

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

REDOVNI PODLISTAK NEDELJNIKA "VREME", IZLAZI SVAKOG PRVOG ČETVRTKA U MESECU

**SARADNJA
SRPSKE I NEMAČKE
PRIVREDE**

**Ulaganja sa
nemačkim
garancijama**

VREME OSIGURANJA

**Wiener
Städtische
beleži rast**

**MIHAEL ŠMIT,
DELEGACIJA NEMAČKE PRIVREDE**

**Podržati
privatni
kapital**

kids love chemistry

At BASF, we create chemistry.

www.basf.com/chemistry



International Year of
CHEMISTRY
2011

BASF is a Global Sponsor

 **BASF**

The Chemical Company

HENKEL

Sve bolji rezultati

Kompanija Henkel nastavila je da beleži dobre rezultate i u trećem kvartalu ove godine. Prodaja u trećem kvartalu dostigla je 4,028 milijardi evra što predstavlja rast od 1,7 odsto. Korigovani operativni profit beleži rast od 4,7 odsto i iznosi 541 miliona evra, dok je korigovana EBIT marža 13,4 odsto sa rastom od 0,4 odsto. Svi poslovni sektori ostvarili su znatan porast marže, a tržišta u razvoju nastavljaju da beleže dvocifreni rast. Henkel do kraja fiskalne 2011. godine očekuje organski rast prodaje između pet i šest procenata. "Uprkos svim izazovima na tržištu, i ovog puta smo ostvarili veliki organski rast prodaje na za nas značajnim tržištima", izjavio je predsednik Upravnog odbora kompanije Henkel, Kasper Rorsted.

SCHENKER

Novi generalni direktor

DB Schenker je zadužen za transportne i logističke usluge u okviru Deutsche Bahn, Nemačkih železnica. Posmatrajući prodaju i performanse tokom 2010, oko 18,9 milijardi prodaje u 130 zemalja, logistička divizija DB-a je druga u svetu u svojoj branši.

Počevši od 1. 11. 2011. funkciju generalnog direktora Schenker d.o.o. obavljaće gđin Neven Marčesku. Profesionalnu karijeru gradio je u Coca-Cola HBC Srbija tokom poslednjih 11 godina, a na čelo Schenker d.o.o. dolazi sa funkcije direktora logistike. "Učvršćivanje pozicije i dalja ekspanzija DB Schenkera na srpskom transportno-logističkom tržištu izazov je kojem smo moj tim saradnika i ja spremni da energično odgovorimo. Drago mi je da sam na čelu Schenker d.o.o. i time deo globalnog DB Schenker tima", istakao je gđin Marčesku. Schenker Srbija je osnovan 2002. godine, u ovom trenutku zapošljava 46 ljudi, a godišnje se obradi više hiljada pošiljaka i tona robe.

BASF

Lokalni i globalni rast

Najveći hemijski koncern na svetu, BASF – The Chemical Company, nastavlja da povećava prodaju i tokom ove godine, uz realna očekivanja da će prošlogodišnji rezultat od 63,9 milijardi evra biti premašen uprkos turbulencijama na međunarodnom tržištu kapitala. Predstavništvo nemačkog BASF-a u Srbiji posluje 25 godina i u našu zemlju uvelo je brojne održive tehnologije zasnovane na inovativnim hemijskim proizvodima koji su kao sirovina prisutni u skoro svim granama hemijske industrije, kao i u svakodnevnom životu svih nas.

U oblasti proizvoda za zaštitu bilja, najznačajnija inovacija na srpskom tržištu je Clearfield® tehnologija, koja je zasnovana na hibridu suncokreta tolerantnom na herbicid Pulsar 40. Kompanija je na lokalnom tržištu prepoznatljiva i po energetski efikasnim građevinskim materijalima, sirovinama za kozmetičku, prehrambenu, farmaceutsku i industriju papira, kao i po pigmentima, fluidima za automobilsku industriju i hemikalijama za rafinerije. Najnovije tehnološko dostignuće realizovano u saradnji sa domaćim partnerom Beohemijom je prvi domaći premijum deterdžent Deus napravljen od sirovina vrhunskog kvaliteta.

Širom sveta BASF je poznat i kao društveno odgovorna kompanija. Jedna od najnovijih aktivnosti tog tipa je i pokretanje veb-sajta www.chemgeneration.com nastalog povodom obeležavanja Međunarodne godine hemije 2011. Ovaj zanimljiv, moderan i interaktivan sajt dostupan je i na srpskom jeziku a ima za cilj da se kod mladih ljudi probudi interesovanje za hemiju i da im se predoči značaj koji hemija ima u savremenom životu.

PR INDUSTRIJA

Otvoreniji nego ikad



piše: **Jozo Laurenčić**,
direktor i partner marketing
agencije Idea Plus
Communications

Perspektiva advertajzing, PR i celokupne komunikacione industrije u Srbiji u vreme krize nije ni bolja ni lošija od perspektive ostalih grana ekonomije. Konkretnije, komunikacioni budžeti su smanjeni i postali su restriktivniji po pitanju izbora kanala komunikacije, a smanjene su i mogućnosti dugoročnijih planiranja. Ipak, i pored kriznih turbulencija, ovo je i vreme u kome je komunikacija otvorenija nego ikad, a samim tim i veći izazov za sve nas u kreativnom biznisu. Naime, prva polovina 21. veka donela je pozitivan trend rasta novih vrsta i kanala oglašavanja, kao i sve raznovrsniju ponudu usluga i proizvoda na tržištu (recimo, bankarske, telekomunikacione i usluge osiguravajućih društava, proizvodi hemijske ili IT industrije). Takođe, mediji su postali interaktivniji, kupci kritičniji i bolje informisani. Na nama u agencijama je da u tako zahtevnom okruženju ponudimo što kreativnije projekte koji adekvatno rešavaju klijentov problem, čak i ako nije samo komunikacioni, a da za to koristimo sva znanja i resurse naše industrije.

