedince, već i doprinosi dugoročnom rastu društva.

Pozicioniranje RH kao privlačne destinacije za kvalitetno uspješno poslovanje i ugodan život zahtijeva kontinuirano ulaganje u digitalnu infrastrukturu i informatičke tehnologije. Razvoj pametnih gradova, korištenje umjetne inteligencije i implementacija naprednih analitičkih alata samo su neki od ključnih koraka prema izgradnji modernog informativnog sustava koji će podržati cjelokupan razvoj društva.

U digitalnom svijetu kvalitetan informativni sustav predstavlja neophodan temelj za uspješno vođenje države. Sposobnost brze i učinkovite razmjene informacija utječe na gospodarski rast, privlačenje investicija, podršku poduzetnicima te zadržavanje mladih talenata. Stvaranje i održavanje takvog sustava zahtijeva dugoročno promišljeno ulaganje i strateško vođenje, čime se osigurava da država ostvaruje svoj puni potencijal u globalnom digitalnom dobu.

Stvaranje informativnog sustava gospodarskih informacija za planiranje strategije razvoja gospodarstva RH predstavljalo bi ključni korak prema efikasnijem, inovativnijem i održivijem gospodarstvu.

Ovaj sustav omogućio bi vladi RH, tvrtkama i ostalim dionicima brži pristup relevantnim podacima, potičući donošenje informiranih odluka. Kroz analizu gospodarskih trendova, resursa i potreba, RH bi mogla identificirati ključne sektore rasta, poticati inovacije te optimizirati resurse. Transparentnost koju sustav pruža pridonijela bi povjerenju investitora, potičući ulaganja i stvaranje radnih mjesta. Osim toga, dinamično praćenje provedbe strategija omogućilo bi prilagodbu u realnom vremenu, čineći gospodarstvo prilagodljivim promjenama. Sveukupno, stvaranje ovakvog informativnog sustava predstavljalo bi ključnu komponentu za vođenje RH prema održivom i prosperitetnom gospodarstvu, spremnom za izazove budućnosti.

Poslovna publikacija

Osobna karta gospodarskog
potencijala RH



Wirtschaftsinformationen über Kroatien

Kroatien Extra 2024



CORAL CONSULTING SERVICE



82 Mil.

9 Mil.

9 Mil.

HR

Izdavanja poslovne publikacije "HRVATSKA EXTRA 2024"

U sklopu ambicioznog projekta "Marshall Plan za Hrvatsku", koji ima za cilj podržati strateški razvoj i unaprijediti poslovanje Republike Hrvatske, poseban naglasak stavljen je na kvalitetnu promociju hrvatskog gospodarstva u zemljama njemačkog govornog područja – Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj, čineći tržište od gotovo 100 milijuna stanovnika.

Ključni faktor u marketinškom miks projekta "Marshall Plan za Hrvatsku" predstavlja centralni element koji je neophodan za postizanje zacrtanih ciljeva, a to obuhvaća pripremu i izdavanje poslovne publikacije "Hrvatska Extra 2024". Coral Consulting Service, s uredima u Frankfurtu i Zagrebu, odgovoran je za tiskanje ove publikacije, koja igra izuzetno važnu ulogu u ostvarivanju projekta, sličnog onome provedenog 1999. godine.

Godine 1999., s početnih 20.000 primjeraka prve publikacije "HRVATSKA EXTRA 1999", s ponosom smo kročili na njemačko tržište. Ne samo da smo zadovoljili inicijalnu potražnju, već smo bili prisiljeni povećati nakladu za dodatnih 7.500 primjeraka zbog iznimnog interesa koji je proizašao iz poslovnog sektora na zapadu. Ovaj put, s obzirom na rastući interes stranih ulagača i kompanija s tog tržišta, najavljujemo drugo izdanje naše poslovne publikacije "Hrvatska Extra 2024".

Osnovni ciljevi novog izdanja su višestruki. Prvenstveno, želimo kvalitetno promovirati gospodarstvo Republike Hrvatske, predstaviti županije, gradove, općine i kompanije na način koji privlači pozornost poslovnog svijeta njemačkog govornog područja. Kroz funkcionalno povezivanje poslovnih subjekata na relaciji Republike Hrvatske – Njemačka, Austrija, Švicarska, želimo olakšati protok podataka i informacija te unaprijediti komunikaciju na svim razinama.

Dodatno, fokusiramo se na uspostavljanje poslovnih veza i odnosa između Republike Hrvatske i stranih gospodarstvenika. Cilj nam je stvoriti informacijski sustav koji će olakšati i ubrzati komunikaciju, čime će potencijalnim ulagačima biti dostupne sve potrebne

informacije na jednome mjestu. Ovaj pristup nije samo marketinška strategija, to je vizija koja ima potencijal transformirati način na koji RH komunicira s inozemnim partnerima, potičući gospodarski rast, strane investicije te stvaranje novih poslovnih prilika.

Publikacija će sadržavati brojne korisne informacije, bit će tiskana na više od 250 stranica u boji u luksuznom tisku, u tiražu od 20.000 primjeraka na njemačkom jeziku i bit će besplatna.

Publikacija će se izdavati jednom godišnje s nadom kako će svaka iduća publikacija potaknuti i inspirirati veliki broj novih poduzetnika da predstave svoje kompanije, svoje projektne ideje i proizvode te na taj način doprinesu promidžbi RH te snažnijem rastu hrvatskog gospodarstva i povećanju konkurentnosti zemlje.

Projekt "Hrvatska Extra 2024" nije samo izdanje publikacije; to je korak prema izgradnji mostova između Hrvatske i država njemačkog govornog područja, stvarajući plodno tlo za poslovne uspjehe, suradnju i zajednički prosperitet.

U PUBLIKACIJI ĆEMO PREDSTAVITI:

- Republiku Hrvatsku
- Gospodarstvo Republike Hrvatske
- Županije i mogućnosti ulaganja
- Slobodne zone Republike Hrvatske
- Mogućnosti suradnje sa srednjim i malim poduzećima RH
- Tvrtke i njihove proizvodne mogućnosti
- Kulturu i turizam
- Statističke podatke i još mnoge važnih informacija

IZDAVAČ: CORAL Consulting Service d.o.o.

REDAKCIJA: Frankfurt - Zagreb

IZDANJE: 1 x Godišnje

FORMAT: DIN A4

JEZIK: Njemački

STRANICA: 256

TIRAŽA: 20 000 kom.

POSTUPAK: Ofset PAPIR: 90 g/qm

TISKARSKA BOJA: Kolor

TISAK: Njemačka / Hrvatska

DISTRIBUCIJA: Njemačka, Švicarska, Austrija

Distribucija publikacije – gdje i kome je namijenjena

- Publikaciju "HRVATSKA EXTRA 2024" dostavit ćemo u više od 200 industrijsko-trgovinskih (gospodarskih) komora u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (ukupno 100 milijuna stanovnika).
- Dostavit ćemo je raznim udruženjima s gospodarskim djelatnostima, udruženjima obrtnika i udruženjima poslodavaca.
- Dostavit ćemo je u više od 560 banaka, raznim financijskim institucijama i financijskim udruženjima.
- Dostavit ćemo je raznim investitorima, poslovnim anđelima i investicijskim savjetnicima.
- Dostavit ćemo je raznim ministarstvima njemačkog govornog područja (Njemačka, Austrija i Švicarska).
- Publikacija će biti dostupna na gospodarskim sajmovima i raznim gospodarskim prezentacijama.
- Također, bit će dostupna na svjetskoj internet platformi „Amazon“, što znači da će biti dostupna svim zainteresiranim osobama diljem svijeta.
- Kroz marketinški model koji koristi CORAL, promovirat ćemo publikaciju u raznim medijima - poslovnim časopisima, stranim poslovnim publikacijama, kao i na društvenim mrežama poput YouTube-a, Facebook-a i Instagram-a.
- Publikaciju će 21 Županija dijeliti putem svoje distribucijske mreže, poslovnim partnerima i gostima, kao i na gospodarskim sajmovima na kojima se županije predstavljaju.
- Tvrtke koje će se predstaviti u publikaciji imat će mogućnost, prilikom sudjelovanja na sajmovima, zatražiti dodatne količine publikacije kako bi prezentirali svoje i hrvatske potencijale, te će također distribuirati publikaciju.

- Publikacija će biti dostavljena u naša Veleposlanstva i Konzularne urede te će se distribuirati putem diplomatskih mreža.
- Publikacija će biti dostupna svim poslovnim ljudima koji prate razvoj gospodarstva RH.





Dugoročna marketinška strategija – primjer iz prakse iz 1999 godine

U turbulentnom poslovnom okruženju, ostvariti dugoročan uspjeh zahtijeva promišljen pristup, a upravo je to bila ključna karakteristika marketinške strategije koja je pratila izdavanje poslovne publikacije "Hrvatska Extra 1999". Ovaj tekst istražuje kako smo kroz kvalitetan marketing i dugoročnu marketinšku strategiju transformirali inicijalni uspjeh na njemačkom tržištu i stvorili čvrstu osnovu za buduće projekte.

Ključni prvi korak u izradi bilo kakve dugoročne marketinške strategije je postavljanje jasnih ciljeva, a ti ciljevi ne mogu biti definirani bez temeljite analize tržišta. Godine 1999., s početnih 20.000 primjeraka prvog izdanja "Hrvatska Extra 1999", postavili smo temelje našeg uspjeha na njemačkom tržištu.

Međutim, uspjeh nije bio slučajan - proizašao je iz duboke analize tržišta i precizno postavljenih ciljeva.

U tom ključnom trenutku, jasno smo definirali svoje ciljeve - osigurati visokokvalitetne gospodarske informacije i privući pozornost njemačkih gospodarstvenika kako bismo potaknuli ulaganja u Republiku Hrvatsku.

Marketing je bio ključni faktor koji je omogućio ostvarivanje tih ciljeva. Profesionalno vođena marketinška kampanja nakon tiskanja publikacije "Hrvatska Extra 1999" rezultirala je iznimnim interesom poslovnog sektora na zapadu, što nas je natjeralo na povećanje naklade za dodatnih 7.500 primjeraka.

Važno je istaknuti da kvaliteta gospodarskih informacija i samog sadržaja poslovne publikacije predstavljaju osnovu, ali bez pažljivo osmišljenog marketinškog pristupa, projekt bi ostao neiskorišten. Distribucija i ciljano usmjeravanje publike ključni su elementi, a upravo je taj segment bio ključan u uspjehu poslovne publikacije "Hrvatska Extra 1999".



U 2024. godini, fokus naše nove poslovne publikacije "Hrvatska Extra 2024" bit će na intenzivnom radu na kvalitetnoj promociji i marketinškom planiranju.

Cilj nam je omogućiti RH da iskoristi potencijal ovakvog načina promoviranja i privuče strane ulagače. Pozitivna iskustva iz 1999. godine služe kao temelj za oblikovanje dugoročne marketinške strategije za budućnost.

Svjesni smo da uspjeh preko noći nije realan, stoga je važno graditi strategije koje su održive i prilagodljive. "Hrvatska Extra 1999" predstavlja ne samo uspješnu publikaciju već i upečatljiv primjer kako dugoročna marketinška strategija može transformirati poslovanje i postići izvanredne rezultate. Nastavljamo s tom vizijom i vjerujemo da će poslovna publikacija "Hrvatska Extra 2024" ponovno postaviti standarde na polju promocije i privlačenja stranih investitora.





Wirtschaftsinformationen **BOTE** Republik Kroatien

ONLINE IZDANJE

"WIRTSCHAFTSBOTE HR"

Poslovno - finansijski mjesečnik

Nedostatak informacija o pojedinoj državi i uvjetima ulaganja često je uzrokom što se u nju ne intenziviraju strana ulaganja ili najčešće sasvim izostaju. Obzirom da o RH nema dovoljno relevantnih podataka bitnih za investitore i daljnji razvoj gospodarske suradnje, cilj nam je pokrenuti poslovno – finansijski mjesečnik. Poslovni online mjesečnik "Wirtschaftsbote HR" bit će namijenjen gospodarskim komorama, bankama, tvrtkama i svim potencijalnim investitorima u Njemačkoj, Austriji, Švicarskoj.

Teme će se u svakom novom mjesečniku "Wirtschaftsbote HR" proširivati i birati sukladno interesu potencijalnih investitora.

U SADRŽAJU

Poslovnog mjesečnika

- Informacije o ekonomskim kretanjima
- Finansijski pokazatelji / tržište rada
- Financiranje privatnog sektora
- Tokovi kapitala s inozemstvom;
- Gospodarske aktivnosti u RH;
- Osnovni makroekonomski pokazatelji
- Monetarna politika
- Zakonska regulativa - porezni sustav
- Zakoni kojima se uređuje područje investicija
- Potražnja kapitala / investitora
- Stanje u infrastrukturi (željeznica, ceste, i dr.)
- Intervjui s vodećim menadžerima

Online izdanje mjesečnika "Wirtschaftsbote HR" bit će dostupno na našoj web stranici.
www.coral-consulting-service.com

ZA BRŽI PUT DO CILJA

Dualni model informiranja: Tisak i internet u sinergiji poslovnog uspjeha

Poslovno – financijski mjesečnik na 16 stranica u online izdanju

U suvremenom poslovnom svijetu, gdje digitalna transformacija oblikuje način na koji komuniciramo i informiramo se, kvalitetan marketinški pristup postaje ključan za uspjeh.

Internetsko informiranje sve više postaje ključna komponenta poslovnog svijeta. Snažan porast utjecaja interneta u digitalnom dobu omogućava pristup besplatnim vijestima.

Unutar ovog digitalnog okvira, mnoge države, institucije i kompanije zadržavaju dualni model, istovremeno tiskajući printane verzije informativnih publikacija i objavljujući online izdanja na svojim internetskim portalima.

Sve naše promotivne aktivnosti koje nudimo poslovnim partnerima koristit će se u tiskovnom i online izdanju, stvarajući sinergiju između tradicionalnog i modernog pristupa informiranju.

