



MONIKA GULLEROVÁ
vedie vlastné laboratórium
v Oxforde



PETER LITTMANN
radí s marketingom prestížnym
značkám



ANDREA GAVAČOVÁ
na Slovensko priťahla svetové
televízne šou



MICHAL ŠTENCL
založil firmu, čo konkuruje Googlu

7 príbehov úspechu

**SVETLANA DANKOVIČOVÁ**

zastupuje prestížnu banku
Edmond de Rothschild
Europe

**PETER VEVERKA**

produkuje v Hollywoode filmy

**ANTON SIEKEL**

riadi biznis na troch kontinentoch

SEDEM OSOB-
NOSTÍ, SEDEM
NEZVYČAJ-
NÝCH OSUDOV.
O TÝCHTO SLO-
VÁKOCH POČUŤ
NIELEN DOMA,
ALE AJ VO SVETE
A NESÚ PRÍVLAS-
TOK ÚSPEŠNÍ. VO
SVOJICH ODBO-
ROCH PATRIA
K ABSOLÚTNEJ
ŠPIČKE. A PRETO
NEMÔŽU CHÝBAŤ
NA STRÁNKACH
HN MAGAZÍNU.

Sú dôkazom, že Slovensko je
vidieť a počuť. Po celom svete
a s prívlastkom „výborné“.

Anton Siekel

Pán ázijských hotelov v slovenskom kimone

HOCI VÄČŠINU BIZNISU MÁ V ZAHRANIČÍ, PATRÍ K NAJÚSPEŠNEJŠÍM SLOVENSKÝM PODNIKATEĽOM. OD VEĽKÝCH DEVELOPERSKÝCH PROJEKTOV SA DNES ANTON SIEKEL DOSTAL NAPRÍKLAD K ŠPORTOVÉMU MARKETINGU.

Keď pred niekoľkými mesiacmi oznámil, že s biznisom končí, bolo to pre mnohých prekvapenie. Pre iných zas logické vyústenie dlhoročného podnikateľského kolotoča. Skutočnosť, ako obyčajne, je podľa Antona Siekela kdesi uprostred. „Rozhodnutie nepadlo zo dňa na deň, predchádzala mu príprava firmy, aby plynulo prešla do väčšej sebestačnosti voči mne,“ vysvetľuje. A dodáva, že prakticky to znamená, že nie je aktívny v „dennom“ biznise. „Samozrejme, strategické rozhodnutia si stále ponechávam, ale nezasahujem do bežného výkonu.“ Čo vedie muža, ktorého holding FPD vlastní desiatky firiem na troch kontinentoch, aby sa stiahol? „Chcem sa viac venovať rodine, športu, priateľom,“ povedal pred časom v rozhovore pre HN televíziu. Paradoxne však priznáva, že stále viac ako oddych rieši obchodné záležitosti. „Istým spôsobom sa totiž mení aj filozofia toho, čo robíme. V predchádzajúcom období sme riadili spoločnosti aktívnym manažmentom, mali sme tam majoritné podiely.“ Z toho síce niekedy vyplývali vyššie výnosy, no aj podstatne väčšia zodpovednosť. „Dnes vyhľadávame a preferujeme investície, kde máme menší podiel, sme v pozícii portfóliového investora, ktorý do toho vie pridať extra vklad.“

Zmena filozofie

Niektoré firmy teda predajú, naopak, do mnohých vstúpia. Ale takpovediac v menšom. Chcete konkrétny príklad? „Postupne naplňame opciu na dvadsať percent kanadskej spoločnosti The Sports Corporation, ktorá sa venuje športovému marketingu,“ hovorí Anton Siekel. Presnejšie je to piata najväčšia agentúra, ktorá zastupuje top hviezdy zámorskej NHL. „Táto oblasť mi je blízka a je to presne druh biznisu, ktorý bude FPD v budúcnosti preferovať,“ vysvetľuje muž, ktorý si so športom tyká aj v praktickej podobe. I keď skôr ako na ľadovej ploche by ste ho zastihli na tatami. V kimone. Džudo zastupuje a podporuje aj na oficiálnej úrovni. „Možno to bude znieť otrepane, ale je to viac ako šport. Džudo som sa venoval kedysi a vrátil sa k nemu, keď mali moje dcéry