Komunikacijski biznis ne može se posmatrati izolovano, već samo kao deo ukupnih društvenih procesa i kroz faze kroz koje prolazi šira društvena zajednica. Upravo iz tog razloga, kao što se i samo okruženje menja, tako se menja i advertajzing, PR i celokupna kreativna industrija. Ono što treba očekivati, kao delimično nov trend u našem biznisu, jeste da se uloga agencija adaptira, a procesi rešavanja poslovnih izazova klijenta prošire na sve oblasti komuniciranja, pa i na upravljanje drugim poslovnim procesima. S obzirom na našu pripadnost regionalnoj Pristop komunikacionoj grupaciji, mogu da potvrdim da je situacija slična i na skoro svim tržištima u okruženju. U takvoj konstelaciji, mi klijentu nudimo partnerski odnos u kom postajemo deo rešenja, posmatrajući njegov poslovni izazov iz svih uglova.

Podržati privatni kapital

“Uloga državnih institucija, koje treba da osiguraju okvirne uslove za tržišnu ekonomiju i efikasno snabdevanje javnih dobara, mora da se redefiniše”

Spoljnotrgovinska robna razmena između Srbije i Nemačke u 2010. godini dostigla je vrednost od 1987 milijardi evra, a po trendovima iz ove godine realno je očekivati da će suma premašiti dve milijarde. To Nemačku čini najvažnijim spoljnotrgovinskim partnerom Srbije u okviru Evropske unije. Činjenica je i da je investicioni obim 360 nemačkih preduzeća, koja zapošljavaju oko 20.000 ljudi u Srbiji, do sada dostigao oko 1,5 milijardi evra. Nemačka je i najvažniji bilateralni donator Srbije (od 2000. godine oko milijardu evra), za projekte koji su znatno unapredili infrastrukturu, energetiku i vodoprivredu. O ekonomskoj saradnji, potencijalima i neopodnošnim privrednim reformama, razgovarali smo sa Mihaelom Šmitom, direktorom Delegacije nemačke privrede u Srbiji.

“VREME”: Delegacija nemačke privrede u Srbiji ove godine obeležava deset godina postojanja. Koliko ste zadovoljni poslovanjem nemačkih firmi u našoj zemlji?

MIHAEL ŠMIT: Veoma smo zadovoljni, jer smo do sada izgradili najveće i najstabilnije inostrano bilateralno privredno udruženje sa preko 210 članova. Trgovinska razmena između naših zemalja, od našeg osnivanja 2001, više se nego utrostručila i danas mnogobrojne nemačke kompanije iz različitih branši uspešno posluju u Srbiji. Investicije nemačkih preduzeća u poslednjih pet godina u proizvodnoj oblasti navode nas na zaključak da ćemo upravo u industriji imati dugu i intenzivnu saradnju. Istovremeno je lista projekata, koji su “protrčali” pored Srbije zbog političke nesigurnosti i sporih transformacionih procesa, postala veoma dugačka. Na žalost, svi ti projekti zauvek su izgubljeni. Sa druge strane, vidljivo otvaranje i integraciju sa evropskim tržištem posmatramo kao veliku šansu i zbog angažmana nemačkih firmi u Srbiji i ovom regionu.

Kako ocenjujete poslovanje u Srbiji u poređenju sa drugim državama bivše SFRJ?

Srpska privreda ima velikih potreba za

privrednom obnovom i zato je naše poslovanje, kao i broj upita od strane nemačkih preduzeća, znatno uvećano. Srbija ima prednost zbog centralne geografske pozicije i činjenice da je relativno dobro povezana sa evropskim tržištem. Pritom je i najveće tržište u regionu, nudi povoljne cene za izgradnju novih proizvodnih pogona, a doskora prilično zatvorene strukture u trgovini i infrastrukturi polako se sve više otvaraju. Skoro nijedna od susednih zemalja trenutno ne nudi takvu prednost u toj kombinaciji.

I pored toga što je u vreme SFRJ već postojala veoma intenzivna trgovinska razmena sa Nemačkom, i što je tadašnji mašinski park bio pokriven sa više od 70 odsto nemačkom tehnologijom, ekonomski odnosi su od 2000. dobili nov, viši kvalitet. U vreme Jugoslavije komercijalni ugovori sa Nemačkom odvijali su se, uglavnom, preko velikih državnih trgovinskih preduzeća, a proizvodna su u najboljem slučaju dobijala tehničku podršku nemačkih kompanija. Svi trgovinski ugovori realizovali su se putem jednog planskog sistema na centralističkom nivou. Pritom se nije toliko vodilo računa o efikasnosti i produktivnosti, s obzirom da je planski sistem bio usmeren ka unutra, i pored toga što su trgovinski odnosi ka spolja, odnosno sa Nemačkom, bili razvijani prema ekonomskim tržišnim uslovima. Ne čudi da najveći broj tih proizvodnih preduzeća nije mogao da zadrži svoje klijente i sada se nalazi u teškoj situaciji. Zato poslednjih godina možemo da vidimo angažman nemačkih preduzeća preko sopstvenih investicija, jer je to sada najbolji i ponekad jedini način da se obezbede kvalitet i produktivnost proizvodnje u Srbiji.

Koliko bi sticanje statusa kandidata Srbije za članstvo u EU doprinelo većoj privrednoj saradnji sa Nemačkom?

Status kandidata, koji jasno podržavaju sve članice EU, poslao bi važan psihološki signal i nemačkoj privredi. Preduzeća znaju da status kandidata sam po sebi ne poboljšava

Umrežavanje kontakata

Koje su glavne aktivnosti Nemačkog privrednog udruženja u Srbiji?