Uz publikaciju "Hrvatska Extra 2024", izdavat ćemo dodatno "WIRTSCHAFTSBOTE RH", poslovno-finanicijski mjesečnik s 16 stranica u online izdanju. Besplatno mjesečno izdanje na 16 stranica bit će posebno prilagođeno njemačkom govornom području (Njemačka, Austrija i Švicarska).

Online izdanje redovito će donositi izvještaje o trenutnom poslovnom stanju i gospodarskim događajima u RH, obavještavati o promjenama u zakonsko-pravnim regulativama relevantnim za međunarodnu poslovnu suradnju te pružiti priliku HR županijama i kompanijama da tijekom mjesečnog razdoblja predstavljaju svoje potencijale, potrebe, proizvode i usluge.

Uz kvalitetno promoviranje u printanom izdanju publikacije i online poslovnog izdanju, županije, gradovi, institucije i HR kompanije bit će objavljeni na svim našim internetskim stranicama kao strateški partneri.

Naša web stranica već sada privlači iznimnu pažnju, posebno u kontekstu investicijskih projekata i privlačenja stranog kapitala u jugoistočnu Europu.



GOSPODARSKI FORUMI

HRVATSKO-NJEMAČKE INVESTICIJSKE KONFERENCIJE

PREDSTAVLJANJE HRVATSKIH ŽUPANIJA



Investicijske konferencije u njemačkim metropolama

Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart, München



HRVATSKO-NJEMAČKE INVESTICIJSKE KONFERENCIJE

Promocija gospodarskih potencijala Hrvatske u njemačkim metropolama

Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart, München

U cilju jačanja veza između hrvatskih županija, gradova, kompanija te poduzetnika s njemačkim kapitalnim ulagačima, predlažemo seriju investicijskih konferencija u suradnji s Industrijsko-trgovinskim komorama (IHK) diljem Njemačke. Hrvatska, kao zemlja s iznimnim gospodarskim potencijalom, teži prema internacionalizaciji i jačanju strateških partnerstava. Ove poslovne konferencije bi predstavljale izvanrednu priliku za promociju hrvatskog gospodarstva i stvaranje potencijalnih poslovnih prilika s investitorima i njemačkim partnerima.

Koje su prednosti održavanja gospodarskih prezentacija u navedenim gradovima te kako Hrvatska može profitirati iz ovog strateškog pristupa.

Prednosti gospodarskih prezentacija za RH u njemačkim metropolama:

1. Prilika za jačanje poslovnih veza:

Održavanje gospodarskih prezentacija u njemačkim metropolama omogućava direktni kontakt s ključnim poslovnim dionicima, čime se otvaraju vrata za izgradnju snažnih i dugoročnih poslovnih veza. Njemačka, kao jedna od najvećih gospodarskih sila, pruža ne samo veliko tržište već i visoku razinu stručnosti i kvalitete u poslovanju. Ovaj kontinuitet izvrsnosti predstavlja zlatnu priliku za HR gospodarstvo da se povežu s visokokvalitetnim partnerima, čime se proširuju horizonti poslovanja i otvaraju nove perspektive za rast.

2. Povećanje vidljivosti HR gospodarstva:

Predstavljanje hrvatskog gospodarskog potencijala u njemačkim metropolama pridonosi povećanju međunarodne vidljivosti zemlje kao poželjne destinacije za ulaganja. To stvara povjerenje među investitorima i potencijalnim partnerima.

3. Razmjena znanja i iskustava:

Prezentacije pružaju priliku za razmjenu znanja i iskustava između HR i njemačkih poslovnih subjekata. Ovo unapređuje inovacije i konkurentnost na domaćem tržištu, otvarajući put za zajedničke nove projekte.

Važnost njemačkog tržišta za gospodarski razvoj RH:

1. Strateško partnerstvo s Njemačkom:

Njemačka se dokazala kao ključni strateški partner za RH. Kroz gospodarske prezentacije, stvaramo temelje za jačanje suradnje na područjima kao što su tehnologija, inovacije, turizam i energetika.

2. Pristup velikom tržištu:

Njemačka predstavlja jedno od najvećih europskih tržišta, a njeno prepoznato gospodarsko značenje pruža prilike za proširenje izvoza hrvatskih proizvoda i usluga.

3. Stabilnost i sigurnost za investitore:

Njemačko gospodarstvo poznato je po svojoj stabilnosti i predvidljivosti. Ovo pruža potencijalnim hrvatskim investitorima i poduzetnicima sigurno okruženje za ulaganje i poslovanje, što je ključno za dugoročni gospodarski razvoj.

4. Povezivanje u energetske sektor:

Njemačka je lider u obnovljivim izvorima energije i energetske tranziciji. Kroz suradnju u energetske sektor, Hrvatska može učiti od njemačkih iskustava te ostvarivati koristi od zajedničkih projekata i investicija u održive izvore energije. Ova suradnja pridonosi održivom gospodarskom razvoju i smanjenju utjecaja na okoliš.

5. Inovacije i tehnološki transfer:

Suradnja s njemačkim partnerima omogućava Hrvatskoj pristup najnovijim tehnologijama, inovacijama i stručnosti. To potiče razvoj visokotehnoloških sektora i unapređuje konkurentnost domaće industrije.

Promocija HR potencijala u njemačkim metropolama predstavljale bi ključan korak prema ostvarivanju strateških ciljeva zemlje. Kroz ove prezentacije, HR ima priliku otvoriti nova vrata poslovnih prilika, jačati suradnju s Njemačkom i postati prepoznatljivija na međunarodnoj gospodarskoj sceni. Uvođenje HR u fokus njemačkih poslovnih lidera donosi obostrane koristi, postavljajući temelje za održivi i prosperitetan gospodarski razvoj.

Prezentacija HR županija

Važnost ovakvih prezentacija za HR županije te kako bi takva inicijativa mogla pridonijeti regionalnom gospodarskom razvoju.

Prednosti gospodarskih prezentacija za HR županije:

1. Privlačenje stranih investicija na regionalnu razinu:

Gospodarske prezentacije nude priliku županijama da prezentiraju svoj gospodarski potencijal stranim investitorima. Ovaj izravan kontakt potiče investicije na regionalnoj razini, potičući otvaranje novih radnih mjesta i potencijalno jačanje lokalne ekonomije.

2. Promocija regionalnih specifičnosti i resursa:

Svaka HR županija ima svoje specifičnosti i resurse. Gospodarske prezentacije omogućuju županijama da istaknu svoje prednosti, poput prirodnih ljepota, turističkih atrakcija ili specijaliziranih industrijskih grana. Ovo pomaže u stvaranju diferencirane slike o regiji.

3. Povećanje izvoza regionalnih proizvoda:

Kroz promociju regionalnih proizvoda na njemačkom tržištu, županije otvaraju vrata za povećanje izvoza. Gospodarske prezentacije nude priliku za predstavljanje lokalnih proizvoda i usluga potencijalnim njemačkim partnerima i kupcima.

4. Povezivanje s njemačkim poslovnim partnerima:

Gospodarske prezentacije pružaju priliku za izravni kontakt s njemačkim poslovnim partnerima. Ovaj networking omogućuje Hrvatskim županijama uspostavljanje suradnje, razmjene znanja i iskustava te potiče dugoročne poslovne odnose.

Gospodarske prezentacije u njemačkim metropolama predstavljaju jedinstvenu priliku za HR županije da istaknu svoje prednosti, privuku investicije i jačaju svoj regionalni gospodarski razvoj. Kroz postignutu suradnju s njemačkim poslovnim partnerima, županije mogu ostvariti održivu konkurentnu prednost na globalnoj razini, čime pridonose općem jačanju hrvatske ekonomske pozicije.

Prezentacija HR kompanija

Promoviranje HR gospodarskog potencijala ključan je element strategije jačanja međunarodne prisutnosti HR tvrtki, posebice malih i srednjih poduzetnika. (MSP)

Prednosti gospodarskih prezentacija za hrvatske male i srednje poduzetnike:

1. Izravan kontakt s ključnim dionicima:

Sudjelovanje u gospodarskim prezentacijama pruža priliku MSP da ostvare izravan kontakt s ključnim poslovnim dionicima, uključujući potencijalne partnere, investitore i kupce. Ovo direktno povezivanje može poslužiti kao temelj za izgradnju dugoročnih i održivih poslovnih odnosa.

2. Povećanje vidljivosti i pozicioniranje na tržištu:

Njemačka, kao jedno od najjačih europskih gospodarstava, pruža platformu za povećanje vidljivosti hrvatskih MSP. Sudjelovanje u prezentacijama omogućava tvrtkama da istaknu svoje proizvode, usluge i inovacije te se pozicioniraju kao pouzdani i konkurentni igrači na tržištu.

3. Razmjena znanja i iskustava:

Gospodarske prezentacije nisu samo prilika za promociju, već i forum za razmjenu znanja i iskustava. MSP mogu steći uvid u najnovije trendove, tehnologije i poslovne prakse koje primjenjuju njemačke tvrtke. Ova razmjena može potaknuti inovacije i unaprijediti konkurentnost hrvatskih kompanija.

4. Mogućnosti partnerstava i suradnje:

Njemačka, kao veliko tržište, pruža brojne mogućnosti za uspostavljanje partnerstava i suradnje. MSP imaju priliku sudjelovati u B2B sastancima, dogovarati distribucijske ugovore i identificirati potencijalne partnere za zajedničke projekte, što može značajno doprinijeti rastu tvrtki.

5. Pristup financijskim sredstvima i investicijama:

Prezentacije privlače pažnju investitora i financijskih institucija. Za MSP to može značiti pristup dodatnim financijskim sredstvima, investicijama i za daljnji razvoj.

SNAŽNO LOBIRANJE, SJAJNA BUDUĆNOST RH

Hrvatska gospodarska vizija



LOBIRANJE: Tiha moć koja oblikuje gospodarski razvoj

Lobiranje, iako u prijevodu znači hodnik ili predvorje, označava ključnu aktivnost koja se odvija iza zatvorenih vrata parlamenta, gdje političari susreću predstavnike tvrtki, udruga i organizacija. Ova su sastajanja ključna za donošenje odluka o zakonima, investicijama i budućim smjerovima društva. Unatoč tome što je lobiranje važan instrument u oblikovanju politika, u državama jugoistočne Europe često ostaje neformalno i često shvaćeno s dozom nepovjerenja.

Uprkos globalnoj važnosti lobiranja, Republika Hrvatska i druge zemlje u regiji suočavaju se s izazovom nedostatka svijesti o važnosti ove aktivnosti.

U Europskoj uniji, lobiranje je regulirano propisima koji pridonose transparentnosti, dok u ovom dijelu Europe postoji manjak resursa, znanja i stručnosti u području lobiranja.

Važnost lobiranja u razvoju gospodarstva

U kontekstu globalnog gospodarstva, lobiranje postaje ključni instrument privlačenja velikih i bitnih investicija. Na primjer, u Sjedinjenim Američkim Državama, Washington je dom za više od 100.000 lobista, dok u Briselu djeluje između 25.000 i 35.000 lobista koji godišnje troše najmanje 1,5 milijardi eura za svoje aktivnosti. Financijska moć direktno korespondira s brojem i utjecajem lobista.

Gdje je veća financijska moć, tu je više lobista

Lobiranje nije privilegija samo velikih država i snažnih korporacija. I za manje i nerazvijene zemlje, kompanije i institucije ima mjesta; potrebno je samo htjeti, učiti i mijenjati navike.

U kontekstu Hrvatske, jačanje lobiranja u državama od strateške važnosti za gospodarski razvoj može pridonijeti privlačenju stranih investicija, poboljšanju trgovinskih odnosa, te stvaranju pozitivnog okruženja za domaće kompanije. To bi moglo rezultirati dugoročnim rastom gospodarstva, otvaranjem novih radnih mjesta te jačanjem pozicije Republike Hrvatske na globalnoj poslovnoj sceni.

Lobiranje predstavlja ključni instrument u ostvarivanju gospodarskih ciljeva jedne države, a Hrvatska može značajno profitirati jačanjem svojih lobističkih aktivnosti.

1. Privlačenje stranih investicija: Lobiranje može pomoći Hrvatskoj da privuče strane investitore stvaranjem poticajnog poslovnog okruženja, eliminiranjem administrativnih prepreka te osiguravanjem potrebnih poticaja.

2. Jačanje diplomatskih odnosa: Lobiranje u strateškim državama može pridonijeti jačanju diplomatskih veza, otvaranju vrata za međunarodnu suradnju i stvaranju povoljnih trgovinskih odnosa.

3. Promicanje interesa hrvatskih kompanija: Aktivnosti lobiranja mogu se usredotočiti na promociju interesa domaćih tvrtki na međunarodnoj razini, pružajući im mogućnost širenja na nova tržišta i stvaranja globalne prepoznatljivosti.

4. Osnaživanje gospodarskih sektora: Fokussirano lobiranje može podržati određene gospodarske sektore, poput tehnologije, turizma ili energetike, potičući njihov rast i razvoj.

5. Uspostava poslovnih veza: Lobiranje pruža priliku za uspostavu poslovnih veza i partnerstava s relevantnim institucijama, organizacijama i pojedincima koji mogu podržati razvoj hrvatskog gospodarstva.