„Športový marketing je mne blízka oblasť, aj preto sme kúpili podiel v The Sports Corporation. Je to presne ten druh biznisu, ktorý bude naša spoločnosť FPD v budúcnosti preferovať.“

ANTON SIEKEL



tak päť-šesť rokov,“ dôvodí. To ešte najmä vo forme fanúšika a neraz aj ich sparing partnera. „Najprv som s nimi prehrával kvôli motivácii, neskôr ma porážali už aj bez pomoci,“ smeje sa. Dodáva, že spätne si aj ony pochvalujú vytrvalosť, schopnosť prispôbiť sa, no i zmieriť sa s prehrou, čo vďaka džudu získali. No naspäť k biznisu.

Od kupónky k hotelom

Podnikateľské začiatky sú spojené s finančnou skupinou Istrokapitál, ktorú spoluzakladal. Dnes však jeho meno rezonuje najmä na čele prosperujúcej spoločnosti FPD. Záber? Vskutku široký – hotelové rezorty v Ázii, najmä na Bali, v Indonézii či Malajzii. A naposledy na Srí Lanke. „To je taká moja srdcovka, nejde iba o hotel, chceme vytvoriť rezort s celkovo ozdravným zameraním. Na budúci rok by sme chceli začať stavať,“ prezrádza.

Hotelierstvo či presnejšie kúpeľníctvo ho zaviedlo napríklad do slovenských Dudiniec, biznis s vínom zas do susedného Česka, developerstvo do Singapuru... a dalo by sa pokračovať ešte dlho. „V súčasnosti sa nechcem špecializovať na jednu oblasť. Ale vyhľadávam príležitosti, ktoré ma nejakým spôsobom naplňajú,“ hovorí Anton Siekel sediac pod kolumbijskou vlajkou. Šesť rokov je honorárnym konzulom práve tejto juhoamerickej krajiny. V dohľadnom čase bude o dôvod navyše merať cestu do Južnej Ameriky – ako predse-da správnej rady Nadácie Slovenského olympijského výboru.

Andrea Gavačová

Žena, ktorá vás „baví“ každý deň

ANDREA GAVAČOVÁ PRINIESLA NA SLOVENSKO NAJÚSPEŠNEJŠIE TELEVÍZNE PROJEKTY. DNES AKO RIADITEĽKA PREDAJA FORMÁTOV FREMANTLEMEDIA STOJÍ TAKMER ZA VŠETKÝMI VEĽKÝMI ŠOU V STREDNEJ A VÝCHODNEJ EURÓPE.

Na začiatku bola SuperStar. Šou, ktorá dala šancu aj jej samotnej stať sa tým, kým je dnes. A čo v tejto brandži znamená. Asi takto by sme opísali vzostup Andrey Gavačovej, ženy, ktorá predáva najsledovanejšiu televíznu zábavu. Od ČeskoSlovensko má talent cez X-Factor, Farmár hľadá ženu až po momentálne najúspešnejšiu Moja mama varí lepšie ako tvoja.

Story tejto ženy, ktorá veľmi dobre vie, ako vyzerá svet televízneho biznisu, sa začala ešte počas štúdia na Vysokej škole múzických umení. Vtedy ju oslovil jej učiteľ dejín filmu Slavomír Magál, aby spoluzakladala pobočku nemeckej televíznej distribučnej spoločnosti Betafilm. „Písal sa rok 1990. Založili sme Telefilm Eurokim, prijali ma na hosťovské štúdium na Filmhochschule vo Viedni, učila som na VŠMU v triede produkcia, organizovala filmové festivaly, točila prvý reklamný spot v Česko-Slovensku na spodnú bielizeň,“ vyratúva. „Na Hlavnom námestí v Bratislave vtedy po prvýkrát a asi aj naposledy v auguste snežilo,“ spomína na „vzrušujúce“ 90. roky.