Nemačko privredno udruženje u Beogradu je sa svojih 210 članova jedno od najstabilnijih i najaktivnijih privrednih udruženja u Srbiji, i pre svega, predstavlja platformu za dalje umrežavanje poslovnih kontakata. Iz tog razloga Udruženje je otvoreno i za mala i srednja preduzeća iz Srbije i drugih zemalja koje neguju poslovne kontakte sa nemačkom privredom ili žele da ih uspostave. Pored različitih radionica, radnih grupa i mesečnog okupljanja (Members Dinners), Udruženje organizuje događaje društvenog karaktera, poput fudbalskog turnira članova ili Oktoberfesta u Beogradu. Istovremeno, naše udruženje daje podršku drugim asocijacijama kao što su PKS, FIC i AmCham, koje aktivno rade na unapređenju poslovne klime u Srbiji.

aktuelni ekonomski potencijal i postojeće poslovno okruženje u Srbiji. Ali, iz iskustva drugih zemalja firmama je takođe poznato da će najkasnije sa početkom pregovora o kandidaturi biti omogućene i supstancijalne reforme kao i nove poslovne mogućnosti.

Prošle godine izvoz u Nemačku povećan je zahvaljujući nemačkim preduzećima.

Kada posmatramo listu deset najvećih izvoznika u Nemačku, među njima se nalazi čak pet nemačkih preduzeća: Siemens, Draexlmaier, Fresenius Medical Care, Stada-Hemofarm i Bauerhin. Samo te kompanije, koje u Srbiji zapošljavaju oko 5000 ljudi, u prvih sedam meseci ove godine generisale su 160 miliona evra kroz izvoz. To znači da su te nemačke investicije u automobilsku, elektro i medicinsku industriju znatno doprinele srpskom izvozu u Nemačku. Takođe, veći broj projekata u pomenutim oblastima nalazi se u razvojnoj fazi i njihov puni potencijal ispoljiće se tek za naredne dve godine. Već sada se



Mihael Šmit, direktor Delegacije nemačke privrede u Srbiji

Foto: A. Andić

vidi rezultat (prema aktuelnim podacima koji su objavljeni nakon prvih devet meseci ove godine) – da će Nemačka i definitivno u budućnosti biti najveće izvozno tržište za Srbiju. Krizi nemačke industrije u poslednje dve godine nije bilo ni traga. Sa rekordnim privrednim rastom od 3,6 odsto u 2010. i još uvek sa preko dva odsto u 2011, nemačka privreda, a time indirektno i Srbija, znatno je profitirala zbog velike potražnje u Nemačkoj, ali i privrednog rasta na ekspanzivnim tržištima BRIC država. Čak i da su prognoze za naredni vremenski period lošije, treba imati na umu da je znatan deo izvoza (i proizvoda koji se u Srbiji proizvode za nemačku industriju) namenjen svetskom, a ne samo nemačkom ili evropskom tržištu. Zato negativni uticaj od novog talasa konjunktornog slabljenja Evrope neće imati toliko negativnih efekata na srpski izvoz.

Kako vidite položaj malih i srednjih preduzeća u Srbiji, posebno ako se uslovi za njihovo poslovanje porede sa uslovima u EU?

U Srbiji još uvek nije prisutan veliki broj malih i srednjih preduzeća iz Nemačke i to je neiscrpan potencijal. Činjenica je, pre svega, da su nemačka veća srednja preduzeća (što prema srpskoj definiciji jesu velike firme sa preko 200 miliona evra obrta) mogla sa uspehom da završe svoje investicione projekte. S jedne strane, razlog za to je aktuelna politika podrške investicionim projektima u Srbiji, što uglavnom stimuliše veće investicije.

Ulaganja malih preduzeća su ređa zbog problema neefikasnog aparata državne uprave, zbog velikog opterećenja u formi sporednih troškova i različitih izdataka, naročito onih koji su uzeli maha na lokalnim nivoima, i, na kraju, zbog nefleksibilnosti tržišta rada. Srpska mala i srednja preduzeća boluju i od poznatih problema sa finansiranjem, slabom domaćom potražnjom, veoma lošom likvidnošću i platnim moralom svojih poslovnih partnera, uključujući i srpska javna preduzeća.

Koliko ste zadovoljni reformama koje su sprovedene u okviru "Giljotine propisa" i kako ocenjujete aktivnosti Vlade Srbije u cilju poboljšanja poslovne klime u zemlji?

Pratimo različite napore Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja, ali i procene napredovanja kroz NALED, Svetsku banku i "Belu knjigu" Saveta stranih investitora. I mi jednom godišnje anketiramo naše članove o njihovim poslovnim očekivanjima i uslovima poslovanja u Srbiji. Posmatrano iz našeg ugla, reformski procesi su sporiji nego što je potrebno, jer razni vladini resori ne rade koordinisano i reforme se ne sprovode na osnovu zajedničkog konsenzusa. Konsenzus ubuduće treba više da bude usmeren ka podršci privatnom kapitalu, a uloga državnih institucija, koje treba da osiguraju okvirne uslove za tržišnu ekonomiju i trgovinu i efikasno snabdevanje javnih dobara, mora da se redefiniše.

Koji potencijali i privredni resursi čine

Srbiju zanimljivom za nemačku industriju?

Srbija je tradicionalni dobavljač poluproizvoda i sirovina. Sa porastom novih investicija industrijskih preduzeća iz Nemačke i drugih zemalja, pre svih, kao faktor uspeha treba da se razvijaju ljudski resursi, odnosno da se radi na dobroj obuci raspoloživih stručnih radnika. Samo u kombinaciji sa motivisanim, raspoloživim i dobro obučanim stručnim snagama, Srbija može produktivno da iskoristi svoje prirodne resurse u oblasti poljoprivrede, rudarstva i energetike uključujući obnovljive izvore energije.

