**Dobro došli na Poslovni FM, prvi poslovni radio i Franšizni klub.**

Hvala što ste me pozvali. Drago mi je biti ovdje.

**Brooklyn Bagel je osnovan 2019., vrlo brzo nakon što ste Vi i Vaša supruga Katherine doselili iz New Yorka u Split. I dok mnogi sanjaju američki san, vi sanjate hrvatski san.**

Moja supruga se bavila prodajom vina u New Yorku i bila je među rijetkima koji su prodavali hrvatska vina. Odlučili smo da nam je dosta New Yorka, koji je prekrasan i svatko bi trebao imati priliku makar ga posjetiti. Zasitili smo se buke, brzog ritma i, da budemo iskreni, neugodnog mirisa grada, počeli smo razmišljati gdje otići. Kako je supruga već nekoliko puta bila u Hrvatskoj zbog posla pomislila je da bi mi se mogla svidjeti. Doputovali smo tako na dva tjedna i obišli Dalmaciju. Sve nam se svidjelo – ljudi, more sunce i tako smo odlučili preseliti se u Split. I sve od tada do danas je prava avantura.

**Jeste li znali što ćete raditi u Hrvatskoj?**

Nisam imao pojam što ću raditi. Radio sam u marketingu, a omiljeni hobi mi je pečenje kruha. Razmišljao sam nastaviti se baviti marketingom i u Hrvatskoj, mislio sam čak pokrenuti proizvodnju piva. Ali nakon što sam se susreo s određenim brojem američkih iseljenika koji su me pitali znaš li napraviti pravi bagel shvatio sam da je to možda put za mene. Osim toga, vidio sam da u Hrvatskoj postoji ponuda bagela i potrudio sam se kušati svaki od njih da bi na kraju shvatio da se radi o običnom pecivu s rupom u sredini.

**Upravo to hoću pitati. Postoji li bagel u Hrvatskoj?**

Ne. Radi se o običnom pecivu, kao bilo koje drugo pecivo iz pekare, ali s rupom u sredini.

**Koja je razlika između peciva i bagela?**

Osnovna razlika je u tome što se bagel prvo kuha, a tek onda peče. U tom procesu dobit će finu tanku hrskavu koricu dok unutrašnjost ostaje gusta i mekana.

**Što bi rekli u Hrvatskoj, daje im drugačiji šmek!**

Rekao bih da da!

**Kada ste odlučili da će proizvodnja bagela biti Vaš posao jeste li znali nešto o franšiznom poslovanju ili ste samo odlučili baviti se pekarskim poslom.**

Započeli smo kao pekara. Želio sam raditi bagele i ponuditi ih hotelima, restoranima i kafićima koji u ponudi imaju i hranu. Međutim, vrlo brzo sam shvatio da u Hrvatskoj ljudi, s obzirom da im proizvod nije blizak, ne znaju prodati bagel. Radili smo sa vrlo posjećenim kafićima, koji inače odlično rade međutim naši su bageli ostajali neprodani i neprimijećeni. Shvatio sam da ću najbolje prodati bagel ako to budem radio sam te sam vrlo brzo otvorio prvi lokal u starom gradu u Splitu. Uvijek sam razmišljao kako replicirati posao, nisam želio napraviti nešto što će funkcionirati samo za Split ili u starim jezgrama gradova. Želio sam stvoriti nešto što će biti vizualno primamljivo i primjenjivo u cijeloj Hrvatskoj ali i u istočnoj i južnoj Europi. Nešto što će bilo koji zaposlenik bez neke posebne obuke ili školovanja u kulinarstvu moći proizvesti.

**Kad se takav san pojavi, imate li predodžbu o svim preprekama koje će se pojaviti?**

Kad bi nam sve prepreke bile jasne i vidljive ne bi se ni upuštali u realizaciju takvog sna.