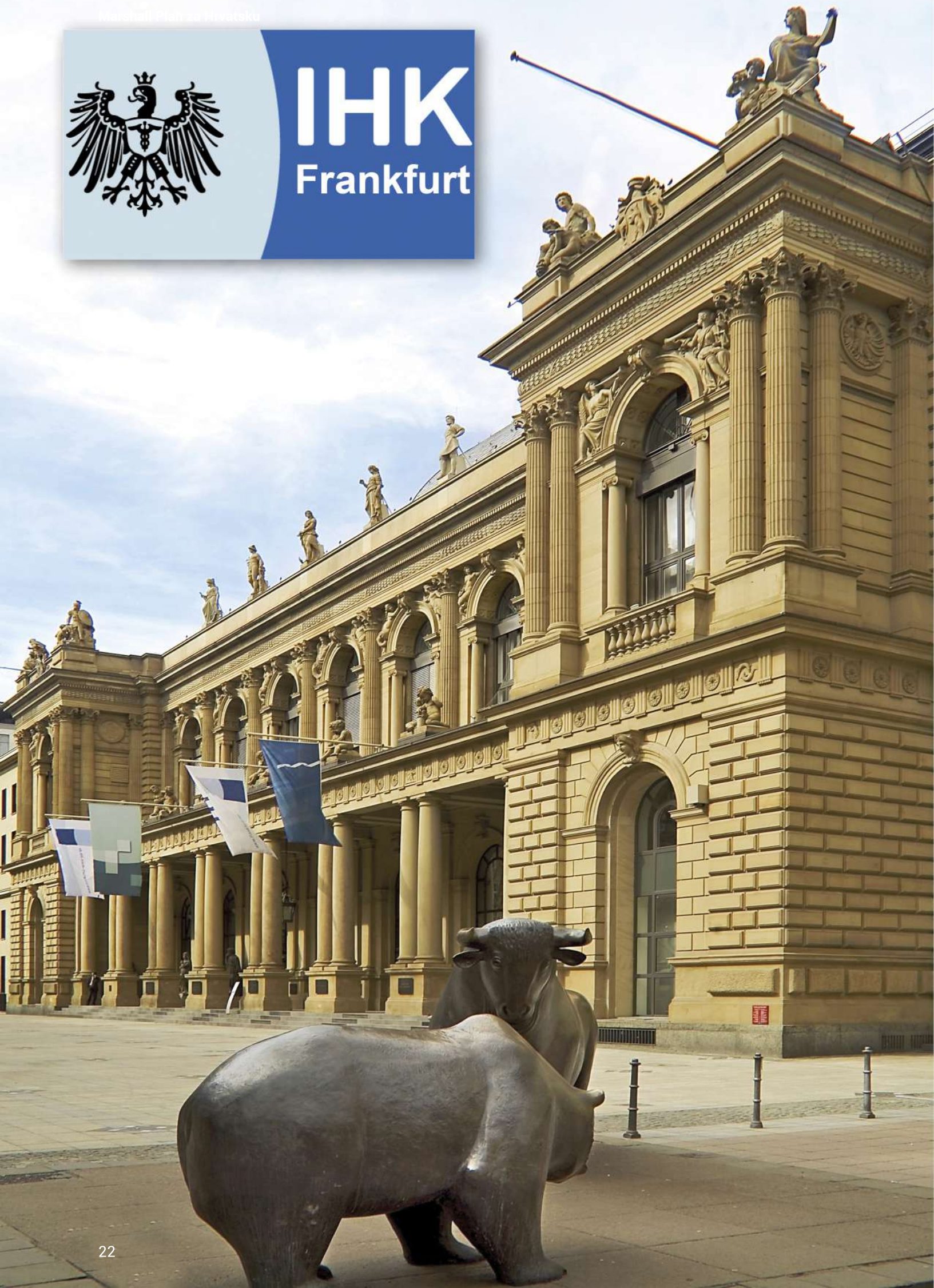
6. Poticanje inovacija: Lobiranje za poticanje istraživanja i razvoja, te pridonijeti stvaranju poticajnih okvira za inovacije, može postati pokretački faktor za dugoročni gospodarski rast.

7. Povećanje međunarodne prepoznatljivosti: Lobiranje može pridonijeti povećanju međunarodne vidljivosti Republike Hrvatske kao atraktivne destinacije za poslovanje, turizam i investicije.

Uz strateško i odgovorno lobiranje, Hrvatska ima priliku iskoristiti ove prednosti i postići održivi gospodarski razvoj.



IHK
Frankfurt





Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main, 60284 Frankfurt

Einladung

03. April 2000
AGH-En/ma

Die neugewählte Regierung und kroatische Unternehmen suchen gezielt die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit Deutschland. Unter Leitung des Staatssekretärs im Wirtschaftsministerium der Republik Kroatien kommt eine branchenübergreifende Unternehmerdelegation nach Frankfurt, um die aktuelle wirtschaftliche und politische Lage Kroatiens vorzustellen und neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Über ihre Erfahrungen in Kroatien berichten zwei hiesige Unternehmer.

"Wirtschaftstag Kroatien - Neue Perspektiven der wirtschaftlichen Zusammenarbeit"

**Montag, 08. Mai 2000, 10.30 - 16.30 Uhr
IHK Frankfurt am Main, Börsenplatz 4, Plenarsaal**

Anmeldung: Beigefügter Anmeldebogen
(Für Anmeldungen, die nicht bis zum 05.05.2000 storniert worden sind, wird der Teilnahmebeitrag dennoch fällig)

Information: Tel.: 069 / 21 97-12 17, Fax: 21 97-15 41

Mit freundlichen Grüßen

Anlage

Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main
Abt. Außenwirtschaft und Großhandel
i. V.


Dipl.-Vw. Walter Engelmann
Stellv. Geschäftsführer

Programm →

Diese Einladung gilt als Einlaßberechtigung.

- GV-A-E-Nr. 12/2000 -

Hausanschrift:
IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt

Postanschrift:
IHK Frankfurt am Main
60284 Frankfurt

Telefon: (0 69) 21 97-0
Telefax: (0 69) 21 97-15 41
E-mail: infoagh@frankfurt-main.ihk.de
Internet: <http://www.ihk.de/frankfurt-main>

Postbank NL Frankfurt am Main
Konto-Nr. 126 29-601
BLZ 500 100 60

Primjer prezentacije u gospodarskoj komori Frankfurt am Main



Predsjednica gospodarske komore gospođa Dr. Zeni i organizator prezentacije gospodin Štriga





Situacija u njemačkom gospodarstvu

Njemačko gospodarstvo trenutno bilježi recesiju, prema najnovijim službenim podacima. Ključni faktori koji su pridonijeli ovom stanju uključuju inflaciju i povećanje kamatnih stopa, što je rezultiralo smanjenjem proizvodnje. Također, izvoz, tradicionalni pokretač rasta njemačkog gospodarstva, zabilježio je pad u ovoj turbulentnoj situaciji.

Ruska invazija na Ukrajinu izazvala je značajan skok cijena energije, što je značajno opteretilo domaćinstva i tvrtke u Njemačkoj. Osim toga, kao izvozno orijentirano gospodarstvo, Njemačka osjeća i usporavanje globalne ekonomije, što dodatno doprinosi izazovima koje trenutno prolazi.

Troškovi energije postali su teret za velike industrijske potrošače, posebno u kemijskoj industriji, gdje je došlo do značajnog pada proizvodnje. Smanjenje potražnje također je primjetno u sektoru potrošačkih dobara, posebno u proizvođačima lijekova i namještaja. Građevinski sektor, koji je godinama bio ključan za njemačko gospodarstvo, također doživljava pad zbog povećanja kamatnih stopa na hipotekarne kredite i visokih troškova izgradnje.

Njemački proizvođači automobila suočavaju se s dvostrukim izazovom - prilagoditi se novim standardima održivosti i istovremeno smanjiti troškove proizvodnje. Uvođenje ekoloških inovacija i prelazak na obnovljive izvore energije postaju imperativ kako bi se smanjila ovisnost o tradicionalnim izvorima koji postaju sve skuplji. Osim toga, premještanje dijela proizvodnje u regije s povoljnijim energetske uvjetima postaje nužnost kako bi se očuvala profitabilnost.

Njemačka se trenutno suočava s nizom izazova, ističući potrebu za hitnim strukturalnim reformama koje bi omogućile održiv oporavak. Posebno zabrinjavajuće je što mnoge njemačke kompanije, suočene s rastućom nesigurnošću i visokim troškovima proizvodnje, aktivno traže izlaz iz situacije. Njihovo gubljenje strpljenja ukazuje na nužnost promptnog djelovanja političkih lidera i drugih relevantnih dionika.

U tom kontekstu, mnoge njemačke tvrtke sve više razmatraju strategiju premještanja dijela svoje proizvodnje u atraktivnije države EU s nižim troškovima proizvodnje.



SADA JE VRIJEME ZA DJELOVANJE

Otvaramo put za suradnju: Hrvatska i Njemačka u transformaciji gospodarstva

Zašto ne bi neke njemačke kompanije razmotrile premještanje svoje proizvodnje u Hrvatsku?

U trenutku kada se njemačko gospodarstvo suočava s izazovima, Hrvatska se nalazi pred iznimnom prilikom da privuče njemačke investitore i tvrtke te postane epicentar inovacija, visokovrijedne proizvodnje i zajedničkog razvoja. Njemačka industrija, koja se suočava s donošenjem ključnih odluka, nailazi na ozbiljan izazov visokih cijena energije. U skladu s trenutnim okolnostima, mnoge njemačke tvrtke ozbiljno razmatraju opciju preseljenja proizvodnje u inozemstvo kako bi održale konkurentnost.

Dosadašnji model poslovanja njemačkih tvrtki često je obuhvaćao uvoz sirovina ili proizvodnju dijelova u zemljama s jeftinijom radnom snagom, te finalnu montažu u Njemačkoj. Međutim, suočavaju se s dvostrukim izazovom: visokim troškovima radne snage i rapidnim rastom troškova energenata. Ova situacija postavlja njemački industrijski sektor pred iznimne pritiske te potiče tvrtke na traženje održivijih rješenja.

Hrvatska, kao članica eurozone i Schengena, smještena je u samom srcu europskih integracija, predstavljajući atraktivnu destinaciju za strane investicije. Ulaganje u RH ne samo da potvrđuje privlačnost Europske unije, već i pruža dugoročnu perspektivu. Sada je ključni trenutak za djelovanje, s naglaskom na potencijalu da njemačke tvrtke razmotre mogućnost premještanja dijela svoje proizvodnje u Hrvatsku.

Hrvatska nudi iznimne uvjete za suradnju, od strateške geografske pozicije do kvalificirane radne snage. Kombinacija povoljne lokacije, stabilnog gospodarskog okruženja te poticajnih regulatornih uvjeta čini Hrvatsku idealnim partnerom za njemačke tvrtke koje žele diverzificirati svoju proizvodnju i smanjiti troškove.

Ovaj trenutak ne predstavlja samo izazov, već i jedinstvenu priliku za HR da postane epicentar inovacija. Suradnja s njemačkim tvrtkama

tne samo da će podići gospodarski potencijal Hrvatske, već će i doprinijeti stvaranju održive i konkurentske budućnosti za obje zemlje. Kroz zajednički rad na razvoju visokotehnoloških proizvoda i implementaciji inovativnih rješenja,

Hrvatska i Njemačka mogu izgraditi čvrstu partnersku suradnju koja će im osigurati konkurentske prednosti u globalnom gospodarstvu.

Sada je vrijeme za odlučno djelovanje, za korak prema transformaciji njemačke industrije kroz suradnju s Hrvatskom. Ova prilika ne samo da će donijeti gospodarske koristi, već će i otvoriti put za dugoročnu suradnju koja će oblikovati budućnost obje zemlje.



Stručni hrvatski tim za poslovanje u Hrvatskoj i državama regije

U cilju ostvarivanja ambicioznog projekta "Marshall Plan za Hrvatsku", bilo je potrebno formiranje ključnih timova stručnjaka. Ti neophodni timovi, jedan posvećen njemačkom, a drugi hrvatskom tržištu, sastavljeni su od kompetentnih pojedinaca čije stručnosti i predanosti ključno doprinose kvalitetnoj i uspješnoj realizaciji projekta.

Uvjereni smo da će ovi timovi, s njihovim bogatim iskustvom i specifičnim vještinama, biti pokretačka snaga ostvarivanja ciljeva projekta. Njihova suradnja i koordinacija ključni su faktori koji će osigurati sinergijski učinak na njemačkom i hrvatskom tržištu.

Pred nama su izazovi i prilike, no vjerujemo da će predanost, stručnost te timski duh ovih stručnjaka biti ključni čimbenici u ostvarenju „Marshall Plan“ vizije za prosperitet Hrvatske.

Radna grupa za hrvatsko tržište u sklopu projekta "Marshall Plan za Hrvatsku" okuplja stručnjake iz četiri renomirane tvrtke, svaka s posebnim područjem ekspertize.

Coral Consulting Service, kao vodeća tvrtka, donosi znanje i iskustvo u informiranju, umrežavanju, financiranju te realizaciji investicijskih projekata. Njihovi stručnjaci izdvajaju se u promociji aktivnosti i lobiranju stranih investitora, kao i u organizaciji sajмова te gospodarskih i kulturnih događaja.

MPR - Millenium Promocija pridonosi timu s integriranim tržišnim komuniciranjem, strateškim i komunikacijskim savjetovanjem, te ekspertizom u brendiranju, marketingu i upravljanju kampanjama.

Ars Illyrica doprinosi strateškim planiranjem, izradom dokumenata, analizama potencijala te izradom studija. Njihova specijalnost je i priprema i vođenje EU projekata, pridonoseći time dugoročnoj održivosti projekta.

Roxoft, s fokusom na digitalnu-agilnu transformaciju, automaizaciju softverskih procesa te optimizaciju i organizaciju IT sektora, donosi ključne digitalne komponente koje su od suštinskog značaja za uspjeh projekta.

Ovaj multidisciplinarni tim stručnjaka kombinira svoje jedinstvene vještine kako bi se suočio s izazovima projekta "Marshall Plan za Hrvatsku". Njihova suradnja i sinergija čine temelj uspješne realizacije projekta, donoseći inovativna rješenja i doprinoseći dugoročnom gospodarskom prosperitetu RH.