Koliko će kriza u evrozoni uticati na nove investicije u Srbiji i na zapadnom Balkanu uopšte?

Investiciona spremnost preduzeća naslanja se direktno na opšte ekonomsko okruženje u Nemačkoj, Evropi i svetu. U sledeće dve godine sigurno će biti mnogo teže dovesti nove investitore u ovaj region. Iz ovogodišnje aprilске ankete koju je nemačka komora (DIHK) sprovela među 2000 industrijskih preduzeća u Nemačkoj, proizašlo je da njih 42 odsto želi da svoje poslovanje proširi u inostranstvu. Otada se dosta toga promenilo, pa je investiciono raspoloženje znatno opalo. Ukoliko već industrija ne investira, utoliko je važnije da stignu privatne investicije u okviru obnove saobraćajne i energetske infrastrukture na zapadnom Balkanu.

Da li smatrate da je opasno što je veliki deo svetske industrije preseljen u Kinu?

U globalnoj ekonomiji su svi zavisno povezani. Nemačka je, kao ekonomski i trgovinski partner, stabilno i interesantno tržište, i istovremeno je izvozno orijentisana sa svojim proizvodima na čitavom svetskom tržištu, naročito u regionima koji se brzo razvijaju i koji će ubuduće imati važnu ulogu. Ipak, Kina sve više gubi na atraktivnosti zbog svog nesigurnog bankarskog sektora, velikih socijalnih razlika i eksplozivnih troškova, naročito u obalskim delovima. Međutim, postoji tendencija da se iz drugih delova sveta proizvodnja ponovo relocira u Evropu. Konkretan primer za to je Panasonicova ćerka firma Vossloh-Schwabe iz Nemačke koja je, da bi ostala blizu evropskog tržišta, prebacila svoje kapacitete iz Azije u Srbiju. Ili elektro-konzern Gruner AG iz Baden-Virtemberg, koji se umesto proširenja svojih proizvodnih investicionih kapaciteta u Indiji odlučio za Vlasotince u Srbiji.

Ana Radić



GERMANWINGS

Više od 380.000 putnika

Za pet godina poslovanja u Srbiji "lou kost" avio-kompanija Germanwings prevezla je više od 380.000 putnika između Srbije i Nemačke, a stepen popunjenosti kapaciteta dostigao je 80 odsto. Germanwings, čije je sedište u Kelnu, teži da ponudi linije ka glavnim "biznis" gradovima Evrope, pa poslovni ljudi čine 42 odsto putnika kompanije.

Iz Beograda, tokom zimske sezone 2011/2012, letovi se odvijaju tri puta nedeljno do Kelna i Štutgarta, a preko ovih gradova i do Hanovera, Lajpciga i Drezdena. Germanwings ove zime nudi i *povezane letove* – preko Kelna i Štutgarta do Bolonje u Italiji i Barselone u Španiji. "Odluka da proširimo poslovanje bila je ispravna. Srbija je važna zemlja u regionu, sa velikim potencijalom", rekao je Joahim Šotes, viši potpredsednik sektora za korporativne komunikacije u kompaniji Germanwings.

"Lou kost" avio-kompanija nudi povoljne cene letova ka više od 75 destinacija širom Evrope iz svojih pet baza – Keln/Bon, Štuttgart, Berlin-Šenefeld, Hanover i Dortmund, i poseduje flotu od 30 mlaznih aviona tipa Airbus A 319.

EKO TEMAN GROUP

Sirevi za izvoz

Mlekara u Pirotu, koja je od 2008. godine u vlasništvu nemačke kompanije "Eko teman group", 28. novembra počela je sa radom. Mlekara je svojevremeno proizvode sa Stare planine izvozila u 39 zemalja, a pirotski kačkavalj isporučivala i Beloj kući u Vašingtonu. Dragana Obradović, vlasnica "Eko teman group", u Nemačkoj živi i radi 40 godina i kaže da se na kupovinu mlekare odlučila zbog tradicije i kvaliteta mlečnih proizvoda

iz ovog kraja. Prema rečima generalnog direktora Dragana Stamenkovića, pun kapacitet prerade mleka od 60.000 litara dnevno mlekara će postići krajem marta naredne godine. U mlekari trenutno radi 50 radnika, a kada dostigne pune kapacitete, zaposliće još sto. Tokom 2012. planiraju se ulaganja od oko dva miliona evra u kooperante i razvoj stočarstva. Menadžment najavljuje da iduće godine mlekara planira da uveze 10.000 grla visokomlečnih ovaca iz Nemačke. Proizvodni asortiman mlekare činiće beli sirevi, kiselomlečni napici, pirotski kačkavalj i, kao

novina, proizvodi od surutke koji su hit u svetu. Osim na tržišta Evropske unije, mlekara će izvoziti i na tržište Ruske Federacije.

BANCA INTESA

Novi ugovor sa EFSE

Evropski fond za Jugoistočnu Evropu (EFSE) i Banca Intesa Beograd potpisali su 21. novembra novi ugovor o kreditu u iznosu od 25 miliona evra. Sredstava iz zajma koristiće se za finansiranje investicija i obrtnog kapitala za preduzetnike i mala preduzeća u Srbiji putem dugoročnih kredita u iznosu do 100.000 evra. Banka će nameniti znatan deo ovog kredita malim i srednjim preduzećima u ruralnim područjima i individualnim poljoprivrednim proizvođačima, i tako mobilisati kapital za segment srpske ekonomije koji još uvek ima znatnu potrebu za finansiranjem.