**Zato ste i došli u Hrvatsku?**

Uvijek sam imao poduzetničkog duha, a moj otac mi je uvijek govorio trebaš istražiti koji su sve razlozi zašto tvoja ideja neće upaliti tako da ih možeš preduhitriti. Kad malo bolje razmislim to je jako loš savjet. Uvijek ćeš pronaći razlog zašto tvoj posao neće uspjeti. Pogledajte samo kakvo je iznenađenje bila pandemija. Ne možete zaštititi svoj posao od neizvjesnosti koju donosi budućnost. Jedino što možeš napraviti je pripremati teren za dugoročni uspjeh i mislim da sam to s Brooklyn Bagelom i radio. Nakon što smo otvorili prvu lokaciju, razmišljao sam kako će to izgledati na sljedećoj lokaciji, kako će ovo izgledati u drugom gradu, na drugom jeziku kako bih mogao u trenutku kada posao krene to maksimalno iskoristiti.

**Imate li problema u privlačenju interesa s obzirom da se radi o proizvodu koji nije blizak ovom dijelu Europe?**

Svakako je potrebno biti vrstan trgovac. Ljudi nisu upoznati s bagelom kroz osobno iskustvo, već uglavnom kao nešto što se spominje u američkim filmovima i tv serijama. Recimo u Seinfeldu ćemo često čuti kako društvo odlazi pojesti bagel za doručak ili ručak, ali nam nikada neće pokazati.

**Miješaju li ljudi često bagel s donutom?**

Moja omiljena rečenica na hrvatskom kad nudim bagel je: - Nije krafna! A imamo i anegdotu na tu temu. Naš prijatelj koji usljed pandemije nije mogao otvoriti restoran dozvolio nam je da koristimo jedan prozor na zatvorenoj terasi restorana koja gleda na ulicu kao prodajno mjesto. U ponudi smo imali samo bagele i šmir, sirni namaz koji se uvijek veže uz bagel. Ali ljudima nije bilo jasno što točno nudimo – hoćemo li bagel umočiti u sir, rupu na sredini napuniti sirom ili ćemo cijeli bagel premazati sirom. Onda sam pronašao sliku bagela na interenetu pa sam pokazivao ljudima. Budući da sam odrastao s tim pecivom nije mi padalo napamet da nije očito kako se šmir jede s bagelom.

**Slično je kao kada pričamo o kroasanima koji su iz Europe došli u Ameriku.**

Da, apsolutno. Radi se o procesu učenja i za mene i za potencijalne kupce.

**Ali sigurno je lakše sada kada živite ovdje. Gdje u Hrvatskoj živite?**

Živim na Braču. Supruga i ja smo tražili stan u Splitu, ali nismo pronašli lokaciju koja bi nam odgovarala. Kako smo oboje odrasli na selu Brač nas je jako privukao, a internet - izum koji čini život na selu održivim je riješio konačni problem donošenja odluke o preseljenju. Dok sam ja odrastao imali smo jednu tv postaju dostupnu, a ako je bilo vjetrovito i ta jedna je bila upitna. Živio sam u vremenu kada si se trebao voziti jedan sat da bi kupio novi album svoje omiljene grupe. Eto toliko sam star. Sada živimo u Nerežišćima na Braču. Moja supruga, ja i susjedove ovce. I savršeno je! Imamo internet, slušamo glazbu, čitamo vijesti i u kontaktu smo sa cijelim svijetom.

**Stariji smo od googlea!**

Stariji sam od googlea, al ne značajno stariji.

**Živite na Braču, radite u Splitu, imate tri prodajna mjesta...**

Imamo tri prodajna mjesta, pekaru u Žrnovnici i proizvodimo vlastite bagele. Proizvodimo ih od svježih sastojaka, bez aditiva i konzervansa. Kuhaju se u vodi, a zatim peku. Imamo i vlastite recepte za preljeve koje radimo, a puno vremena smo potrošili i na nabavu pravih sastojaka, jer mi je bilo jako važno napraviti pravi njujorški bagel. Ne nešto blizu tome, već pravi bagel. Jako vrijedno smo radili. Moja tadašnja asistentica Andrea provela je sate i sate na telefonu dok je našla najbolji sušeni češnjak u prahu.