Pri zrode biznisu

Bola to práve ona, ktorá stála u nás pri zrode biznisu s predajom distribučných práv na filmy a seriály. Pre Eurokim/Mayu päť rokov robila na pozícii šéfky predaja filmových a televíznych diel a už vtedy mala na starosti celú strednú a východnú Európu. Diváci na Slovensku a v Česku sa tak mohli zoznámiť s kultovým StarTrekom či Baywatchom. „Bola to skvelá škola. Šanca byť pri niečom takpovediac od piky sa neujde každému a s odstupom si ju veľmi vážim.“ Potom prišla pauza, ktorá mala pôvodne trvať niekoľko týždňov. No predĺžila sa na sedem rokov s rozšírením gavačovského „kľanu“ o dve dcéry.

Neprekonaný rekord

Prvou zastávkou po materskej bol manažment Richarda Rybníčka v STV na jar 2003. Tento angažmán ju zastihol pri zrode najúspešnejšieho televízneho projektu tej doby. Po roku krízového manažmentu sa počas silvestrovskej noci zrodila myšlienka priniesť divákovi na Slovensku niečo neopozorané, prevratné. Voľba padla na formát, ktorý sa vtedy v USA a Veľkej Británii vysielal

pod názvom „Idols“. Proces od myšlienky po realizáciu nebol ľahký, pretože STV v tej dobe mala najhorší možný imidž. Tri mesiace prešli len do momentu, keď sa vôbec niekto zo spoločnosti, ktorá vlastnila práva, ozval naspäť. Ostatné však už prebehlo hladko a od jesene 2004 zachvátil Slovensko ošial s názvom SuperStar. „Spôsobila doslova hystériu, ktorá vygradovala, keď počas finále hlasovalo milión divákov. A sledovanosť dosiahla dodnes neprekonanú hranicu 75 percent.“

Čo pláva na vlně

Vďaka tomu si Andreu Gavačovú všimli v samotnej FremantleMedia a ponúkli jej, aby sa im starala o predaj formátov v strednej Európe. Keďže vtedajší manažment sa vo verejnoprávnej STV v lete 2005 rozpadol, s vďakou prijala. A v decembri oslávila už desaťročné pôsobenie v celosvetovo uznávanej produkčno-distribučnej spoločnosti. S nepísaným titulom jej najlepšej predajkyne. Začala Českom, Slovenskom a Chorvátskom a dnes má na starosti celkovo desať štátov vrátane Rumunska, Slovinska či Bulharska. Ako sa však segment vyvíja a čo letí dnes? „Pred desiatimi rokmi tu bol boom kontajnerových reality šou. Potom nastúpili SuperStar či GotTalent, čo trvá dodnes.“ Teraz sa podľa nej vracajú ľahké zábavné formáty. „Špičkou je Moja mama varí lepšie ako tvoja, je to jediná šou, ktorú som počas jedného roka predala do všetkých svojich teritórií bez výnimky.“



„Točila som prvý reklamný spot na spodnú bielizeň v Česko-Slovensku. Na Hlavnom námestí v Bratislave vtedy po prvýkrát a asi aj naposledy v auguste snežilo.“

ANDREA GAVAČOVÁ

Text: Matej Gašparovič
Foto: Jakub Čajko

Peter Littmann

Muž, ktorý zachraňuje svetové značky

SLOVENSKO OPUSTIL PO PRAŽSKEJ JARI, ABY SA V NEMECKU STAL ŠÉFOM SVETOZNÁMEJ ODEVNEJ ZNAČKY HUGO BOSS. VLASTNE, SVETOZNÁMA SA STALA PRÁVE VĎAKA NEMU. MARKETINGOVÝ MÁG PETER LITTMANN.

Príbehy emigrácie Slovákov sú napriek svojej rozmanitosti v podstate podobné. No smer, ktorý po nej nabrali, sa kľukatí neraz veľmi osobito. Tak ako v prípade Petra Littmanna, ktorý dnes patrí k európskej marketingovej špičke. Z domu odchádzal po invázii ruských vojsk v roku 1968. „Založili sme na škole študentský parlament na demokratickej základni, musel som počítať s tým, že za to budem potrestaný,“ spomína dnes Littmann.