EFSE je jedan od najvećih svetskih razvojnih investicionih fondova, a osnovala ga je 2005. godine KfW Entwicklungsbank (Nemačka razvojna banka) uz finansijsku pomoć nemačkog Saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ) i Evropske komisije.

UNICREDIT BANKA

KfW odobrila 11 miliona evra

KfW Entwicklungsbank, Nemačka razvojna banka, potpisala je u ime Vlade Republike Nemačke sa UniCredit Bankom Srbija ugovor o kreditnoj liniji u iznosu od 11 miliona evra. Odobrena sredstva namenjena su finansiranju infrastrukturnih projekata u opštinama u Srbiji. Jirgen Velšof, direktor kancelarije KfW-a u Beogradu, istakao je da je primarni cilj da se finansiranjem banaka kroz Projekat kreditne linije za opštinsku infrastrukturu dodatno unapredi podrška Nemačke Srbiji. On je dodao da uključivanje UniCredit Banke predstavlja još jedan korak napred ka poboljšanju kreditnih uslova za opštine i da će u Projekat uključiti posebne podsticaje za investicije u energetska efikasnost. Zajedno sa ovom kreditnom linijom, ukupna podrška nemačke Vlade, preko KfW-a, za razvoj opštinske infrastrukture u Srbiji dostigla je ukupan iznos od sto miliona evra.



POSVEĆENI VAŠIM OČEKIVANJIMA.



Biti najbrži ili otići najdalje, to smo već ostvarili!
Danas, naši poslovni ciljevi okrenuti su ka Vašem profesionalnom razvoju i uspehu, zajednici u kojoj živimo i radimo, kao i ličnim i korporativnim vrednostima koje brižljivo stvaramo i negujemo. Insistirajući na stalnom poboljšanju kvaliteta naših usluga, podstičemo stručnost, lično zalaganje, inicijativu i odgovornost svih zaposlenih, istovremeno gradeći uzajamno poverenje i lojalnost. Neumorno radimo da biste Vi bili zadovoljni, a Vaša obećanja ispunjena. Dakle, kakvu god transportnu uslugu da želite, danas ili sutra, oslonite se na DHL.

www.dhl.rs Tel: 011/ 310 55 00

EXCELLENCE. SIMPLY DELIVERED. 

Ulaganja sa nemačkim garancijama

“Cilj izvoza treba da budu gotovi prehrambeni proizvodi koje ćemo prilagoditi ukusu i potrebama nemačkog potrošača”



Piše: Milanka Vučić,
direktorka Predstavništva
PKS u Frankfurtu

Nemačka je tradicionalno jedan od najvažnijih partnera Srbije u svim sektorima privrede. Ova saradnja dve zemlje, s manjim prekidima, traje gotovo dva veka. Posebno je intenzivirana u drugoj polovini dvadesetog veka i ogleda se kroz industrijsku i trgovinsku saradnju, kao i činjenicu da je oko 70 odsto mašina i opreme u srpskim fabrikama nemačkog porekla, a proizvodi velikim delom bazirani na nemačkim standardima. Ova saradnja je oduvek bila raznolika i obimna i odvijala se ne samo kroz robnu razmenu, već i kroz više oblike saradnje: zajednička ulaganja, industrijsku kooperaciju, detašmane, saradnju u oblasti saobraćaja, turizma, bankarsko-finansijsku, prenos nemačke tehnologije i slično.

Nakon demokratskih promena u Srbiji ova saradnja je intenzivirana na polju donacija i humanitarne pomoći, kako bi Srbija što pre prevazišla probleme nastale u godinama ekonomske izolacije zemlje. Nemačka savezna vlada stavila je na raspolaganje sredstva za bilateralnu pomoć Srbiji u periodu 2000–2011. godine u visini od preko jedne milijarde evra, što znači da je Nemačka najveći bilateralni donator Srbije. U redovnim slučajevima radi se o kreditnim linijama, finansijskom transferu, savetodavnoj pomoći u privrednim, trgovinskim i političkim pitanjima, kao i kod donošenja zakona, školovanja upravljačkog kadra, programa podrške kod rekonstrukcije institucija ili podsticajnim sredstvima za poljoprivredu ili ekologiju.

Sa tranzicijom u Srbiji, porastao je i interes nemačkih preduzeća za učešće u privatizaciji, ali i drugim investicijama. Ulaganja nemačkih firmi u Srbiji podržava takođe i nemačka Vlada kroz garancije za ulaganja, s obzirom da postoje uslovi za to: važeći bilateralni sporazumi dveju

zemalja o podsticaju i zaštiti investicija. Ove garancije nemačke firme mogu dobiti prilikom osnivanja zajedničkog preduzeća, za kupovinu akcija u privatizaciji ili za osnivanje sopstvene firme u Srbiji. Kod investicionih ulaganja ne uzima se u obzir rejting zemlje kao kod kratkoročnih kredita. Zahvaljujući ovako povoljnim uslovima, nemačka preduzeća su od 2001. uložila oko 1,5 milijardi evra u akvizicije srpskih preduzeća (i privatizacije) i otvaranje novih proizvodnih kapaciteta, u raznim privrednim sektorima, od farmaceutske industrije, elektronike, automobilske industrije, hemijske industrije, građevinskog materijala, do *greenfield* investicija kao u slučaju prodajnih trgovačkih centara METRO Grupe.