**Razumijem da morate koristiti takve začine, no imate li domaćih dobavljača?**

Da, osim sušenog češnjaka i luka, gotovo sve je iz Hrvatske. Brašno nabavljamo u okolici Osijeka. Koristimo sirup od ječmenog slada, koji se ovdje zove 'bachov ekstrakt', od hrvatskog proizvođača. Sve je lokalno, i to je nešto na što sam jako, jako ponosan.

**To je odlično!**

Malo ću skrenuti s teme, ali uvijek sam htio staviti Hrvatsku na prvo mjesto. Preselio sam se u Hrvatsku, trudim se učiti hrvatski, možda nisam dobar učenik, ali trudim se.

**Razumijete li više nego što govorite?**

Da. Hrvatski je jako težak jezik. No, ja sam došao u Hrvatsku i njenim stanovnicima želim ponuditi originalni američki bagel, ali ne želim istovremeno Hrvatsku pretvoriti u Ameriku. Hrvatska je prekrasna zemlja i nudi pregršt mogućnosti. Uvijek Hrvatsku stavljamo na prvo mjesto pa su tako svi naši materijali dvojezični s tim da je hrvatski jezik na prvom mjestu. Ja želim biti dio hrvatskog društva, a ne netko tko je donio svoj stari život sa sobom i želi ga nametnuti.

**Dobra stvar je što ste odlučili uložiti u veći proizvodni pogon, veću pekaru, prije nego ste počeli s franšiziranjem posla.**

Da, kupujemo sve više opreme kako bi olakšali i unaprijedili posao. U početku smo bili samo moja asistentica Andrea i ja u pekari. Radili smo do dugo u noć. Ako volite spavati pekarski posao nije za vas. Tada smo u pekari imali mikser za tijesto koje smo ručno morali rezati, odvagnuti komad od 120 grama, ručno ga oblikovati i napraviti rupu u sredini. Iako smo dodali prilično nove opreme naši bageli se i dalje rade ručno, a konačni cilj je proširiti i automatizirati proizvodnju kako bi se cijeli proces ubrzao i poboljšao.

**U kojoj ste fazi s novom pekarom?**

U procesu smo tranzicije za što će nam trebati sljedećih nekoliko mjeseci. Imamo lokaciju i opremu te smo u pregovorima sa svim dobavljačima.

**Pitam sve ovo jer imam informaciju da će ta nova pekara izbacivati oko 3000 bagela na sat? To je puno bagela.**

Da, to je jako puno bagela. Na početku sigurno nećemo ići punom brzinom. Kao što sam već rekao pripremam se za uspjeh u ovom poslu. Želim biti siguran u ono što radim i ne želim kupovati istu opremu dva puta. Ne želim kupiti mašinu koja radi 500 bagela na sat, pa da sljedeće godine moram kupiti novu. Za sada imamo jako dobre reakcije od domaćih kupaca, Hrvatima se sviđa bagel. A u posljednje vrijeme se povećao i interes za franšizu. Spreman sam za sljedeći korak i rast Brooklyn Bagela.

**Budući da ste rekli da je Hrvatska na prvom mjestu, pretpostavljam da je tako i sa otvaranjem franšize?**

Apsolutno. Iz dva razloga: prije svega došao sam u ovu sredinu o kojoj učim i koju, nadam se, sve bolje i bolje razumijem. Također, želim biti i praktičan i ne trčati pred rudo. Želim se širiti u druge hrvatske gradove gdje će biti lakše odraditi distribuciju i riješiti bilo koji problem koji se možda pojavi. Naravno, volio bih imati lokal i u Beču i u Budimpešti, ali to je predaleko od baze i može, ako nisam spreman, prouzrokovati samo probleme koje neću moći riješiti. Nisam pohlepan i ne žuri mi se. To je jedna od dobrih stvari koje donesu godine i iskustvo.