„Keď som prevzal Hugo Boss, bola to bezvýznamná nemecká firma, ktorá operovala len na nemeckom trhu. Urobil som z nej medzinárodnú, ktorá má veľké trhové podiely od USA až po Čínu.“

PETER LITTMANN

Nosič káblov v Nemecku

Kroky dvadsaťročného študenta smerovali do Kolína. Spomenul si na televízneho kameramana, s ktorým sa zoznámil, keď u nás natáčala nemecká televízia. Ten ho predstavil nadriadenému a Littmann získal prvú prácu: robil osvetľovača a nosiča káblov. Hoci na Slovensku pôvodne študoval „strojarinu“, v Nemecku sa najprv zaoberal filozofiou, ktorá bola pre „triedneho nepriateľa“ v Československu nedosiahnuteľná. Neskôr však skončil aj podnikové hospodárstvo a obhájil doktorát. „Začínal som ako asistent člena predsedníctva odevnej firmy, ktorý bol, úprimne povedané, trochu lenivý. Nechal ma robiť veci, ktoré som ešte neovládal, no tým aj rozšíril moje možnosti sa ich učiť,“ spomína. Z nosiča káblov sa pomerne rýchlo stal skúsený manažér. A vyhľadávaný.

Boss von Boss

Tak ako v prípade spoločnosti Hugo Boss. Odevnú značku počas piatich rokov vkoridloval do nových vôd 90. rokov. Keď ho oslovili s ponukou viesť ju, pomyslel si, že sa museli zmýliť. No chceli ho práve preto, že nebol zaťažený odevným fachom. Pomohli mu, paradoxne, koberce. V spoločnosti Vorwerk sa mu totiž podaril husársky kúsok. Z nie príliš atraktívneho produktu vytvoril táhák. „Pozval som najlepších umelcov a architektov sveta, aby im urobili nový dizajn. Malo to obrovský úspech: čaro spočívalo v tom, že veľkí umelci robili dizajn na taký banálny produkt ako koberec,“ vysvetľuje Peter Littmann.

V trápacom sa podniku Hugo Boss vtedy od neho chceli čosi podobné: mal zmeniť produkt a prispôsobiť ho novým hodnotám nezataženým „bossovským“ imidžom. „Keď som ju prevzal, bola to bezvýznamná nemecká firma, ktorá operovala na nemeckom trhu. Urobil som z nej medzinárodnú, ktorá má veľké trhové podiely od Spojených štátov až po Čínu. Zmenili sme celú stratégiu firmy,“ vraví muž, ktorého v tom čase prezývali Boss von Boss.

Už aj na Slovensku

Čoskoro sa o Littmanna začali zaujímať svetoví hráči – aj preto dnes v referenciách jeho Brandinsideru nechýbajú také zvukné mená ako BMW, Porsche, Google či Baťa. Mimochodom, Tomáša Baťu poznal osobne, stretli sa na súkromnej večeri a okamžite si vraj veľmi dobre rozumeli. Nielen kvôli reči. Až donedávna však na Slovensku o jeho úspechoch nebolo veľa počuť. Zlom spôsobil práve článok v lifestylevom časopise HN prečo nie?! „Redaktorka sa ma spýtala, prečo som ešte nepracoval pre slovenské firmy. Ja som odpovedal, že mi to zatiaľ nikto neponúkol. Potom začali zvoníť telefóny a prichádzali maily s ponukami,“ smeje sa Littmann. Brandinsider tak dnes posúva vpred napríklad kežmarský Karloff a ich Tatratarea či výrobcu luxusných postelí Saffron.