U Srbiji trenutno postoji oko 660 registrovanih aktivnih privrednih društava, čiji su osnivači pravna i fizička lica iz Nemačke, a od tog broja 360 su preduzeća čiji su osnivači nemačka pravna lica. U najvećem broju reč je o strukturi malih i srednjih preduzeća, koja u Srbiji zapošljavaju oko 20.000 ljudi. Prema našim saznanjima, nemački partneri su uložili u našu privredu preko 1,5 milijardi evra, od toga u mešovita preduzeća preko 500 miliona evra. Vodeće mesto pripada kompaniji STADA, koja je za 475 miliona evra u avgustu 2006. kupila vršački koncern Hemofarm. Najveće nemačke investicije pored ove su: Metro Cash&Carry, Henkel Merima, Ball Packaging, Tarkett Sommer-Sintelon B. Palanka, Nordzucker-MK Komerc, PHIWA, LEONI, Dräxelmaier, Xella-Kolubara Gasbeton, Haniel Gruppe, Vreoci, Loher Elektro Subotica, Tehnogas-Linde Carbodioxid Bečej i druge. Ovo pokazuje da su nemački investitori pronašli svoj interes da investiraju u različite privredne aktivnosti u Srbiji i postigli zavidan uspeh. Kod nemačkih kompanija postoji veliki potencijal za ulaganja u infrastrukturne projekte u Srbiji, pre svega u modernizaciju železnice. Pored toga, postoji interesovanje i priliv investicija u srpsku privredu u oblasti industrije auto-delova, u rudarstvo, energetiku, poljoprivredu, kao i zaštitu životne sredine.

Kada je reč o spoljnotrgovinskoj razmeni, u prethodnih deset godina beleži se konstantan rast, dok je rekord ostvaren 2008. godine, kada je dostignut iznos od preko 2,5 milijardi evra.

Nakon toga, u 2009. i 2010. dolazi do blagog pada robne razmene koja je godišnje iznosila oko 2,1 milijardu evra. Očekuje se da će 2011. godina u pogledu robne razmene biti ponovo rekordna, posebno u pogledu srpskog izvoza koji je za prvih devet meseci 2011. godine porastao za 29 odsto i dostigao broj od 718,4 miliona evra. Udeo izvoza u Nemačku u odnosu na ukupan izvoz iz Srbije i dalje je približno isti i iznosi 11,4 odsto, što Nemačku zajedno sa Italijom stavlja na prvo mesto izvoznih tržišta u okviru EU. Po obimu ukupne trgovinske razmene Srbije sa svetom, Nemačka je trenutno na prvom mestu sa ukupnim iznosom od 1.874,6 miliona evra za prva tri kvartala u 2011.

Ono što karakteriše privrednu saradnju Srbije sa Nemačkom jesu raznovrsnost i veliki podsticaj koji nemačka država daje svim oblicima ove saradnje. Takođe, u Nemačkoj postoji brojna srpska dijaspora od skoro pola miliona naših građana, koji već duži niz godina tamo žive i rade i koji pokazuju veliko interesovanje za maticu i ulaganje u njoj.

Na ovom ogromnom tržištu od 82 miliona stanovnika pogrešno bi bilo tražiti mogućnost za plasman samo određenih proizvoda. Nemačka je otvorena za robu svih vrsta i cena.

Povećanje srpskog izvoza je u direktnoj vezi sa proizvodima koje imamo i možemo da ponudimo nemačkom tržištu. Kada je reč o postojećim proizvodima, neophodno je kroz marketinške aktivnosti povećati prisustvo naše robe na nemačkom tržištu, dok se do novih roba, atraktivnih za nemačko tržište, može doći kroz obavljene privatizacije i restrukturiranja preduzeća koja su osposobljena za savremenu proizvodnju konkurentnu na stranom/nemačkom tržištu, na primer robe iz oblasti metalnog i metaloprerađivačkog sektora, uključujući i proizvodnju auto-delova, hemijsku industriju i industriju guma, proizvodnju delova od plastičnih masa, drvnu i industriju nameštaja i proizvodnju delova za nameštaj, prehrambenu industriju i poljoprivredne proizvode.

Kada je reč o gotovim prehrambenim proizvodima, odlučujuću ulogu ima ukus potrošača koji se ipak dosta razlikuje od našeg ukusa. Nemačko tržište je veoma zahtevno i probirljivo, potrošač traži da su svi komadi iste veličine i

oblika. Voće i povrće pored osnovnog kvaliteta moraju da zadovolje po boji, mirisu i ukusu, ali i po izgledu. Međutim, kvalitetno vino se svuda prepoznaje po ukusu, ali ga žalost imamo u malim količinama za izvoz. Čest problem su i nekonkurentne cene jer su na velikom i prepunom nemačkom tržištu prisutni prehrambeni proizvodi iz celog sveta, a na hiljade diskontnih supermarketa se utrkuju da hranu ponude po što nižim cenama.

Što se tiče poljoprivrednih sirovina, potencijal koji ima naš agrar je ogroman i veliki broj proizvoda se već izvozi na nemačko tržište. Ipak, potrebno je da nam cilj izvoza budu gotovi prehrambeni proizvodi, koje ćemo prilagoditi ukusu i potrebama nemačkog potrošača. Ovde bi trenutno mogao da dođe u obzir plasman organske hrane, kako sirovih tako i gotovih prehrambenih proizvoda.

U Nemačkoj su, slično kao i kod nas, mala i srednja preduzeća nosioci privrednog razvoja. Oko 95 odsto svih nemačkih preduzeća spada u ovu kategoriju. Ako gledamo samo ovaj statistički podatak, naša MSP i te kako su u prilici da pronađu partnera u redovima nemačkih preduzeća iz ove kategorije. Prvi uslov koji moraju da ispune jeste da imaju konkurentan proizvod u pogledu kvaliteta, cene, količine i rokova isporuke. Ukoliko su ovi uslovi ispunjeni, neophodni su dobra strategija i marketinški nastup

u Nemačkoj. Odlični rezultati se mogu postići učešćem na međunarodnim sajmovima u Nemačkoj, koji su za sva mala i srednja preduzeća jedan od najvažnijih instrumenata za *business-to-business* komunikaciju. Naša preduzeća imaju mogućnost da konkurišu za podsticajna državna sredstva kod SIEPA. Privredna komora Srbije takođe organizuje nastupe na međunarodnim sajmovima pod povoljnim uslovima i kroz saradnju sa međunarodnim mrežama za podsticaje saradnje preduzeća obezbeđuje poslovne razgovore sa potencijalnim partnerima.