**Ali imate jednu dobru sitaciju koja vam ide na ruku. Započeli ste u Splitu, gradu orijentiranom na turizam. Jesu li sljedeći Rijka, Zadar?**

Ovaj razgovor vodimo u Zagrebu i cijeli sutrašnji dan planiram provesti u traženju lokacije za Brooklyn Bagel u Zagrebu. Iako smo imali interesa potencijalnih franšizera u Zagrebu, u ovo širenje ulazimo sami jer smatramo da u Zagrebu ima prostora za više lokacija. Spremni smo doći u Zagreb. Vjerujemo da ćemo uskoro imati i konkretnu objavu o lokaciji.

**Kada pričamo o franšizi, koja je Vaša preporuka za frekventnost lokacije?**

Preporučamo takozvano tranzitno čvorište, recimo mjesto gdje su u blizini autobusna i tramvajska stanica i pješačka zona kojom dnevno prođe oko 15.000 ljudi. Na takvim mjestima najbolje radno vrijeme je između 6 ujutro i 2 popodne. U Hrvatskoj je najveća ponuda pizze kao obroka koji se može pojesti 'u hodu', ali to je više manje to. O tome ćemo vjerojatno još kasnije govoriti, ali naš bagel sa slaninom, jajima i sirom je najbolji doručak koji možete pojesti na putu do posla i bit ćete siti sve do ručka.

**Ovakav tip lokala ne treba biti velik?**

Nije potrebna velika kvadratura. Napravili smo nekoliko demo trgovina, arhitektonskih crteža prema kojima lokal može biti do 35 kvadrata s poslužnim pultom koji gleda prema pločniku i nema sjedećih mjesta za goste. Za prostore veće od 50 kvadratnih metara već se može razmišljati o mjestima za sjedenje. Načelno mjesto za Brooklyn Bagel ne zahtjeva veliku kvadraturu niti puno opreme.

**Ovih dana lokali u starim jezgrama gradova su jefitniji nego u šoping centrima?**

Da, i to je odlična prilika. Nije potrebno naći mjesto koje će kupcu biti cilj već pored kojeg svaki dan prolazi na svom putu do posla ili škole, a mi im na tom putu želimo ponuditi dobar i kvalitetan obrok.

**Znači kupci mogu biti tinejdžeri i zaposleni?**

Da. Naša publika je podijeljena u nekoliko grupa. Školarci su jako zainteresirani i vole bagel, pogotovo jer ih posebno zanimaju stvari koje dolaze izvana. Zaposleni ljudi starosti između 25 i 40 godina, koji vode aktivan i užurban život i kojima je potreban dobar brzi obrok. Iako nismo kreirali naše bagele s naglaskom na 'zdravi obrok' te imamo i vegetarijansku opciju i opciju s gljivama, ipak, u usporedbi s masnom i slanom pizzom, čovjek se nakon što pojede dobar bagel ne treba osjećati loše.

**Vi dobro izgledate, nemate viška kilograma, a sigurno jedete bagele stalno?**

Da. I ono što najviše volim u ovom životu je što ništa od ovoga nisam mogao predvidjeti prije 5 godina. I to cijelu priču čini još uzbudljivijom.

**Imate li kakve povratne informacije s tržišta, kakve bagele Hrvati najviše vole, s kojim sastojcima i premazima?**

Ranije smo spomenuli šmir, kremasti sirni namaz. Radi se o riječi iz jidiš jezika koja znači premazati. Može biti s ili bez nekog začina i okusa, ali uvijek ga nazivamo šmir. Budući da je meni hrvatski jezik otkrio tako puno novih stvari i ja sam odlučio jednu novu riječ, šmir, uvesti u hrvatski. To je sirni namaz u koji možete dodati što god želite. Imamo tako na primjer povrtni šmir s mladim lukom, zatim šmir sa smokvom i medom kojeg je osmislila moja supruga kao dalmatinski specijalitet. A onaj najklasičniji i koji je nezaobilazan je šmir s lososom.