Text: Matej Gašparovič
Foto: archiv HN



Peter Veverka

Slovák, s domovom v Hollywoode

Prvý film nakrútil na strednej škole o atómovej elektrárni, dnes spolupracuje s hollywoodskou špičkou. „Pôvodne som chcel byť manažérom, no našťastie ma nevzali na ekonomickú a mal som leto na premýšľanie,“ spomína Peter Veverka. Počas neho sa mu náhodou podarilo dostať do štábu známeho slovenského producenta Rudolfa Biermana. „Vzali ma ako asistenta réžie a hoci som ani len netušil, čo to obnáša, energicky som tvrdil opak.“ Nakoniec obstál. Ďalším prelomom bol Schindlerov zoznam, kde si „strihol“ malú rolu. „Vtedy som si naplno uvedomil, že to, čo chcem naozaj robiť, sa v americkom systéme volá producent.“

Rozhodnutie odísť do zahraničia umocnili aj divoké 90. roky. Po štúdiu na American Film Institute v Los Angeles sa mu podarilo získať miesto pomocného režiséra Johna Mora, ktorý práve na Slovensku nakrúcal snímku Za nepriateľskou líniou. „Urobili sme film a ja som od toho viac nečakal,“ spomína. No v priebehu štyroch mesiacov mu Moore zavolať, že by potreboval pomôcť s postprodukciou. A o pár mesiacov opäť. S hollywoodskym režisérom pre štúdio 20th Centruy Fox nakoniec urobili päť filmov. „Stále sme v úzkom kontakte, no po Smrtonosnej pasci 5 som si uvedomil, že už by som chcel robiť nielen pre iných,“ vysvetľuje muž, ktorý dnes pracuje na viacerých projektoch aj na Slovensku.



Text: Alžbeta Pňačková
Foto: archív Petra Veverku



Monika Gullerová

Vedie vlastné laboratórium v Oxforde

Žiaden tuctový príbeh. Život Moniky Gullerovej sa do jednej vety nezmesť. Mladá šarmantná žena sa totiž presadila v oblasti, ktorá dodnes patrí predovšetkým mužom. „Tvrdo som pracovala na každom kroku mojej kariéry. Nič som nedostala zadarmo. Úspech považujem skôr za dobre odvedenú prácu,“ opisuje svoj recept držiteľka titulu vedkyňa roka Veľkej Británie a Írska za rok 2011. Vo vede spravidla priama linka z Bratislavy do Oxfordu nevedie. Ani v prípade Moniky Gullerovej to nebolo inak. Prvá zastávka za úspechom bola vo Viedni. Práve tu absolventka Prírodovedeckej fakulty a doktorandka Viedenskej univerzity dosiahla svoj prvý veľký objav – novej funkcie jedného proteínu v bunke. Ten prezentovala na konferencii v Španielsku, kde si ju všimol profesor Nick Proudfoot. A on jej ponúkol možnosť pokračovať vo výskume v Británii. „Pamätám si, že mi povedal: Rob, čo chceš,“ spomína na pre ňu dovtedy nepredstaviteľnú slobodu v bádaní. A využila ju naplno. Vďaka grantu, ktorý vyhrala, vedie už tri roky vlastné laboratórium. „Skúmame napríklad, aký je molekulárny mechanizmus opravy poškodenej DNA,“ vysvetľuje. Praktické využitie? Napríklad pri liečbe rakoviny či iných chorôb.

Text: Tomáš Ferenčák
Foto: archív Moniky Gullerovej



„Moji klienti sú výrazné osobnosti, ktoré vybudovali svoje podnikanie od základov. Spravidla prešli procesom kombinácie úspechov a prehíer, ktoré ich formovali podnikateľsky aj osobnostne.“

SVETLANA DANKOVIČOVÁ

Svetlana Dankovičová

Bankárka, čo si „tyká“ s milionármi

SPRAVUJE MAJETOK ĽUĎOM, KTORÝCH SKUTOČNE VYSTIHUJE SLOVO BOHATÍ. V NAJSTARŠEJ PRIVÁTNEJ BANKE V EURÓPE.

Mladá a úspešná. Znie to ako klišé, ale Svetlana Dankovičová je priam prototypom tohto spojenia. Viceprezidentka Edmond de Rothschild Europe pre strednú Európu však nič nedostala na striebornom podnose. To by si ju nevybrala jedna z najstarších súkromných bánk v Európe. A nepracovala by v nej už jedenásť rokov.