Stručni njemački tim za poslovanje u Njemačkoj i jugoistočnoj Europi

Obnovljivi izvori energije su među najvažnijim izvorima energije u Europi, a njihov razvoj ključan je stup energetske tranzicije. Opskrba energijom trebala bi postati klimatski neutralna i istovremeno nas osloboditi ovisnosti o uvozu fosilnih goriva, goriva za pogon i grijanje.

Vjetar i sunčeva energija su najvažniji obnovljivi izvori energije. Osim toga, biomasa i hidroenergija pružaju vrijedan doprinos održivoj opskrbi energijom.

Tim iskusnih stručnjaka za jugoistočnu Europu podržava, između ostalog, mala i srednja njemačka poduzeća u energetskom sektoru, posebno u području obnovljivih izvora energije (vjetar, sunce, voda i biomasa), u osvajanju stranih tržišta (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija i Crna Gora, Kosovo).

Ciljane su kompanije koje nude energetska rješenja u području obnovljivih izvora energije.

Potpore koje tim iskusnih stručnjaka pruža investitorima i kompanijama

Potpore tima stručnjaka uglavnom se temelje na pružanju informacija, predstavljanju projekata te provođenju poslovnih putovanja, informativnih događanja ili financijskog savjetovanja za sudjelujuće kompanije.

Tim stručnjaka koordinira formiranje konzorcija između njemačkih i stranih kompanija.

Uz pomoć tima iskusnih stručnjaka, poslovna suradnja između stranih potencijalnih klijenata i njemačkih kompanija znatno se pojednostavljuje i dokazano ubrzava.

Ovo posebno koristi malim i srednjim poduzećima pri osvajanju stranih tržišta. Zainteresirane kompanije definitivno štede vrijeme i novac.

S ciljem podrške ovim ciljevima, formirao se je tim iskusnih stručnjaka kako bi svojim specifičnim iskustvima i vezama u jugoistočnoj Europi pomogao u izgradnji projekata prilagođenih potrebama!

Grupa iskusnih stručnjaka pruža stručno znanja u upravljanju, umrežavanju, financiranju te provedbi investicijskih projekata. Osim toga, posjeduje duboko razumijevanje karakteristika država, njihovih mentaliteta, jezika te sve to prilagođava i usklađuje prema potrebama različitih zemalja i regija.

Prva istraživanja već su uspješno provedena inicijativom ove grupe, posebno za Republiku Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru i Srbiju, s sljedećim spoznajama:

1. Poljoprivreda se može uspješno proširiti s obzirom na kružnu ekonomiju - kako energetski (iskorištavanje otpada!), prehrambeno, plus očuvanje biološke raznolikosti!
2. Otpaci iz agroindustrije (npr. šećerana) već se danas energetski optimalno koriste na temelju našeg savjetovanja! To se također može primijeniti na komunalni otpad!
3. Drvena industrija i druge bi imale najbolje šanse za izgradnju prerađivačke industrije s radnim mjestima u suradnji s njemačkim/EU kompanijama.
4. Mnoga nam poznata mala/srednja industrijska poduzeća (sektor energije, metalna industrija, drvena industrija i poljoprivreda) traže partnere u Njemačkoj/EU s pametnim proizvodima.
5. Istraživanja su pokazala značajan potencijal za razvoj ekoloških turističkih destinacija u regiji, posebno fokusirajući se na bogatstvo prirodnih ljepota i kulturne baštine. Ovo stvara prilike za investicije u održivi turizam i infrastrukturu.
6. Postojeći infrastrukturni projekti, poput energetskih mreža i prometne povezanosti, predstavljaju ključne čimbenike za poticanje gospodarskog rasta.

Analize su jasno ukazale na imperativ ulaganja u modernizaciju i proširenje postojeće infrastrukture kako bi se stvorili optimalni uvjeti za investicije i potaknuo održiv razvoj i konkurentnost regije.

Tim iskusnih stručnjaka za jugoistočnu Europu



Dipl.-Kfm. Herbert Pannes - Međunarodni savjetnik i stručnjak za zdravstvo.

Bio je dugogodišnji menadžer tvrtke THYSSENKRUPP i posebno je bio zadužen za razvoj međunarodnih rudarskih projekata. Bivši je predsjednik uprave IN-NRW-AG za potporu industriji malih i srednjih poduzeća u saveznoj državi Sjeverna Rajna-Vestfalija. Također je bivši predsjednik uprave udruge ambulantnih centara za rehabilitaciju u Rheinlandu i bio je ključan u izgradnji i razvoju institucija. U suradnji s Industrijsko-trgovačkom komorom (IHK) značajno je sudjelovao u uspostavi mreže za zdravlje na (Niederrhein GNN) i razvio modele korporativnog zdravlja. Aktivan je i danas u inovativnim projektima i povezan je s uglednim osobama na internacionalnoj razini.



Dr. Volker Neuschütz - Međunarodni financijski stručnjak i savjetnik:

Posjeduje veliko stručno iskustvo sa preko 20 godina u DEG-u (njemačka razvojna financijska institucija - Deutsche Entwicklungs Gesellschaft), posebno u međunarodnom projektiranju financija i investicijskom bankarstvu za jugoistočnu Europu. Zastupao je DEG kao direktor u mnogim nadzornim odborima poslovnih banaka i uglednih tvrtki u Brazilu, Ekvadoru, Portugalu, u jugoistočnoj Europi (Rusija, Ukrajina, Gruzija, Srbija, Crna Gora, Slovenija). Tijekom svoje profesionalne karijere, Volker Neuschütz bio je kao direktor za nadzor nad stranim financijskim institucijama u nadzornim odborima, neke od njih: BPI - Banco Portugues de Investimento S.A, Lissabon; PAINS Siderurgica S.A., Rio de Janeiro/Brasilien; FUIB - First Ukrainian International Bank, Donezk/Ukraine; SKB Banka, Ljubljana/Slowenien; TBC - Bank, Tiflis/Georgien; BANK OF GEORGIA, Tiflis/Georgien; EKSIM BANKA - Belgrad/Serbien; EUROMARKET-NLB Montenegro-banka ad, Podgorica/Montenegro.



Marijo Knežević - Međunarodni financijski stručnjak i savjetnik:

Proveo mnogo godina u financijskom sektoru i oslanja se na veliko i relevantno iskustvo kroz različite upravljačke i vodeće uloge u tvrtkama za upravljanje imovinom i ulaganje. Njegovo duboko poznavanje financijskih tržišta i njihovih instrumenata, kao i mogućnosti financiranja te njegov izrazito poduzetnički i analitički pristup bitno utječu na uspjeh ulaganja ili financiranja projekta.

Tim iskusnih stručnjaka za jugoistočnu Europu



Thomas Wittstadt - Međunarodni stručni savjetnik:

Aktivan je na Zapadnom Balkanu od 1993. godine, a ključna područja djelovanja obuhvaćaju sektore sirovina, obnovljivih izvora energije, izgradnje kapaciteta (uključujući pratnju medija) i gospodarskog razvoja. Thomas Wittstadt je između ostalog osnivač i dugogodišnji potpredsjednik Njemačko-albanske gospodarske zajednice te inicijator, suosnivač i potpredsjednik Njemačko-kosovske gospodarske zajednice i Udruženja njemačko-kosovskih društava u Njemačkoj.



Ralph Weiss - Međunarodni stručni savjetnik:

Više od 20 godina gradi iskustvo u računovodstvu, kontroli i regulatornim poslovima. Tijekom svoje karijere bio je uglavnom odgovoran za sva financijska, organizacijska, pravna pitanja, usklađenost i regulatorna pitanja u tvrtkama u kojima je radio. Posjeduje veliko znanje o financijskim tržištima, mogućnostima financiranja i fondovima Europske unije



Zdenko Štriga - Međunarodni stručni savjetnik:

Više od 35 godina radnog iskustva na području ulaganja i financiranja investicijskih projekata u regiji jugoistočne Europe. Kroz svoju agenciju Coral Consulting Service, gospodin Štriga se ističe kao lider u poticanju ulaganja ne samo u Hrvatsku, već i u druge države Zapadnog Balkana. Njegova uloga obuhvaća pružanje podrške i savjetovanje stranim investitorima s njemačkog govornog područja, pomažući im u procesu ulaganja i vođenju investicijskih projekata sve do njihove realizacije. Štriga ima značajno iskustvo u praćenju međunarodno raspisanih natječaja za investicijske projekte. Također, djeluje kao savjetnik malim i srednjim poduzećima u području strategije digitalne transformacije, pridonoseći njihovom uspjehu u suvremenom poslovnom okruženju. Sa 12 godina iskustva u vođenju i osnivanju vlastitog poslovnog centra u Frankfurtu na Majni, gospodin Štriga je ostvario strategiju koja obuhvaća savjetovanje, informiranje, umrežavanje, financiranje te realizaciju investicijskih projekata. Njegova stručnost i angažman u ovim područjima čine ga ključnim akterom u poticanju gospodarskog razvoja i privlačenju investicija na Zapadnom Balkanu.

Medijaska podrška / Hrvatska

Coral-ova medijaska podrška ne samo da je pridonijela rastu kompanije već je također imala značajan utjecaj na kvalitetnu promidžbu gospodarstva RH. Coral-ov model suradnje s medijima predstavlja inspiraciju za druge tvrtke koje teže postići istu razinu pozitivnog utjecaja na zajednicu i poticanje gospodarskog razvoja RH.

16 VJESNIK



Sudionici njemačko-hrvatskog gospodarstvenog susreta

Foto: Vjesnik/Rajko Šobat

Nijemci traže partnere u Hrvatskoj

Predstavnici njemačkih tvrtki žele sudjelovati u ulaganjima za industrijske i energetske projekte, u građevinarstvu, cestogradnji, infrastrukturi i ekološkim programima...

ZAGREB, 14. lipnja – S iskustvom što su ga stekli na prostorima bivše Istočne Njemačke i drugim zemljama nakon raspada komunističkoga sustava, mnoge njemačke tvrtke žele sudjelovati u gospodarskom razvoju Hrvatske. To su potvrdili predstavnici mnogih poduzeća u četvrtak na susretu njemačko-hrvatskih gospodarstvenika u hotelu Intercontinental u pripravi Hrvatsko promidžbenoga centra iz Frankfurta, odnosno tvrtke Coral GmbH i Instituta za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu.

U predstavljanju tehnoloških postignuća i mogućega ulaganja, odnosno zajedničkih poslova, Nijemci su pokazali zanimanje za poslove u industriji i energetici, u građevinarstvu i proizvodnji materijala, niskogradnji, cestogradnji i mostogradnji, te vodoopskrbi i infrastrukturi uopće. Njemački privrednici ponudili su i programe saniranja starih građevina i spomenika-kulture, ali i gradnje modernih zgrada u kojima prevladava aluminij i staklo. Nekoliko programa odnosi se na reciklažu različitih materijala i na ekološke tehnologije, poglavito pročišćavanja voda.

Gosti iz Njemačke koje je u Zagrebu predstavio hrvatski poduzetnik u Frankfurtu Zdenko Štriga, saslušali su izlaganja o hrvatskom gospodarstvu, tijeku privatizacije i financijskom sustavu. Govorili su dr. Mladen Staničić, direktor Instituta za razvoj i međunarodne odnose, Melita Ivković, predstavnica Fonda za privatizaciju i Milan Potkonjak, predstavnik Narodne banke Hrvatske.

Mladen Staničić je rekao kako u Hrvatsku dolaze izaslanstva iz mnogih zemalja iz SAD, Velike Britanije, Francuske, a poglavito Njemačke i više njenih pokrajina, što je i razumljivo jer je Njemačka glavni partner Hrvatske u robnoj razmjeni, a i najviše investicija došlo je iz Bavorske. Rekao je kako je nakon Daytonskog sporazuma poraslo zanimanje za ulaganje u Hrvatsku te u upozorio i na procese restrukturiranja velikih javnih poduzeća i banaka označivši to napretkom u gospodarstvenom životu, dodavši kako će uskoro biti u plasmanu više novca iz međunarodnih izvora, poglavito Svjetske i Europske banke za obnovu i razvoj.

– Ova je godina u Hrvatskoj prijelomna u procesu privatizacije. Hrvatska je stabilna i više nema rizika za ulaganja kakvim su ga osjećali strani partneri. Posao potpuno i djelomične privatizacije je zadovoljavajući u što je uključeno 2550 poduzeća. Svježi kapital u Hrvatsku su unijeli i hrvatski iseljenici, poslovni ljudi u svijetu, a novi Zakon o privatizaciji uvelike će ubrzati poslove. Strani ulagači imaju iste uvjete kao i domaći, rekla je Melita Ivković. Svi govornici su istakli kako je Hrvatska od svih zemalja u kojima se razvija demokratski sustav najperspektivnija za strane ulagače i kako su dosadašnja iskustva sa stranim partnerima ohrabrujuća.

Sudionike skupa primio je i pozdravio dr. Zdravko Tomac, predsjednik Gradske skupštine Zagreba, a s programom susreta prethodno je upoznao i Davor Štern, ministar gospodarstva.

MILAN SIGETIĆ

Pojačan interes njemačkih ulagača

ZAGREB – Pedesetak poslovnih ljudi iz cijele Njemačke dolazi ovaj tjedan u Zagreb, Opatiju i Pulu, gdje će se susresti s predstavnicima Hrvatske gospodarske komore, Ministarstva gospodarstva, Ministarstva financija, te s hrvatskim gospodarstvenicima. Radi se o skupini direktora renomiranih njemačkih tvrtki koje je na programu ulaganja u hrvatsko gospodarstvo i suradnje s hrvatskim proizvođačima okupila frankfurtska tvrtka Coral Trading GmbH, hrvatskog poduzetnika Zdenka Štrige. Interes potencijalnih njemačkih ulagača u međuvremenu je još više pojačan otkako je Deutsche Bank procijenila da će Hrvatska narednih godina biti zemlja s najvećom stopom gospodarskog rasta od svih bivših socijalističkih zemalja. Njemački poslovni ljudi zainteresirani su za ulaganja u tvornice, banke, cestovni promet, željeznice, te za poljoprivrednu proizvodnju. Posebnu skupinu čine predstavnici njemačkih tvrtki za ekologiju, koji donose 20 ekoloških projekata vrijednih oko 300 milijuna dolara.