**A gdje je dalmatinski pršut?**

Iskreno, namjerno smo preskočili pršut. Htjeli smo napraviti nešto drugačije u našoj ponudi i mislim da je to ono što nas razlikuje od ostalih restorana koji u Hrvatskoj nude sendviče. Naš menu je unaprijed određen, gosti ne slažu sendvič po volji, i zbog toga je svaki od sendviča pomalo poseban. Na primjer, naš sendvič sa šunkom i sirom obogaćen je kiselim krastavcem, sendvič s puretinom dolazi s pečenom crvenom paprikom. Talijanski sendvič dolazi s namazom od maslina. I to je ta sitnica koja čini razliku. Kada bi svi mogli slagati sendvič po vlastitoj želji nikada ne bi imali priliku isprobati i uživati u okusima i kombinacijama koje smo mi smislili za sve naše goste. A uvjerili smo se da naši gosti zaista uživaju u kombinacijama koje smo pripremili.

**Kad pričamo o ulaganjima u franšizu vaše procjene su kreću između 64,000eur to 125,000eur?**

Tako je. S tim da se najveći dio tog iznosa odnosi na uređenje prostora. Kao što sam već rekao, trošak za opremu je minimalan. Nikakvi posebni aparati nisu potrebni poput štednjaka ili friteza. Potreban je hladnjak, pećnica i toster. Što se opreme i aparata tiče, stvar je prilično jednostavna. Pitanja je prostora koji pronađete – nalazi li se priključak za vodu tamo gdje vam treba voda, nalazi li se priključak za struju tamo gdje vam treba struja. Sve smo prošli u našem priručniku za potencijalne franšizere.

**Da, znam. Zato sam i pitao što je šmir jer se riječ nalazi na logu i priručniku, a ja ne znam što je šmir u industriji bagela.**

To je jedan od razloga zašto sam tu riječ odlučio staviti u logo – da ljudi pitaju što je to šmir.

**Kakvu emociju ste željeli potaknuti s logom?**

Svakako sam pokušao kupcima pristupiti tako da potaknem nekakav osjećaj, emociju radije nego da im pristupam na intelektualnoj razini.

**Kao što smo već razgovarali, proizvodi se proizvode u tvornicama, a dobri brandovi u glavama.**

To je apsolutno točno. Svi smo doživjeli osjećaj da više želimo Iphone od Androida, jer Iphone ima slatku malu jabučicu na sebi.

**Iskustvo u marketingu dobro Vam služi sada u poslu.**

Neopisivo mi je korisno što mogu koristiti neke alate i znanja koja sam stekao radeći u marketingu. Ako iznenada promijenimo meni sposoban sam to sam napraviti preko noći i već sljedeći dan svi lokali će to imati. Ne trebam zvati dizajnera koji će mi se javiti za pet dana s tri ponuđene solucije novog menua i slično.

**Dobro je imati ta znanja jer je onda jasnije i koje su Vaše želje.**

Da, i nakon svih ovih godina u marketingu moram reći da sam najbolji klijent kojeg sam ikada imao.

**Kada pričamo o angažmanu Vaše supruge, postavit ću Vam pitanje koje će Vas možda malo iznenaditi.**

Ok, vezat ću pojas za ovo.

**Koje hrvatsko vino biste preporučili uz bagel?**

To stvarno trebate pitati nju.

**Ali potreban nam je odgovor na ovo pitanje? Tko zna, možda će to biti sljedeća niša za Vas!**

Pa puno bolje radimo dok pijemo vino, ali ipak to moram ostaviti njoj da odgovori. Njeno nepce je besprijekorno i nepogrešivo.