Banka s tradíciou storočí

Keď sa povie Rothschild, ľuďom sa zväčša vybaví meno známej židovskej rodiny, ktorá vždy patrila k najvýznamnejším v Európe. No s súkromnou bankou, s tradíciou niekoľkých storočí, si toto meno ešte pred vyše desiatimi rokmi u nás na Slovensku spájal málokto. „Keď sme v roku 2004 začínali na Slovensku, znalosť značky bola dosť nízka,“ spomína Svetlana Dankovičová, ktorá ju pomáhala budovať. V pozícii

„dvojky“ – napriek veku neprekračujúcemu tridsiatku. Keď po dvoch rokoch vtedajší riaditeľ odišiel, najvyššie miesto zastala práve mladá Slovenka. Ako sa však na taký post môže vypracovať dievča z Nitry? „S pokorou musím priznať, že to je vždy kombinácia priaznivých okolností, správnych ľudí na správnom mieste, pripravenosti prijať výzvu a byť ochotná relatívne rýchlo reagovať a veľa pracovať.“

Úspech sa dostaví

A tak sa po siedmich rokoch v poisťovni Allianz ponorila do vŕd súkromného bankovníctva. „Učila som sa za pochodu, často to bolo náročné, no zároveň nesmierne zaujímavé a obohacujúce,“ vysvetľuje. „Je pravda, že niektorí klienti na mňa pri prvom stretnutí užasnuto hľadeli, pretože žien v tomto segmente vtedy ešte nebolo veľa. Pred pár rokmi by ešte skôr čakali v úlohe súkromného bankára staršieho prešedivého pána.“

Dnes je už situácia úplne iná. Šikovní a schopní ľudia sa prirodzene presadzujú bez rozdielu veku a pohlavia, a tak je to aj podľa mňa správne,“ dodáva. Profesia súkromného bankára však nie je len o príjemných stretnutiach a spoločenských eventoch s klientmi.

Prináša aj rôzne krízové situácie či momenty, v ktorých treba zachovať chladnú hlavu a poskytnúť klientovi špičkový servis a poradenstvo. „Počas tých rokov som zažila mnohé inšpiratívne chvíle s našimi klientmi a úžasnú radosť pri úspešných akvizíciách alebo pozitívnej spätnej väzbe. No tak ako je to aj v iných profesiách, aj ja som zažila momenty, keď prišiel aj neúspech a musela som sa rýchlo preniesť cez negatívne emócie,“ priznáva.

Riešenie? Opäť len tvrdá práca. „Verím však, že ľudská vôľa nesie nekonečný potenciál a poctivá práca po čase priniesie výsledky a úspech sa dostaví.“

Klienti? Menej je viac

Kto sú teda klienti Svetlany Dankovičovej? „Výrazné osobnosti, ktoré vybudovali svoje podnikanie od základov. Spravidla prešli procesom kombinácie úspechov a prehíer, ktoré ich formovali tak podnikateľsky, ako aj osobnostne,“ opisuje ich bankárka. „Našou úlohou je ochrániť a zveladiť ich majetok, ktorý nám zveria do správy.“ Výška vkladu sa začína obvykle na niekoľkých miliónoch eur. Edmond de Rothschild Europe je konzervatívna inštitúcia, nových klientov tak získava predovšetkým na základe referencií. A počet? V rámci strednej Európy hovoríme o desiatkach tých najbonitnejších. Ich majetok dokázala banka podľa Dankovičovej vďaka stabilite, tradícii a histórii ochrániť bez ohľadu na to, aké búrlivé obdobie prebiehalo.“

Na trase Bratislava – Luxemburg

Aj samotná bankárka je stále v pohybe. Veľa času trávi v lietadle – cestovaním z Luxemburgu, kde má banka sídlo, do Bratislavy a Prahy, kde sa stará o bohatých Čechov a Slovákov. A čo je pre ňu najkľúčovejšie? „Absolútna dôvera. To je základ dlhodobého a dobre fungujúceho vzťahu. Aj pokiaľ ide o banku.“



Michal Štencl

Slovák, čo naviguje milióny. V mobiloch

MICHAL ŠTENCL MÁ V 36 ROKOCH ZA SEBOU ZAČIATKY „V GARÁŽI“, NO AJ ÚSPEŠNÚ IT FIRMU, KTORÁ S PREHĽADOM KONKURUJE ZAHRANIČNÝM GIGANTOM.