Susret hrvatskih i njemačkih gospodarstvenika održat će se u petak, 14. lipnja, u hotelu Intercontinental, a dan kasnije u Opatiji i Puli. Dodatne informacije mogu se dobiti u Institutu za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu, telefon (01) 455-4522.

K. Brandt

Nijemci traže partnere

ZAGREB – Pedesetak poslovnih ljudi iz Njemačke sastalo se jučer s hrvatskim gospodarstvenicima, predstavnicima Hrvatske gospodarske komore i ministarstava gospodarstva i financija. Riječ je o skupini direktora renomiranih njemačkih tvrtki koje je na programu ulaganja u hrvatsko gospodarstvo i suradnje s hrvatskim proizvođačima okupila frankfurtska tvrtka Coral Trading GmbH, hrvatskog poduzetnika Zdenka Štrige. Nijemci su pokazali posebno zanimanje za zajedničke poslove s hrvatskim tvrtkama, a i za samostalna ulaganja u području banaka, cestovnog prometa, željeznice, energetike, građevinarstva, poljoprivrede i za ulaganja u razvoju ekoloških programa.

O hrvatskom gospodarstvu, tijeku privatizacije gospodarskih subjekata te o kolanju kapitala i mogućnostima ulaganja njemačke su goste izvijestili dr. Mladen Staničić, direktor Instituta za razvoj i međunarodne odnose, Melita Ivković, predstavnica Fonda za privatizaciju, i Milan Potkonjak, predstavnik Narodne banke Hrvatske. Sudionike skupa primio je i dr. Zdravko Tomac, predsjednik Gradske skupštine.

Susret hrvatskih i njemačkih gospodarstvenika nastavlja se danas u Opatiji i Puli. (K. B.)

HRVATSKI PROMIDŽBENI CENTAR U FRANKFURTU

MIEST ZA SUSRET HRVATSKE I NJEMAČKE

FRANKFURT - Hrvatski promidžbeni centar u Frankfurtu na Majni, koji na privatnu ustanovu lakve vrste u Njemačkoj, čiji je vlasnik Zdenko Strig, zamislio ga je kao mjesto za promicanje hrvatskoga gospodarstva i kulture te za okupljanje hrvatskih iseljenika i njihovih udruga s područja Frankfurta i bliže okolice. Otkako je 17. studenoga prošle godine otvoren, u HPC-u su održane tri izložbe slika koji žive u Njemačkoj: Ive Cenkovačan, Pava Kulića i Drage Trumbeta, čija je nova dvodijelna knjiga pjesama predstavljena nakon otvorenja izložbe crteža. Na otvorenu svaku od tih izložbi okupilo se više od 70 posjetitelja, među kojima je bilo i njemačkih građana. Izložbe, koje traju najmanje tri tjedna, skupo su posvećivati i učestiti dopunski škole na hrvatskom jeziku, zajedno s učiteljima.

Sudružnja s izdavačima

Uspostavljena je i suradnja s nekoliko već hrvatskih izdavača, pa se u HPC-u već sada može naći oko 250 naslova odječnika, gramatika, lektirne, literaturu za djecu, izdanja o hrvatskoj povijesti od knjiga o suvremenim političkim zbivanjima i monografija o Hrvatskoj ili njenim pojedinim područjima.

Svoje sastanke, godišnje skupštine ili izdane u HPC-u dodatno su održali podružnica AMAC Croatia za Njemačku, Frankfurtsko hrvatsko kulturno društvo i Hrvatsko europsko društvo, a njegova dva HPC-ovca čine: nepravni i članovi Hrvatskog učiteljskog društva, štariš kačić. Površina poslovnog prostora Hrvatskog promidžbenog centra je 500 četvornih metara. U prizemlju je prostora galerija i višenamjenska prostorija za oko 120 osoba, u kojoj je i stalna izložba knjiga. Podzemne su prostorije uređene, uz ostalo, za opre-

Hrvatski promidžbeni centar zamišljen je kao mjesto za promicanje hrvatskoga gospodarstva i kulture te za okupljanje hrvatskih iseljenika i njihovih udruga s područja Frankfurta i bliže okolice.

manje slika, a na prvom katu nalazi se, uz poslovni, i stalni izložbeni prostor za hrvatske i njemačke proizvođače ili uslužne tvrtke. Posjeduje i zajednički prostor za izložbu proizvoda "Podravke" koje na njemačko tržište plasira njena tvrtka-koor KONAR iz Geretsrieda te vina vije domaćih proizvođača. U tome dijelu mogu se dobiti i turističke publikacije koje je HPC-u stavila na raspolaganje Hrvatska turistička centrala iz Frankfurta na Majni.

Vlasnik HPC-a Zdenko Striga ovih je dana najviše zaposlen organizacijom hrvatsko-njemačkog susreta. Naime, njemačkim predstavnicima banaka, proizvođačima i trgovačkim tvrtkama koje predstavljaju više domaćih investicijskih projekata i poduzeća koja žele poslovati suradnju s njemačkim partnerima ili trebaju kredit. S druge strane, domaćim se tvrtkama njemački partneri iskazuju zanimanje za gradnju objekata, primjerice, priprema za obradu upadnih voda, predstavlja studije o cjelokupnom rješavanju tekućeg i krutog otpada u pojedinim gradovima.

Konopnja je biljka budućnosti

Takvi infrastrukturni zahvati će posredno zanimati gradove na obali, gdje se radi turizma mora voditi računa o zaštiti voda i prirode, možda i mnogo više nego drugdje, premda je očuvanje okoliša svakdje potrebno. Z. Striga - Vazno je spomenuti da su i akve projekta u određenim njemačkim i europskim zakladama već postojali novac. Slično je i u još jednom

projektom, sadnjom konopnje, koja je u našim krajevima već odavno zaboravljena, a trenutno u Njemačkoj postaje vrlo atraktivna nakon što je nedavno ukinut zakon kojim je bila zabranjena. S njemačke strane postoje i zanimanje za ulaganje u uzgojanje te biljke koja se primjenjuje na oko dvadesetak područja, uz ostalo i farmaceutskoj i tekstilnoj industriji. U mnogim njemačkim gradovima već su otvorene prodavaonice koje nude samo proizvode od te biljke, a stručnjaci nadgledaju da je konopnja biljka budućnosti. Smatram da naša Slavonija i Baranja može za početak na najmanje 20 hektara ući u ovaj isplativi projekt. Ali, naravno, treba najprije uspostaviti kontakte, objeriti strane partnere da je Hrvatska sigurna i spremna za njihovu investiciju, a domaću pak stranu da se s konopnjom može zaraditi - naglašava Zdenko Striga.

M. Koritnik

U FRANKFURTU OTVOREN HRVATSKI PROMIDŽBENI CENTAR

Uređen i posebni izlog »Podravke«

Sve je više gradova u njemačkim pokrajinama u kojima se mogu naći proizvodi »Podravke«, a najviše »Vegeta«. Primjeran izlog »Podravka« je dobio i u prvom Hrvatskom promidžbenom centru u Frankfurtu, hrvatskoga poduzetnika Zdenka Striga.

U nazočnosti poslovnih ljudi, turističkih i kulturnih djelatnika, Hrvatske i Njemačke, centar je otvorio sa svojih namjena i u veleposlanstvu Republike Hrvatske u Bonnu Marko Simat. On je rekao da je inicijativa došla u pravom trenutku, a da je kopirivka »Podravka« s izložbom svojih proizvoda pokazala kako se kakvoću i dizajnom stize na probirljivo tržište.

Direktor »Podravkinog« poduzeća u Njemačkoj KONAR GmbH Ivan Ludvig primio je čestitke nazočnih, među kojima je bio i naduobrižnik o. Bernard Dukic, koji je rekao kako će mnogi hrvatski vjernici dolaziti na kulturne, turističke i gospodarske susrete u promidžbeni centar.

U zgradi je otvorena Galerija slika. Svoje radove prvi je prikazao Ivo

Cenkovačan, urbani naivac iz Molvi, koji dvadeset i pet godina djeluje u Frankfurtu. U dvorani, gdje će se prikazivati promidžbeni filmovi, održavati okrugli stolovi i predstavljati proizvodi hrvatskih poduzeća, izloženi su i plakati Hrvatske turističke zajednice. Uoči Božića svojim radovima u Galeriji Hrvatskog promidžbenog centra predstaviti će se radovi Ivana Lackovi-

ća, Josipa Generalića, Franje Filipovića i Zvonka Sigetića.

U sklopu kulturnih djelatnosti posebna će se pozornost pridavati knjizi. Bit će zastupljeni mnogi nakladnici, a ponajviše Matica hrvatska i Školska knjiga.

Na slici: Ivan Ludvig s poduzetnikom Zdenkom Strigom ispred »Podravkinog« izloga u Frankfurtu

Tekst i snimka: MILAN SIGETIĆ



HRVATSKI PROMIDŽBENI CENTAR U FRANKFURTU UGOSTIO NJEMAČKE PODUZETNIKE

RAJ ZA ULAGAČE

● Dr. Rose s heidelberškog sveučilišta je o našem poreznom sustavu govorio kao o atraktivnoj svjetskoj novini, ističući da je Hrvatska jedina zemlja u svijetu koja ima jednostavan, razumljiv i za ulagače stimulirajući porezni sustav koji se temelji na znanstvenim rješenjima

FRANKFURT - »Hrvatska danas - investicije, ponuda, potražnja« naziv je poludnevnog hrvatsko-njemačkog gospodarskog susreta održanog 17. svibnja u Frankfurtu na Majni. Zamisao organizatora - tvrtke »Coral« i u njenom sklopu prije pola godine otvorenog Hrvatskog promidžbenog centra - naišla je na vrlo dobar odjek, uz ostalo zahvaljujući i hrvatskom poduzetniku iz Berlina, Milanu Ljubičiću, koji je potaknuo na dolazak više njemačkih poduzetnika iz svoga poslovnog okruženja.

U Hrvatskom promidžbenom centru u Offenbacher Landrase 80 u Frankfurtu okupilo se oko 80 sudionika, od kojih desetak iz Hrvatske. Uvodnu je riječ o aktualnom položaju hrvatskoga gospodarstva održao Marko Simat, savjetnik za gospodarstvo u Veleposlanstvu RH u Bonnu. O pravnim okvirima za strane ulagače i o najčešćim modelima u praksi govorio je odvjetnik Boris Porobić iz Zagreba, stručnjak za strana i domaća ulaganja, privatizaciju, restrukturiranje, ugovorno pravo i pravo trgovačkih društava, koji je sudjelovao i u realizaciji nekoliko najvećih stranih ulaganja u Hrvatskoj.

Predavanje o poreznom sustavu

Gotovo bez daha saslušano je predavanje o novom hrvatskom poreznom sustavu i pogodnostima za ulagače. Održao ga je prof. dr. Manfred Rose, koji je na Sveučilištu u Heidelbergu stručnjak za znanost o financijama i ujedno autor novog hrvatskog poreznog sustava. Za taj posao animirala ga je 1992. godine tadašnja studentska ekonomija Branka Lončarević, koja se u Heidelbergu i danas nalazi na posljediplomskom studiju. Poslije uvodnih izlaganja goto-

vo sat vremena potrajala je diskusija. Vlasnici i direktori njemačkih tvrtki, voditelji odjela za razvoj i drugi sudionici iz Savezne Republike Njemačke postavili su niz pitanja o hrvatskim zakonskim rješenjima, bitnim za svakog ulagača. Uz ostalo, na to ih je potaknulo izlaganje prof. dr. Rosea koji je o našem poreznom sustavu govorio kao o atraktivnoj svjetskoj novini, ističući da je Hrvatska jedina zemlja u svijetu koja ima jednostavan, razumljiv i za ulagače stimulirajući porezni sustav koji se temelji na znanstvenim rješenjima te da je Hrvatska od svih zemalja u tranziciji najdalje otišla. Posebno je zanimanje u njegovom nastupu izazvalo to što u Hrvatskoj nema poreza na kamate, kao i zaštita od inflacije. Prof. dr. Rose je hrvatski porezni sustav tijekom predavanja uspoređivao s njemačkim, naglašavajući da je za ulagače njemački sustav destimulativan. Stoviše, ustvrdio je da je naš sustav toliko dobar da bi sada »Njemačka morala uvesti hrvatski porezni sustav«. No, naglasio je da ovisi o hrvatskoj politici kako će praktično razviti porezni model. U popratnom tekstu o našem poreznom sustavu, koji je razdijelio sudionicima, prof. dr. Rose je čak nazvao Hrvatsku »investicijskim rajem«.

Predstavljena Istarska županija

U drugom dijelu susreta organizator se pobrinuo i za konkretno predstavljanje Istarske županije te više tvrtki koje su spremne strancima pri ulaganju pružiti svoje usluge, poput primjerice zagrebačkog GS Konzulta, čiji su vlasnik Gordan Vuletić i direktorica Mirjana Omelić također bili nazočni na skupu.



O razvojnim programima govorio je dr. Lenko Uračić, pročelnik Odjela za gospodarstvo u Istarskoj županiji, ujedno i član Turističkog vijeća Turističke zajednice te županije. Njegovo je izlaganje bilo poticajno i stoga jer je »u džepu« donio gotove projekte za koje se traže ulagači - apartmanska naselja i slično. Ujedno je, zajedno s voditeljem »Info-Kroatien-Istrien« iz Münchena, Guidom Schwengersbauerom, uz prikazivanje videofilma o Istri, predstavio turističke potencijale županije.

Marijan Cvitković, investicijski savjetnik iz riječke Riadria banke, govorio je o aktualnim investicijskim projektima na području Rijeke i okolice, a Zvonko Erak, komercijalni direktor »Novall« d.d. iz Osijeka, predstavio je poduzeća naglasivši da već vrlo dobro surađuju s njemačkim tvrtkom »Bayer«, čiji je »Novall« d. zastupnik za proizvodnju sredstava za zaštitu bilja.