Nažalost, nekada odlično zastupljena predstavnička mreža srpskih preduzeća, koja su i te kako svojim prisustvom doprinosila zavidnom izvozu iz Srbije, tokom poslednjih godina rapidno se smanjivala. Samo u poslednjih šest godina u Nemačkoj su ugašena predstavništva deset značajnih srpskih preduzeća i banaka. Uglavnom su prisutna predstavništva preduzeća koja izvoze poslove u detašmanu, ali ne i onih koja žele da plasiraju svoju robu na izazovnom tržištu Nemačke.

Osnovni zadatak Predstavništva PKS-a u Nemačkoj, kao i drugih predstavništava Privredne komore Srbije u inostranstvu, jeste da se uspešno promovišu mogućnosti privredne saradnje sa našom zemljom, da se predstavi ponuda roba i usluga iz Srbije i pruži stručna pomoć srpskim preduzećima u pronalaganju partnera

u Nemačkoj, za različite vrste poslovne saradnje – od plasmana srpskih roba i usluga na nemačko tržište, doradnih poslova, do industrijskih kooperacija i zajedničkih ulaganja. Pored toga, prisustvom u privrednoj javnosti Nemačke i brojnim kontaktima sa nemačkom privredom prezentujemo mogućnosti za poslovanje u Srbiji i sa preduzećima iz Srbije, informišemo o savremenom ambijentu poslovanja u Srbiji, podstičemo nemačka preduzeća i investitore da ulažu u Srbiju i pronalazimo partnere srpskim firmama. Predstavništvo PKS-a u Nemačkoj ima izuzetan značaj kao promoter privredne saradnje dve zemlje, kao adresa na koju se obraćaju nemački partneri, a istovremeno i kao odeljenje srpske privrede u Nemačkoj koje stoji na usluzi srpskim preduzećima.

Predstavništvo se aktivno i veoma uspešno bavi pripremom i organizacijom poslovnih poseta / učešća na sajmovima u Nemačkoj. Srpska preduzeća kroz zajedničke nastupe na štandovima Srbije učestvuju na desetak sajnova godišnje u Nemačkoj, dok je broj samostalnih nastupa mnogo veći.

Prostorije Predstavništva Privredne komore Srbije u Frankfurtu nalaze se na važnoj adresi u Nemačkoj, u zgradi Industrijsko-trgovinske komore Frankfurta na Majni u kojoj je smeštena i čuvena Frankfurtska berza hartija od vrednosti.

VREME OSIGURANJA

Wiener Städtische osiguranje beleži rast

Dosledno se pridržavajući definisane strategije poslovanja u 2011. godini, Wiener Städtische osiguranje ostvarilo je odličan poslovni rezultat. To pokazuju rezultati poslovanja u trećem kvartalu 2011. godine, u kojem je ostvarena ukupna fakturisana premija u iznosu od 3,69 milijardi dinara, što je za 11,27 odsto više u odnosu na isti period prošle godine i predstavlja brži rast od rasta ukupnog tržišta koje je poraslo za 3 odsto. Ukupno dostignuto tržišno učešće kompanije je 8,30 odsto, dok je prethodne godine u istom periodu iznosilo 7,68 odsto.

U prvih devet meseci 2011. godine, kompanija je zabeležila rast životnog osiguranja i to od 16,69 odsto i ostvarila premiju životnih osiguranja u iznosu od 1,703 milijarde dinara, te tako ostvarila 24,20 odsto tržišnog učešća.

Sigurnim plasmanima i doslednom poslovnim politikom obezbeđen je odličan poslovni



rezultat kojim je osigurana suma osiguranika uvećana za veoma visoku pripisanu dobit za 2010. godinu u iznosu od 1,4 miliona evra, što je visoko reprezentativan iznos za ukupno domaće tržište životnog osiguranja.

U svom portfelju Wiener Städtische osiguranje ima više od 47.000 ugovora o životnom osiguranju. Prosečna premija iznosi 500 evra, a prosečno trajanje osiguranja 19

godina. Osiguranje života u portfelju zauzima oko 48 odsto.

Nedavno je ova kompanija ponudila mešovito osiguranje života sa periodom odloženosti, koje omogućava osiguraniku da sam upravlja rizikom i da prilagođava osiguranje ličnom životnom ciklusu. Ovaj proizvod je jedinstven jer omogućava osobama da u prvom periodu osiguranja, odnosno u periodu odloženosti, kada nije uključen rizik smrti, stave akcenat na štednju i tako povećaju svoju osiguranu sumu. Vremenski period bira sam osiguranik.

Pouzdanost Wiener Städtische osiguranja, osim konzervativnim ulaganjima koja rizik poslovanja svode na minimum, meri se i ažurnošću u izvršenju obaveza po štetnim događajima.

N.B.

WIENER STÄDTISCHE 
VIENNA INSURANCE GROUP



VIP I SAMSUNG

Novi Android uređaji

Atraktivni Samsung Galaxy Note, Samsung Galaxy Nexus i Samsung Galaxy Tab P7300 predstavljeni su 14. novembra na promociji koju su organizovale kompanije Samsung i Vip povodom dolaska novih modela na tržište. Samsung prepoznaje potrebe ljudi u

ovom ubrzanom i globalizovanom svetu, pa je i ovaj put kreirao tri jedinstvena uređaja da ljudi uživaju u komunikaciji na potpuno novom nivou. Samsung Galaxy Note je već u Vip radnjama, dok će se druga dva uređaja naći u ekskluzivnoj Vipovoj ponudi početkom

decembra. "Vip mobile nastavlja da pruža jedinstvene proizvode i usluge vrhunskog kvaliteta različitim segmentima privatnih i poslovnih korisnika. Uvek se trudimo da predvidimo potrebe naših korisnika i da im tako pružimo ono što žele. Novi Samsung modeli savršeno se uklapaju u Vipovu ponudu Android uređaja", izjavila je Petra Štangl, član Upravnog odbora Vip mobile.