Hovoriť o úspechu s človekom, ktorý je ťažký determinista, je neuveriteľne náročné. Každé jedno „obvinenie“ z vlastnej úspešnosti odrazí. Uvedie matematické dôvody, vznesie filozofické argumenty. A keď ste už úplne bezradný, dorazí vás tvrdením, že každý človek s rovnakou DNA a životnými skúsenosťami by za tých istých okolností konal rovnako.

Úspech je v DNA

Teda len ťažko možno hovoriť o úspechu, ak ide v podstate o nevyhnutnosť, ktorú človek neovláda, ale skôr je ňou ovládaný. Prekvapivý postoj. Predovšetkým u človeka, ktorý sa stal synonymom úspechu v IT biznise. A to nehovorím zo slovenského, ale z globálneho hľadiska. „Pre mňa je skratka všetko akoby predurčené“, vysvetľuje svoj pohľad na cestu nahor Michal Štencl. V žiadnom prípade nejde o falošnú skromnosť, tou zakladateľ a CEO spoločnosti Sygic netrpí. Nakoniec, je to očividné z jeho poslednej vety celého nášho rozhovoru. „Už viem, kedy nás budem považovať za úspešných. Až nás bude žalovať Európska únia za monopol,“ hovorí so smiechom.

Konkurent Googlu

Na začiatku firmy stáli traja priatelia, spomínaný Michal Štencl, Martin Kališ a Peter Pecho. Dnes, po jedenástich rokoch, spoločnosť zamestnáva 130 ľudí a konkuruje si

s Googlom, čo na Slovensku nerobí každý druhý. Vlajkovou loďou firmy je totiž jedna z najstáhovanejších offline navigácií. Aplikáciu si denne stiahne viac ako 150-tisíc používateľov z celého sveta. Celkovo tak Sygic po planéte naviguje takmer sto miliónov ľudí. „Začiatky boli náročné, pretože som v tejto oblasti nemal žiadne skúsenosti, ale veľmi ma to lákalo,“ povedal minulý rok Michal Štencl pre BBC. Práve britská spravodajská legenda venovala pozornosť zakladateľovi Sygicu v rámci seriálu o európskych biznismenoch.

Kódovanie skončilo

Samotný Štencl prestal programovať už dávno. Prácu s kódom presunul na svojich ľudí a on pracuje s nimi. A nezakrýva, že to bol jeden z veľkých zlomov v jeho živote. Len pred štyrmi rokmi sa Hospodárskym novinám postažoval, že mu už vývoj začína chýbať. „Programovanie je veľmi návykové. Predstavte si, že niečo viete zmeniť za päť minút. A teraz to neviete zmeniť za dva týždne,“ potvrdzuje i na našom stretnutí. Z programátora sa tak stal manažér. No do penzie sa nechystá. Nakoniec v 36 rokoch to robí máločko. Vie si predstaviť dva momenty, keď by síce neodišiel, ale stiahol sa do pozície „poradcu“. Ak by cítil, že už tomu nedáva toľko, čo predtým a v Sygicu by sa zjavil niekto, kto ten drive má. „Alebo, ak by som začal chápať, že mi utekajú deti.“

„Už viem, kedy nás budem považovať za úspešných. Ten moment pravdepodobne nastane až vtedy, keď našu spoločnosť bude žalovať Európska únia za monopol.“

MICHAL ŠTENCL

Príbehy úspešných Slovákov budeme od budúceho čísla prinášať v rubrike
MADE IN SLOVAKIA.