Vlasnik »Coral« i Hrvatskog promidžbenog centra, Zdenko

Striga, osigurao je gostima za vrijeme višestrukih stanki okrepu domaćim kulenom, pršutom i šunkom, domaćim pićima »Istravina« i drugih proizvođača, domaćim kolačima. Na ulazu je goste inače dočekivalo četvero mladih u hrvatskim narodnim nošnjama, nudeći istarski sampanjac. U galeriji je priredena i izložba likovnih radova iz zbirke »Podravke«, koja je u Njemačku stigla posredstvom »Podravke-Konara« iz Geretsrieda kraj Münchena, koji na njemačko tržište plasira »Podravkin« proizvode.

Prvi poslovni razgovori

Posjetitelji su sa zanimanjem razgledali i gospodarski izložbeni prostor na prvom katu Hrvatskog promidžbenog centra, u kojem se, uz ostalo, nalaze i proizvodi »Podravke« - od nezamjenjive »Vegete« do gulaša i pastete, potom slatkiši zagrebačkog »Kraša«, a odjednom im se pridružilo i riječko »Istravino« sa svojim pićima, pazinski »Puris« s proizvodima od purećeg mesa... Nadaleko čuvena

njemačka pivovara »Binding« također u HPC-u odnedavno izlaže svoje proizvode.

Svaki od sudionika skupa dobio je i prigodne darove: po dva CD-a s hrvatskom instrumentalnom glazbom, producent kojih je »Coral« (a u čijoj popratnoj publikaciji »Coral« propagira tvrtke, poduzeća, butike ili umjetnike s kojima već duže surađuje), potom turističke publikacije i putnu kartu Hrvatske, trojezičnu publikaciju o porezu na dodanu vrijednost (koji stupa na snagu od iduće Nove godine) te animirajući tekst o Republici Hrvatskoj. Nije izostala niti lista sudionika skupa, da bi se mogli lakše uspostaviti kontakti. Sudeći po zadovoljnim licima gostiju nakon saznanja u kojima im je približena Hrvatska, uz pokazivanje videofilma i o Rabu, prvo predstavljanje u Hrvatskom promidžbenom centru organizirano je na zavidnoj razini. Nakon toga je održano i nekoliko poslovnih razgovora. Moglo bi se reći: za ulaganje u Hrvatsku to je dobar znak!

Marijana Koritnik

Medijaska podrška / Hrvatska

Udruženim snagama do dobre promidžbe

Hrvatska je kao novooosnovana tvrtka čiji uspjeh na tržištu uvelike ovisi o dobro osmišljenoj promidžbi. Na prostoru Njemačke hrvatsko gospodarstvo i kultura uglavnom su imali neprimjerenu promidžbu, pa nisu postignuli ni željeni rezultati. Kako bi se to izbjeglo nužno su zajedničke akcije i objedinjavanje ukupne hrvatske ponude.

Uvidjevši da se kulturne i zabavne manifestacije Hrvata u Njemačkoj mahom odvijaju u režiji pojedinih gostioničara, prije nekoliko godina odlučio sam iskoristiti svoje veliko marketinško iskustvo i Nijemcima pokazati nešto drukčiju sliku Hrvatske.

Smatrao sam da glazba treba biti snažan poticaj za okupljanje ljudi, ali te sam prigode koristio i za promociju gospodarstva. Ponašanje, putem nagradnih igara, letaka, plakata, logotipa pojedinih tvrtki na ulaznicama itd. Iako je osnovni cilj bio obraćanje Hrvatima u Njemačkoj, odazivali su se i Nijemci. Da bi se osigurao kontinuitet susretanja ljudi, ideja i poslova osnovao sam Hrvatski promidžbeni centar.

Centar je osnovan u sklopu tvrtke »Coral« kojim sam vlasnik i zapošljava desetak stalnih radnika, a suradnike angažira prema potrebi. Od prošle godine u reprezentativnom zdanju u središtu Frankfurta svaka tri tjedna priređujemo program, primjerice izložbu slika i gostovanje političara ili javnih djelatnika iz Hrvatske, kako bi odaziv bio što bolji. Te prigode koristimo za promociju hrvatskoga gospodarstva, posebice turizma.

Uz podršku sponzora, koji nam daruju svoje proizvode, aranžiramo darove za posjetitelje, dijelimo im kataloge o pojedinim tvrtkama ili o turističkoj ponudi Hrvatske. Jedan od naših noviteta je poklon CD-a s prepoznatljivim

Da bi Hrvatska imala primjernu promidžbu u Njemačkoj, prošle sam godine u reprezentativnom zdanju u središtu Frankfurta osnovao Hrvatski promidžbeni centar. To će biti stjecište ljudi, ideja i poslova koji će osigurati vezu između domovinskih tvrtki i stranoga kapitala

Piše:
Zdenko Štriga*

vom hrvatskom glazbom i unutar kojeg je katalog. Mislim da je to primjeren nadomjestak darivanja upaljača ili olovaka.

Osim toga, u prostorima Hrvatskoga promidžbenog centra su plakati s poznatim hrvatskim ljetovalištima te 17 vitrina u kojima svoje proizvode izlažu hrvatske i njemačke tvrtke. Od hrvatskih tvrtki u vitrinama je trenutno ponuda Kraša, INA-e, Podravke, Croatia vina i dr. U Promidžbenom centru nastojimo osigurati početnu komunikaciju tvrtki dviju država, s namjerom da se ona razvije u dugogodišnju suradnju. No, ambicije toga centra mnogo su veće.

Jedan od prvih zadataka je objediniti hrvatske nakladnike i u Centru osigurati stalnu izložbu knjiga s katalogom svih izdanja. S naklad-



Snimio: R. BELOŠEVIĆ

nima pregovaram o preuzimanju organizacije nastupa na Frankfurtskom sajmu knjiga. Do sada se, naime, često nije znao organizator, pa su i nastupi bili prilično mali.

Hrvatski turizam mahom se predstavlja putem sajmovi, ali druge turističke zemlje osmislile su mnoge druge načine i sajmovi predstavljaju tek jedan dio promidžbe. Namjera mi je i hrvatski turizam višeslojno predstaviti kako turistička sezona ne bi bila svedena na nekoliko ljetnih mjeseci. S hotelijerima pregovaram o ustupanju aranžmana tijekom zime, kako bi Nijemci starije dobi zainteresirali za zimovanje na Jadranu.

Primjerice kroz nagrade na manifestacijama u Centru ili preko radijskih emisija dijelili

bismo sedmodnevni boravak u hotelu. Računamo s time da bi dobitnik nagrade na odmor poveo i svoju obitelj, što bi hotelijerima bilo isplativo. Organizirat ćemo i autobusni prijevoz za Nijemce do našeg Centra, organizirati degustacije, prodaju slika, darivanja, prikaz turističke punude na video projekciji, nagradne igre i sl.

U predstavljanju hrvatskog turizma na sajmovima se nudio na desetke kataloga. Druge zemlje imaju ih tek nekoliko. Mislim da bi promotori našeg turizma trebali ponuditi oko četiri kvalitetna kataloga, a novac uložiti u druge oblike promocije.

U planu Centra je stvaranje hrvatskoga potrošačkog lanca. To znači da bi proizvođači iz Hrvatske, članovi lanca (Hrvati - vlasnici hotela, restorana, prodavaonica, individualni potrošači) mogli nabavljati putem kataloga i to u roku od 24 sata.

Promidžba Hrvatske kakvu zagovaram, kao i kapital koji sam uložio u to, neće odmah dati vidljive rezultate, ali dugoročno vjerujem u također dugoročno isplativost. Osim vlastita kapitala, za realizaciju projekta imao sam financijsku podršku sponzora. U budućnosti računamo sa subvencijama njemačke Vlade, ali očekujemo da će i hrvatske državne institucije spoznati prednosti ovakva objedinjavanja promidžbe Hrvatske.

Njemačka Vlada pozitivno je odgovorila na naš prijedlog da brojna kulturna društva koriste prostore Centra. Tako bi Vlada subvencionirala Centar i više ne bi imala obveze prema tim društvima. Suradnju ćemo uspostaviti i na programu povratka izbjeglica iz Njemačke, a osim njemačke Vlade taj bi program subvencionirala i Europska unija.

Riječ je o programu povratka »na sigurno«, a to znači da će Centar prikupljati informacije o mogućnosti zapošljavanja izbjeglica u Hrvatskoj, ili ulaganja njihove uštedene u kupovinu radnog mjesta. Takav organiziran pristup povratku bio bi olakšanje za vlade i za izbjeglice.

Još je cijeli niz programa koji se razrađuju u Hrvatskom centru za promidžbu i vjerujemo da će on uskoro postati mjesto gdje će se obratiti Hrvati kojima je stalo do kvalitetne promidžbe u Njemačkoj.

*autor živi i radi u Frankfurtu, vlasnik je marketinške tvrtke »Coral«

HRVATI U SVIJETU ■ ZDENKO ŠTRIGA, VLASNIK TVRTKE »CORAL« U FRANKFURTU

Europsko »ruho« za hrvatske proizvode

O krenuti Hrvatskoj! Tako bi se pod zajednički nazivnik mogli staviti mnogi poslovni ljudi hrvatskih korijenima u iseljenstvu. To je i razumljivo poglavito za one koji nisu dopuštali da se korijeni čupaju, uništavaju i zaboravljaju. I na nedavnom Saboru hrvatskih iseljenika još je jedanput potvrđena želja o čuvanju i uvršćenju svih mostova iseljene i domovinske Hrvatske.

I u ratnim uvjetima mnogi su poslovni ljudi (osim što su uvelike pomagali u humanitarnoj pomoći) pokazali i veliko zanimanje za drugu vrstu pomoći Hrvatskoj — za oživljavanje hrvatskoga gospodarstva.

Među mladim poduzetnicima zapaženo je i ime vlasnika tvrtke »Coral« u Frankfurtu. Zove se Zdenko Štriga, a u svom birou u središtu Frankfurta njegove su »antene« okrenute prema domovini — Zagrebu, Splitu, Osijeku i drugim gradovima, odnosno poduzećima i pojedincima koji žele doći na zapadno tržište.

Zdenko Štriga je s majkom, kad mu je bilo trinaest godina, otišao u tudi svijet. Bila je to majčina borba za život jer je, kako je govorila, djecu trebalo postaviti na noge. Iza leđa ostala im je slavenska ravčina, kukuruzišta s bogatim zrninom, dok su guške galele svoju

Zdenko Štriga, koji je sa 13 godina s majkom krenuo u svijet, danas kao mlad i poslovan čovjek tvrdi: Propaganda je skupa, ali bez reklame i marketinga nema ni posla u oštroj konkurenciji. Hrvatski proizvodi lakše će se probijati ako uz zajamčenu kakvoću imaju i modernu ambalažu

simfoniju hrvatske ravnice. U tom grču vlak je išao prema nepoznatoj postaji. Mladi je Zdenko u društvu njemačkih vršnjaka progovorio novim jezikom, učio i sazrijevao. Bilo je to vrijeme kad su računala postala posao i igračka, pa je u taj svijet ušao i Zdenko Štriga.

Uspješni Hrvati

— Okrenut sam sutrašnjici, iako se djetinjstvo ne zaboravlja. Mladi Hrvati odrasli ili rođeni u Njemačkoj drukčije se ponašaju od svojih vršnjaka u domovini. To je i razumljivo, jer asimilacija i integracija u njemačko društvo čini svoje. Meni je ugodno kad sretno mlade stručnjake hrvatskog podrijetla, a posebice inženjere, li-

ječnike, tehnologe i druge stručnjake koji su trideset i više godina radili u struci i koji su na visokoj cijeni baš kao i stručnjaci Nijemci. Uspjeh se vidi i kod poduzetnika građevinske struke, prijevoznika, vlasnika servisa, a Njemačka zacijelo ne bi imala takvu ponudu u ugostiteljstvu kad ne bi bilo naših ljudi vlasnika hotela, restorana, gostionica. Ima ih više od četiri tisuće i ugostitelji su povezani u svojim udruženjima. Baš ta povezanost jamči i uspjeh, priča Štriga.

Njegova je, naime, želja da Hrvati u svijetu budu još jači i bogatiji. U tome vidi i bogatiju domovinu. Zdenko Štriga uputio je ovih dana i više poruka na adrese u domovini, jer poduzećima i pojedincima želi olakšati nastup u svijetu.



Zdenko Štriga

Snimio: MIHOVIL ŽUPAN

Njegov »Coral Trading GmbH« može olakšati poslove u izvozu i uvozu, posredovati u kupnji i prodaji nekretnosti, u razvijanju marketinga, uvođenju i održavanju kompjutorske opreme, u grafičkoj i tiskarskoj djelatnosti, odnosno dizajnu. Zdenko Štriga dao je do znanja potencijalnim suradnicima i poslovnim partnerima da ne gube vrijeme i novac ako žele u Njemačkoj osnovati svoje predstavništvo. »Coral« im može osigurati radni prostor i komunikacijske sprave.

— Moguću suradnju posebice vidim s dalmatinskim poduzećima. Turizam će dogodine biti bogatiji. Najbolji dokaz ovog ljeta je dolazak gostiju na Brač, Hvar i Korčulu. Dalmatinsko gospodarstvo osim turizma ima štošta po-

kazati svijetu. Mislim da bismo mogli nastupati zajednički na sajmovima u Frankfurtu, Kölnu, Münchenu, Stuttgartu, Düsseldorfu i drugim gradovima. »Coral« ima pregled, kontakte, iskustvo i prihvatljive aranžmane. Nastupi bi bili djelotvorniji i jeftiniji od pojedinačnih zakupa i traženja mjesta, pojašnjava g. Štriga.