DB SCHENKER

Delivering solutions.



Kopnom, more ili vazduhom: Globalna mreža DB Schenker.

U preko 130 zemalja naši zaposleni slede jedan cilj, da logistika vaših kompanija bude još efikasnija. Zato vam stavljamo na raspolaganje transportne lance kontrolisane iz jedinstvenog izvora. Tu smo za sve vaše zahteve. Od jednostavnog transporta železnicom, kamionom, brodom ili avionom do kompleksnih logističkih rešenja. Testirajte nas, sa preko 2,000 kancelarija širom sveta pratimo vaš posao u stopu.

www.dbschenker.com/rs

DB Eco Program
www.dbecoprogram.com

BEOHEMIJA

Deus premium

Beohemija je predstavila prvi domaći premium deterdžent Deus, koji je rezultat sinergije visoko kvalitetnih sirovina nemačkog BASF-a, japanske Hosokawa Shugi tehnologije i znanja domaćih stručnjaka. U Deus je uloženo oko sedam miliona evra i rezultat je više od tri godine intenzivnog istraživanja. "Deus predstavlja korak dalje ne samo za Beohemiju, već i za srpsko i regionalno tržište kućne hemije, jer je reč o prvom domaćem premium deterdžentu, razvijenom i proizvedenom u našoj fabrici u Zrenjaninu. Deus će biti dostupan potrošačima širom Srbije, a u planu je i izvoz na regionalna tržišta", rekao je Slavenko Sekulić, direktor fabrike Beohemija u Zrenjaninu.

BIZNIS TOP

Najuspešniji u Srbiji

Naftna industrija Srbije je sa dobiti od 16,5 milijardi dinara najuspešnije preduzeće u Srbiji u prošloj godini, prema listi "Biznis top 2010/11" magazina "Biznis i finansije". Na drugom mestu je Telekom Srbija (15,8 milijardi dinara), a slede JPTT Srbija, (4,6 milijardi

dinara), TarkeTT iz Bačke Palanke (4,2 milijarde dinara) i "Tigar" iz Pirota (3,3 milijarde dinara). Najveći prihod u prošloj godini ostvario je NIS (169,5 milijardi dinara), zatim EPS (100,4 milijarde), Telekom Srbija (86 milijardi), US Steel (80,7 milijardi), Delta Maksi (6,4 milijarde) i Srbijagas (74,2 milijarde dinara). Lista najuspešnijih preduzeća koju po sedmi put izdaje časopis "Biznis i finansije" formirana je na bazi završnih računa preduzeća za 2010. godinu prema listi Agencije za privredne registre.

MR. BRICOLAGE

Novi koncept

Novi Mr. Bricolage hipermarket otvoren je 16 novembra u Beogradu. Objekat površine 3100 metara obezbedio je 35 novih radnih mesta, a stanovnicima glavnog grada ponudio bogatu lepezu proizvoda za samostalno uređenje doma i bašte. Mr. Bricolage je u Srbiji do sada investirao više od 8,5 miliona evra u izgradnju objekata u Nišu i otvaranje objekata u Novom Sadu i Beogradu. Zapošljava više od sto ljudi, a predstavnici kompanije planiraju da u narednim godinama otvore još tri nova objekta, kao i da prošire svoje poslovanje u Makedoniju. Grupa je najveći svetski lanac hipermarketa za

uređenje i dekoraciju prostora, koji posluje posredstvom mreže od 780 prodavnica, na četiri kontinenta. Kompanija je izgradila prepoznatljivo ime i poverenje klijenata kroz kontinuiranu i dugoročnu saradnju sa svojim partnerima.

CSR

Inkluzivna akademija

Nevladina organizacija Forum mladih sa invaliditetom i Societe Generale banka potpisale su 2. novembra ugovor o saradnji na projektu Inkluzivne akademije, koja će omogućiti unapređivanje znanja i veština osoba sa invaliditetom, kao i jačanje njihovih kompetencija na tržištu rada. Jedan od najvećih problema sa kojim se suočavaju kompanije pri zapošljavanju osoba sa invaliditetom jeste neadekvatan nivo njihovog obrazovanja, kvalifikacija i obučenosti za obavljanje specifičnih poslova, što je posledica dugogodišnje isključenosti sa tržišta rada. Akademija će imati dve grupe polaznika tokom 2012. godine, koji će učestvovati u edukativnim treninzima i radionicama, na kojima će pored sticanja osnovnih poslovnih i socijalnih veština steći i teorijska i praktična znanja iz oblasti bankarstva. Zaposleni u Societe Generale banci pružice dodatan doprinos kao predavači volonteri.

Persil



MER


Schwarzkopf

SYOSS

Fa

Ceresit



technomelt

Henkel

Excellence is our Passion

Naši proizvodi, znanje i veštine
u službi Vašeg uspeha

www.messer.rs



VREME

Copyright © NP Vreme, Beograd

Upotreba materijala iz ovog fajla u bilo koje svrhe osim za
ličnu arhivu dozvoljena je samo uz pisano odobrenje NP Vreme

PDF IZDANJE RAZVILI: Saša Marković i Ivan Hrašovec

OBRADA: Marjana Hrašovec