**Vjerojatno znate da su hrvatsko franšizno udruženje i Poslovni FM oformili nagradu za one koji naprave dobre poslove u franšiznoj industriji. Budući da ste sada hrvatski franšizer, imate li neki savjet za ulazak hrvatskih franšiza na američko tržište.**

Moram se vratiti na ono što sam već rekao. Radite dugoročne planove tako da ne morate stalno ispravljati i prepravljati koliko posla i s čim ga možete obaviti kako bi postigli željene rezultate. Ako znate kako želite da trgovina izgleda bilo da je u šoping centru ili uz pločnik, to će vam uvelike pomoći kod namjere da se nešto franšizira, unificira. Bitno je dobro razraditi koncept kako ne bi imali hrpu ideja nabacanih odjednom na hrpu.

**Posljednjih godina imali smo veliki iskorak posljednjih 10 godina sa franšizama, kao recimo Surf'n'frise koji je izašao iz Hrvatske ili Friendly fire u Mexicu. Danas možemo pričati o franšiznom poslovanju kao značlajno dijelu ekonomije što do sada nismo mogli.**

To je jako dobra stvar. Upoznat sam sa Surf'n'friseom iz Amerike i nikada mi nije palo napamet da posao potječe iz Hrvatske.

**Malo ljudi to zna.**

Mislim da je i to jedan od razloga zašto su tako uspješni. Dobro je promišljen posao i sve je vrlo konkretno. Ne znam u kojim se još zemljama nalazi, ali siguran sam da ljudi u svakoj od tih zemalja misle da je to lokalni posao i to je znak da se radi o dobroj franšizi.

**Ljudi mogu pomisliti da se radi tvrtki sa Floride. Surfing**

Upravo o tome se radi. O ljudskom umu. Ja sam s Manhattana, ali tvrtku sam nazvao Brooklyn Bagel Co. jer stvara dobar i autentičan dojam u umu kupca i to je osnova svakog posla.

**Imam pitanje Ljiljane Kukec, predsjednice Udruge hrvatskih franšizera za vas. Ona bi željela saznati kako planirate rješavati logističke probleme koji bi vam se mogli stvoriti u trenutku izlaska van Hrvatske. Hoćete li vani pokretati proizvodne pogone ili će Hrvatska biti centar za sve.**

To je odlično pitanje. I volio bih da znam odgovor. Moj cilj je centralizirati proizvodnju. Proizvodnja nije potrebna u svakom gradu. Moj cilj je imati jedno proizvodno postrojenje i više distribucijskih centara. Tako da primjerice mogu zaleđene bagele transportirati od proizvodnog centra do distribucijskog centra u Zagrebu, Rijeci i kako se širimo u Sarajevu, Ljubljani i Beču i u konačnici iz tih centara do prodajnih mjesta.

**Imate li poruku za one koji su sada možda prvi put čuli i zainteresirali se za Brooklyn Bagel Co. kao franšizeri ili investitori?**

Ovo je definitivno pravi trenutak da se priključite. Siguran sam da je ovo posao o kojem ćete slušati i čija će se prodajna mjesta početi pojavljivati u gradovima diljem Hrvatske, a kasnije i u drugim zemljama južne i istočne Europe. Sada je pravi trenutak, jer ćete imati priliku birati najbolje lokacije koje se trenutno nude.

**Objavit ćemo e-mail adresu na koju će Vam se zainteresirani moći javiti. Slušali ste Franšizni klub, jedinstveni podcast o franšiznom poslovanju u regiji. Ne zaboravite, čak 90% poslova se može franšizirati. Istražite besplatno koje su mogućnosti za franšizno poslovanje na stranicama Udruge franšizera. Do sljedećeg susreta, lijepi pozdrav. Hvala što ste bili naš gost.**

Hvala što ste me pozvali. Bilo je odlično iskustvo.