Posljedice rata

Kad govori o hrvatskom nastupu u svijetu, Zdenko Štriga ga povezuje s iskustvom koje je polučio nakon raspada istočnog bloka. Kaže kako je »Coral« sa zapadnim tvrtkama uspješno povezao gospodarstvenike iz Mađarske, Češke, Slovačke i Poljske. Ako naši ljudi shvate kako je traženje prvog kontakta do posla težak i skup posao, a da već postoje organizacije koje su taj put otkrile, onda će svoje ideje povjeriti onima što imaju iskustvo. Štriga zna da bez preduvjeta za rad nema ni rezultata. Propaganda je skupa, ali bez reklame i marketinga nema ni posla u oštroj konkurenciji. Hrvatski proizvodi lakše će se probijati ako uz zajamčenu kakvoću imaju i odgovarajuće ruho, modernu ambalažu s modernim porukama. Ulog u propagandu sastavljen je dio proizvodnje.

Zdenko Štriga vjeruje kako će i zapadni kapital uskoro brže krenuti prema Hrvatskoj.

— Mnogi su poslovni Nijemci već bili orijentirani na Hrvatsku, ali su zbog agresije i posljedice rata išli na mirna tržišta. Vjerujem kako ništa nije vječito i kako će Hrvatska ubrzo dobiti svoj gospodarski zamah. Bit će mi drago kad se povežem s pojedincima i tvrtkama u Dalmaciji, jer držim kako smo udruženi jači i bogatiji. »Coral« se, neka ne zvuči reklamno, drži pravila: vi zovete, mi odgovaramo, vi nastupate, rekao je na kraju Zdenko Štriga.

Mihovil ŽUPAN

Medijaska podrška / Njemačka

Nachrichten für
Außenhandel

Dienstag, 26. Mai 1998 Seite 4 / Nr. 99

Osteuropa**Kroatien/Infrastruktur****Häfen hoffen auf deutsche Investoren**

Wettbewerbsfähigkeit nur mit Modernisierungen zu halten

Frankfurt (vwd) - „Als wichtiger Umschlagplatz zwischen den Märkten Europas und Asiens gewinnen die kroatischen Häfen immer mehr an Bedeutung. Um weiter wettbewerbsfähig zu bleiben, bedarf es allerdings umfassender Modernisierungen. Dabei setzt die kroatische Seite vor allem auf die Hilfe deutscher Investoren“, teilte der Geschäftsführer der CORAL Trading GmbH, Zdenko Striga, kurz vor seiner Abreise an die Dalmatinische Küste exklusiv mit.

Gemeinsam mit deutschen Unternehmen sondiert er in den wichtigsten Hafenstädten des Adriatischen Meeres vom 25. bis 29. Mai 1998 Kooperationsmöglichkeiten mit kroatischen Schiffbauern, Transportbetrieben und anderen Branchenfirmen der Region. Reiseziele seien unter anderem die Ortschaften Dubrovnik, Ploce, Zadar und Rijeka.

○ Hafen Dubrovnik:

Der Hafen der 66.000 Einwohner zählenden Handelsmetropole ist vor allem für den internationalen Reiseverkehr von zentraler Bedeutung. Wichtige Investitionsprojekte sind laut Striga u.a.:

- ▶ der Bau eines neuen Reiseterrinals (Trajekt-Terrinal – veranschlagte Kosten: 9,6 Mio. \$)
- ▶ der Ausbau des Distributionszentrums (2,8 Mio. \$) sowie
- ▶ die Errichtung einer Roll-on-off-Rampe.

Die geplanten Investitionen belaufen sich auf insgesamt 13 Mio. \$. Diese Vorhaben seien wichtige Bestandteile des Zwei-Jahres-Hafenentwick-

lungsplanes bis 2000. Dieser beinhaltet auch die Sanierung weiterer Infrastruktur-Objekte, die Errichtung eines Parkplatzes (Fläche: 17.000 qm) sowie den Ausbau des gesamten Hafengeländes.

Die Hafenverwaltung schätzt die Gesamtkosten der zu realisierenden Arbeiten auf 18,44 Mio. Kuna (HRK – 100 HRK = 27,80 DEM). Die Regierung in Zagreb will in diesem Jahr nach Strigas Angaben 3,8 Mio. HRK besteuern. 1999 stellt sie weitere 6,80 Mio. HRK bereit.

Die Hafenverwaltung Dubrovnik werde im ersten Jahr 345.000 HRK für die notwendigen Modernisierungsarbeiten aufwenden. Im zweiten Jahr sollen es bereits 2,40 Mio. HRK sein. Für die Realisierung weiterer Entwicklungsetappen will die Hafenverwaltung Kredite von insgesamt 5,10 Mio. HRK aufnehmen. Baubeginn für die neue neue Terminalanlage sei das dritte Quartal 1998. Die voraussichtliche Bauzeit dürfte laut Striga etwa 20 Monate betragen.

○ Hafen Ploce:

Dieser wichtige Warenumschiagsplatz liegt im südlichen Teil der Adriaküste. Wegen seiner günstigen geographischen Lage sowie seiner guten Straßen- und Eisenbahnanbindung ist Ploce laut Striga der wichtigste Hafen für Kroatien, aber auch für die anderen Anrainerstaaten der Region. So wickelt beispielsweise Bosnien-Herzegowina 90% seines internationalen Warenaustausches mit Übersee über den Hafen Ploce ab. Weitere Nutzerstaaten sind: die jugoslawische Teilrepublik Montenegro, Ungarn sowie

Tschechien und die Slowakei. Striga informierte in diesem Zusammenhang, daß der Hafen Ploce jährlich rund 5,5 Mio. t Waren be- und entlädt. Zum Vergleich: vor dem Jugoslawien-Krieg wurden an der Adriaküste jährlich rund 30 Mio. t Güter umgeschlagen. Dabei verfügt er über Verladekapazitäten sogenannter Schütt- und Rieselgüter, aber auch flüssiger Waren.

Die Hafenverwaltung wird laut Striga „im Einklang mit den gesetzlichen Regelungen Interessenten die Konzession für den Bau und die Nutzung neuer Objekte im Hafengebiet erteilen“. Zuvor gebe es eine öffentliche Ausschreibung dazu. Konzessionen für den Zeitraum bis zu zwölf Jahren werden von der Hafenverwaltung vergeben. Für den Zeitraum zwölf bis 33 Jahre ist die Regierung der Republik Kroatien zuständig, für die Spanne 33 Jahre bis 99 Jahre das Parlament in Zagreb. Die Hafenverwaltung werde die Vertragserfüllung während der Konzessionsdauer in Ploce kontrollieren, hieß es weiter.

Aufgrund derzeit nur begrenzter eigener Investitionsmittel verfolge die Hafenverwaltung zunächst keine größeren eigenständigen Bauprojekte. Sie konzentriere sich vor allem auf die Rekonstruktion bestehender Hafenanlagen.

▶ Für weitere Informationen: CORAL Trading GmbH, Offenbacher Landstraße 80, 60599 Frankfurt, Tel.: 069/61 61 97 bzw. 61 36 15, Fax: 069/62 56 28.

E-mail: CORAL-@t-online.de
Ansprechpartner: Geschäftsführer Zdenko Striga. NfA (roe) 26.5.98

Medijaska podrška / Hrvatska

Nove poslovne niti frankfurtskog Corala

Više ideja, više poslova

Zajednički izlazi na tržište kvalitetniji i učinkovitiji

U povodu otvorenja izložbe slika hrvatskog iseljenika iz Frankfurta, Ive Cenkovića, u Galeriji INA, Unutarnje trgovine u Zagrebu, čulo se i više primjera o budućoj suradnji frankfurtskog »Coral« s poduzećima i institucijama u domovini.

Zdenko Štriga, poznat među Hrvatima u Frankfurtu, kao organizator uspješnih predstavljanja hrvatskih poduzeća i koncerna, po planu knjiga hrvatskih autora i izdanja nastalih tijekom domovinskog rata, želi povezati sve one koji imaju ambicije izlaska na inozemno tržište.

— Zadovoljan sam što su prvi kontakti s Inom pokazali da se vrata mogu otvoriti, da se cijene ideja, jer ljudi u INI imaju golemo iskustvo koje se temelji na osnovi: što više ideja, više je i poslova, govori Zdenko Štriga.

Njegov Coral tiskao je Hrvatsko-njemački poslovni partner i prvi broj u kojem su predstavljene mnoge tvrtke, poduzeća, privatni poduzetnici i turistička poduzeća, imao je dobar odjek, pa će za Jesenski velesajam izći i drugi broj, gdje će još više biti naglašeno poduzetništvo i kontakti s njemačkim tvrtkama. Riječ je o preglednom i europski dizajniranom glasilu.

— Naša je velika želja, govori Zdenko Štriga, da objedinimo i uskladimo nastupe hrvatskih poduzeća na raznim izložba-



Zdenko Štriga

ma, priredbama i sajmovima i da se zna da je Coral nositelj projekta. Naime, Nijemci su često zbunjeni kad im se javljaju pojedinci ili tvrtke samoinicijativno govoreći kako nastupaju u ime Hrvatske. Želim o tome obavijestiti odgovorne u Hrvatskoj gospodarskoj komori, kako ne bismo nanosili štetu. Coral je u kontaktu s upravama sajmovi i bit će jeftiniji, a učinkovitiji nastupi ako idemo sa zajedničkim štandovima i cjelovitom ponudom već prema vrsti izlaganja, kaže Zdenko Štriga.

Za vrijeme boravka u Zagrebu mladi poduzetnik iz Frankfurta obavio je razgovore u bankama, »Industrogradnji«, »Mladosti«, »Podravki« i drugim poduzećima. (M. S.)

U Varaždinu je boravio Zdenko Štriga, vlasnik tvrtke »Coral« iz Frankfurta

S »CORALOM« NA EUROPSKO TRŽIŠTE

U Frankfurtu na Majni – europskom središtu banaka, kapitala, trgovine i sajmovi, osnovao je prije desetak godina Zdenko Štriga, Hrvat iz Bebiša koji je s 13 godina otišao u Njemačku, vlastitu tvrtku »Coral«. Tijekom niza godina »Coral« je višestruko proširivao svoj djelokrug rada, a danas je to sustav koji, prije svega, omogućuje poduzećima i pojedincima iz Hrvatske povezivanje s poslovnim partnerima u Njemačkoj, to jest pruža sve neophodne informacije i usluge koje su potrebne kod otvaranja predstavništava ili organiziranja drugih vidova nastupa na tržištu Zapadne Europe.

Upravo na ideji što obimnijeg i kvalitetnijeg predstavljanja hrvatskog gospodarstva, turizma, kulture i sporta u Njemačkoj, tvrtka »Coral« Zdenka Štrige priprema nekoliko projekata u nastupajućem razdoblju. Središnja akcija bit će velesajam pod nazivom »Hrvatska otvara vrata«, koji će se u Frankfurtu prirediti od 14. do 17. travnja 1994. Ova sajamska manifestacija organizira se na temelju velikog interesa kojeg su hrvatska poduzeća pojedinačno iskazala za predstavljanje na njemačkom tržištu, tako da se očekuje velik broj hrvatskih izlagača.

Osim toga, u »režiji« tvrtke »Coral« priprema se i prvi poslovni vodič hrvatskih i njemačkih tvrtki iz područja gospodarstva, turizma, kulture i sporta pod nazivom »Hrvatsko-njemački partner«. Promocija ovog vodiča, kao i najava velesajma »Hrvatska otvara vrata«, održat će se 5. veljače 1994., kada se u Frankfurtu »Festhalle« priređuje veliki koncert uz sudjelovanje najpoznatijih hrvatskih pjevača.

Tom će se prilikom organizirati i tombola na kojoj je nagradni fond Mercedes vrijedan 50 tisuća DEM, uz još nekoliko tisuća nagrada.

Isto tako priredit će se izbor najljepše Hrvatice sa svih pet kontinenata, koja će biti nagrađena desetodnevnim boravkom u Hollywoodu.

Budući da se u ovim projektima očekuje i sudjelovanje poduzeća i pojedinaca s područja županije, varaždinske, vlasnik tvrtke »Coral« Zdenko Štriga posjetio je proteklog četvrtka Varaždin. Njegov domaćin ovom prilikom bio



Zdenko Štriga – vlasnik tvrtke »Coral« u Frankfurtu

je Đuro Hunyadi, vlasnik poduzeća za graditeljstvo, inženjering, projektiranje, konzalting i promet roba »Hunyadi« d.o.o. – poduzeća koje je preuzelo ulogu svojevrsnog »servisa« na varaždinskom području za sve projekte koje vodi tvrtka »Coral«. Vlasnik »Coral« Zdenko Štriga je i ovom prilikom pozvao gospodarstvenike, kulturne i sportske djelatnike turističke organizacije varaždinskog područja da se uključe u projekte »Coral« koji omogućuju kvalitetno predstavljanje na njemačkom tržištu. Sve obavijesti, informacije i rezervacije mogu se dobiti putem telefonskih brojeva tvrtke »Coral« u Frankfurtu 069/616197 i 613615 (telefaks 069/625628), a osnovne informacije i u varaždinskom poduzeću »Hunyadi« – telefon 042/55426 (telefaks 042/55570). (ZP)

PRO MERIDIJANI

CORAL OTVARA VRATA SVIJETA

Ratno je stanje, ali neke odluke, kad je riječ o napretku gospodarstva i povezivanja Hrvatske sa svijetom, moramo donositi brže i fleksibilnije – kaže Zdenko Štriga, vlasnik Coral Trading GmbH, tvrtke sa sjedištem u Frankfurtu koja povezuje poslovne partnere iz Hrvatske s onima u Njemačkoj. Ali i mnogo više...

— Naša je zadaća u svijetu da mislimo hrvatski i za dobrobit Hrvatske, ali nas uvjeti zapadnog poslovanja teraju da brže reagiramo. Imamo rokove za poručivanje, za ponude, za plaćanje, a to se kod nas često odlaže. Mi smo svjesni da je ratno stanje, ali neke odluke, kad je riječ o napretku gospodarstva i povezivanja Hrvatske sa svijetom, moramo donositi fleksibilnije. Svako kašnjenje i zacijepanje daje prigodu drugima...

Tako razmišlja Zdenko Štriga, vlasnik firme Coral Trading GmbH iz Frankfurta, a to kaže u osobnom iskustvu. Još u trinaestoj godini stigao je iz Bebiša u grad s najvećom zrakoplovnom lukom u Europi, ne samo poznate svjetske banke, trgovine, kapitala i sajmovi. U ovom gradu se doista ne sorađa nepostojnost i oklijevanje, ne nije čudno što na površini ostaju samo najizbaviji, najspretniji i najposlovniji. Zdenko Štriga upojao je te činjenice još od trinaestih godina kad je iz Bebiša stigao s majkom u ovaj grad, koji zbog futurističkog skylinea s nadolazećim nebesdima najviše od svih njemačkih centara podizao na poslovne centre Chicagoa i Atlanta.

Mnogi trebaju pomoć

Tako je prije desetak godina nastao i Coral Trading GmbH, koji u mnogom predstavlja suvremeni način poslovanja tipičan u džungli razvijenog tržišta: ona posreduje, nudi informacije iz svoje banke podataka, poslovne kon-

takte, pomoć u snalaženju na tržištu, marketing... to u jednom od poziva na poslovnu suradnju upućenom našim firmama upućuje: »Tražite li na njemačkom tržištu poslovne kontakte, želite li plasirati svoje proizvode, tražite li za poslovnim partnerima, nabavkom potrebnih sredstava ili izradom propagandnih materijala? Ne gubite vrijeme i novac! Ušinite to preko nas! Nudimo vam punu suradnju našim poznavanjem njemačkog dugogodišnjim iskustvom, mnogim poslovnim vezama, suvremenom opremljenim uredima, efikasnošću i brzinom...»

Pogledostavljeno rečeno, u kolaru robe i novca Zdenko Štriga povezuje ljude, tvrtke iz Hrvatske s tvrtkama Hrvatske i Njemačke i s njemačkim firmama i njihovim poslovnim interesima. — Svjedok sam kako se naše brojne tvrtke i pojedinci muče da osnuju ovdje u stranoj sredini svoja predstavništva ili firme, lutajući od jedne do druge institucije, ne znajući pravo koja pravila i zakoni u ovoj zemlji vrijede. Vido sam kako plaćaju nerazumno visoke najamnine za poslovni prostor i kako teško dolaze do pravih podataka – priča Zdenko Štriga, koji u svom poslovnim katalogu ističe da Coral ima kompjuterski obrađeni čak milijun i pol poslovnih adresa. — Odušio sam stoga na tržište ponudit iskustvo Corala, svoje uredne, taksove, kompjutere, terminale, telefone. Ja imam pre-

gled ponude i potražnje roba i tu mogu biti od koristi.

Raspodam istočnog bloka bivše zemlje socijalizma postale su nezaznava leđa na zapad, ali isto tako s nedovoljno iskustva i kontakata da bi odmah krenuli u osvajanje zapadnih partnera. Coral je na taj način pomogao mnogim pojedincima i poduzećima iz Mađarske, Češke, Slovačke i Poljske i povezo ih s tvrtkama u Njemačkoj, Švicarskoj ili Nizozemskoj.

Kad ljudi shvate da je lutanje i traženje prvog kontakta i posla nerijetko veliki gubitak vremena i novca – kaže Štriga – a da već postoje uhodane staze, s pomoć Corala naci će zajednički jezik.

Coral stoga poduzećima iz Hrvatske nudi osnivanje predstavništava pod svojim krovom – kako bi štediti na poslovanju.



poslovnim prostorom, a koristi Coralovu informacijsku infrastrukturu.

— Želimo biti predstavnicima naših firmi i privatnih osoba na obostrano zadovoljstvo, samo se tako može napredovati i opstati na ovrhu konkurentnom tržištu kao što je njemačko – kaže vlasnik Corala. — On uskoro namjerava otvoriti predstavništva u Münchenu i Berlinu. Hrvatskim poduzećima koja su imala otvorena svoja predstavništva, a sada su im postala preokupa, Coral nudi nastavljeno vođenje poslova s daleko povoljnijim uvjetima.

— Naše poslovne veze pomoći će im u plasmanu njihove proizvodnje ili nabavi njihova potrebnih proizvoda – objašnjava Štriga. — U tom poslu mi im savjetujemo »ako da postignu što povoljniju cijenu, i, tečimo, ako nam netko ponudi svoje proizvode po cijeni koja njemu odgovara, mi ćemo mu u najkraćem roku odgovoriti kako bi je uskladio s potražnjom na tržištu. To vrijedi i kad netko odlučuje jeftinije prodati robu. No, ako za nju možda dobili više, odmah ćemo mu to javiti. Ukratko, borit ćemo se za što bolji uspjeh naših poslovnih partnera.

Zdrava konkurencija je potrebna

Zdenko Štriga, također, želi razgranati poslove s nekretnostima, ima uhodan marketing, već govori kompjuterska rješenja za brojne poslove, a raspolaže s velikim adresarom tvrtki, banaka i kompanija. Za sve poslove nudi i onaj osobito važan dio posla toliko razvijen na zapadnom tržištu: komuniciranje pismi-

ma, obavještanje, slanje pismenih ponuda, prospektata, marketinških poruka, kataloga, a za sve to nudi i grafička rješenja. Njegov poduzeće, također, osigurava i sudjelovanje na sajmovima u Njemačkoj, a za firme koje se bave međunarodnim prijevozom robe, spreman je osigurati prijevoz u povratku kako ne bi imali prazan hod. Coral vodi i evidenciju svih hrvatskih poslovnih objekata, od poduzeća i hotela, do restorana i klubova koji se nalaze izvan Hrvatske s ciljem da svim pojedincima, kulturno-umjetničkim društvima i sportskim organizacijama dijaspore omogući što bolju međunarodnu suradnju, te bolje i brže informacije.

— Optimist sam. Smatram da vrlo brzo mora doći do brzog koliranja kapitala u Hrvatskoj – vjeruje Zdenko Štriga. — Ni-

jemci se raspituju za tokove privatizacije, za mogućnost kupovanja dionica, sudjelovanja u obnavljanju tehnologije. Čini mi se da Bavarci posebno dobro poznaju hrvatske priike i oni su posebno pokazali kako se pomaže u nevoj. Poslije humanitarne pomoći na red će neminovno doći i poslovi. Moramo stoga već sada pripremiti zakonske i carinske uvjete koji će nam olakšati poslove, jer za stotinu proizvoda ne može postojati stotinu zakonika i isto toliko hrpa papira.



Zajedno smo jači: vlasnik tvrtke Coral Trading GmbH, Zdenko Štriga.

ma, obavještanje, slanje pismenih ponuda, prospektata, marketinških poruka, kataloga, a za sve to nudi i grafička rješenja. Njegov poduzeće, također, osigurava i sudjelovanje na sajmovima u Njemačkoj, a za firme koje se bave međunarodnim prijevozom robe, spreman je osigurati prijevoz u povratku kako ne bi imali prazan hod. Coral vodi i evidenciju svih hrvatskih poslovnih objekata, od poduzeća i hotela, do restorana i klubova koji se nalaze izvan Hrvatske s ciljem da svim pojedincima, kulturno-umjetničkim društvima i sportskim organizacijama dijaspore omogući što bolju međunarodnu suradnju, te bolje i brže informacije.

— Optimist sam. Smatram da vrlo brzo mora doći do brzog koliranja kapitala u Hrvatskoj – vjeruje Zdenko Štriga. — Ni- jemci se raspituju za tokove privatizacije, za mogućnost kupovanja dionica, sudjelovanja u obnavljanju tehnologije. Čini mi se da Bavarci posebno dobro poznaju hrvatske priike i oni su posebno pokazali kako se pomaže u nevoj. Poslije humanitarne pomoći na red će neminovno doći i poslovi. Moramo stoga već sada pripremiti zakonske i carinske uvjete koji će nam olakšati poslove, jer za stotinu proizvoda ne može postojati stotinu zakonika i isto toliko hrpa papira.

Medijaska podrška / Hrvatska

Belišćanin Zdenko Štriga nudi Hrvatskoj poslovne veze s cijelim svijetom



Na usluzi hrvatskim poduzećima — Zdenko Štriga u svom novom birou u Offenbacherlandstr. 68 u Frankfurtu

"Coral Trading" iz Frankfurta već desetak godina predstavlja mnoge poznate tvrtke, a sada svojim iskustvom želi pomoći i hrvatskim poduzećima



Preko 'Coral' na svjetsko tržište

Poduzeće CORAL Trading GmbH, sa sjedištem u Frankfurtu, već desetak godina uspješno posluje na njemačkom tržištu, gdje uglavnom predstavlja mnoge poznate svjetske tvrtke. Ovih dana otvorilo je svoj drugi ured u Frankfurtu, u Offenbacherlandstrasse 68. Tajnu uspjeha ovog po mnogo čemu zanimljivog poduzeća otkriva nam njegov vlašnik, 36-godišnji Zdenko Štriga, inače rodom iz Belišća:

— Otkako smo osnovani, trudimo se da potpuno zadovoljimo naše poslovne partnere, vodeći pritom računa i o kulturi rada koju zahtijeva njemačko vrlo probirljivo tržište. Ukratko, posrednici smo mnogim tvrtkama u plasmanu i nabavi gotovo svih proizvoda, bilo na njemačkom ili pak nekom drugom tržištu. U tom poslu raspoložemo mogućnošću suradnje s oko milijun i pol firmi. To nam omogućuje plasman i nabavu gotovo svih proizvoda koje od nas zatraže naši partneri.

• Vaša poslovna ponu-

i i Münchenu. Hrvatska poduzeća koja su već otvorila svoja predstavništva u Njemačkoj, a sada su im preskupa, obavještavamo da im mi možemo nastaviti vođenje poslova po jako povoljnim uvjetima. Naše poslovne veze pomoći će im u plasmanu njihove proizvodnje ili nabavi njima potrebnih proizvoda. U tom poslu mi i savjetujemo kako da se postigne što povoljnija cijena. Recimo, ako nam netko ponudi svoje proizvode po cijeni koja njemu odgovara, mi ćemo mu u najkraćem mogućem roku odgovoriti kako bi je uskladio s potražnjom na tržištu. To vrijedi i kad netko odluči jeftinije prodati robu. No ako za nju može dobiti više, odmah ćemo mu to

• Dajete li poslovnim partnerima kakva jamstva?

— Isprva im ne možemo ništa jamčiti, dok ne ispitamo tržište, odnosno putem poslovnih veza ustanovimo mogućnosti plasmana ili potražnju za određenim proizvodima. Svakom budućem partneru možemo sa sigurnošću samo kazati: zatražite našu uslugu, ubrzo ćete se uvjeriti u našu sposobnost da u svako doba nademo najpovoljnije rješenje.

• Što možete plasirati na raznim tržištima?

— Gotovo sve što od nas zatraže naši partneri. Mi ćemo to obaviti za njih prema dogovoru i trenutnoj situaciji na tržištu. Znači, želimo biti predstavnici naših firmi ili privatnih osoba obostrano zadovoljst

Jer samo se tako može napredovati i opstati na tržištu.

• Kakve su cijene vaših usluga?

— Upozoravam sve naše potencijalne partnere da nudimo vrlo povoljnu mogućnost mjesečne pretplate. Dakle, bez obzira na vrijednost posla u nekom mjesecu, plaćaju nam dogovorenu cijenu. Da je to uistinu povoljno, dokazuje u posljednje vrijeme sve veće zanimanje hrvatskih poduzeća za suradnju s nama — zaključuje svoju priču Zdenko Štriga, koji je dosadašnjim radom stekao veliko povjerenje poslovnih partnera rom svijeta, a u poslijenje doba na razne načine želi pomoći i hrvatskim tvrtkama i poslovnim ljudima kako ne bi lutali svijetom u potrazi za boljim tržištima.

Za vrijeme posjeta novootvorenom informativno-kompjutorskom centru naš ugledni biznismen dočeka nas je još jednim iznenađenjem — okupio je svoje prijatelje da zajedno nazdrave za sreću u poslovanju.

Tom prilikom voditelj Hrvatske katoličke misije u Frankfurtu fra Leo Delaš blagoslovio je novi poslovni prostor. Vjerujemo i zbog toga u sreću i uspješnost svih onih koji se odluče surađivati s CORAL Trading GmbH.

Zoran Roko Paškov



Na otvaranju novog »Coralova« ureda bili su nazočni naši ugledni poslovni ljudi u Frankfurtu

da zacijelo je vrlo zanimljiva i za mnoga poduzeća u domovini?

— Svakako, s time i računamo. Vidite, samo da bi neko naše poduzeće otvorilo predstavništvo u Njemačkoj, treba uložiti tisuće maraka, a da i ne govorimo o kasnijim izdacima. Mi im nudimo mogućnost da budemo njihovi predstavnici po vrlo povoljnim uvjetima. Namjeravamo svojim radom povezati Njemačku od sjevera do juga, pa ćemo uskoro otvoriti i predstavništva u Berlinu

javiti. Ukratko, borit ćemo se za što bolji uspjeh naših poslovnih partnera.

• Na što se u vašem poslu najviše pazi?

— Ponajviše su na cijeni kvaliteta i rokovi isporuke. Dakle, svaki proizvod treba uvijek biti jednake kvalitete i mora stići u dogovoreno vrijeme. U dosadašnjem radu s našim tvrtkama dogadalo se da mi u početku dostavljaju kvalitetne proizvode, a poslije sve lošije i mimo dogovorenih rokova.

Poslovne prezentacije u promidžbenom centru u Frankfurtu



Poslovne prezentacije u promidžbenom centru u Frankfurtu



