

# qlife



ZNANOST I UMJETNOST LIDERSTVA

## Dijalog



# qLife

ZNANOST I UMJETNOST LIDERSTVA

No. 4 / Vol. II / Jesen 2010.  
ISSN 1846-9590

q21 Quantum21.net  
Znanost i umjetnost vođenja

business.hr

**Za izdavača:** Marko Lučić / **Upravni odbor:** Daniela Miljan (AoEC), Manuela Šola Oršić (Abrakadabra integrirane komunikacije), Marko Lučić (Quantum21.net), Natalia Radovčić (Business.hr) / **Uređivački odbor:** Alan Žepec (AoEC), Ivan Miljan (IBP), Lara Jelenc (Ekonomski fakultet Rijeka), Miljenko Cimeša (SoL Hrvatska), Nataša Rupčić (Ekonomski fakultet Rijeka), Sonja Runkas (Business.hr) / **Ilustracije i grafički dizajn:** Tomislav Ćurković & Aljoša Brajdić / **Prijevod i lektura:** Inceatus, Zagreb / **Tisak:** Printera Grupa / **Marketing:** Lidija Šimrak (Business.hr)  
**Prodaja:** qLife@quantum21.net +385.51.453.605 +385.98.981.0756

Partneri:

 Emerald Management First

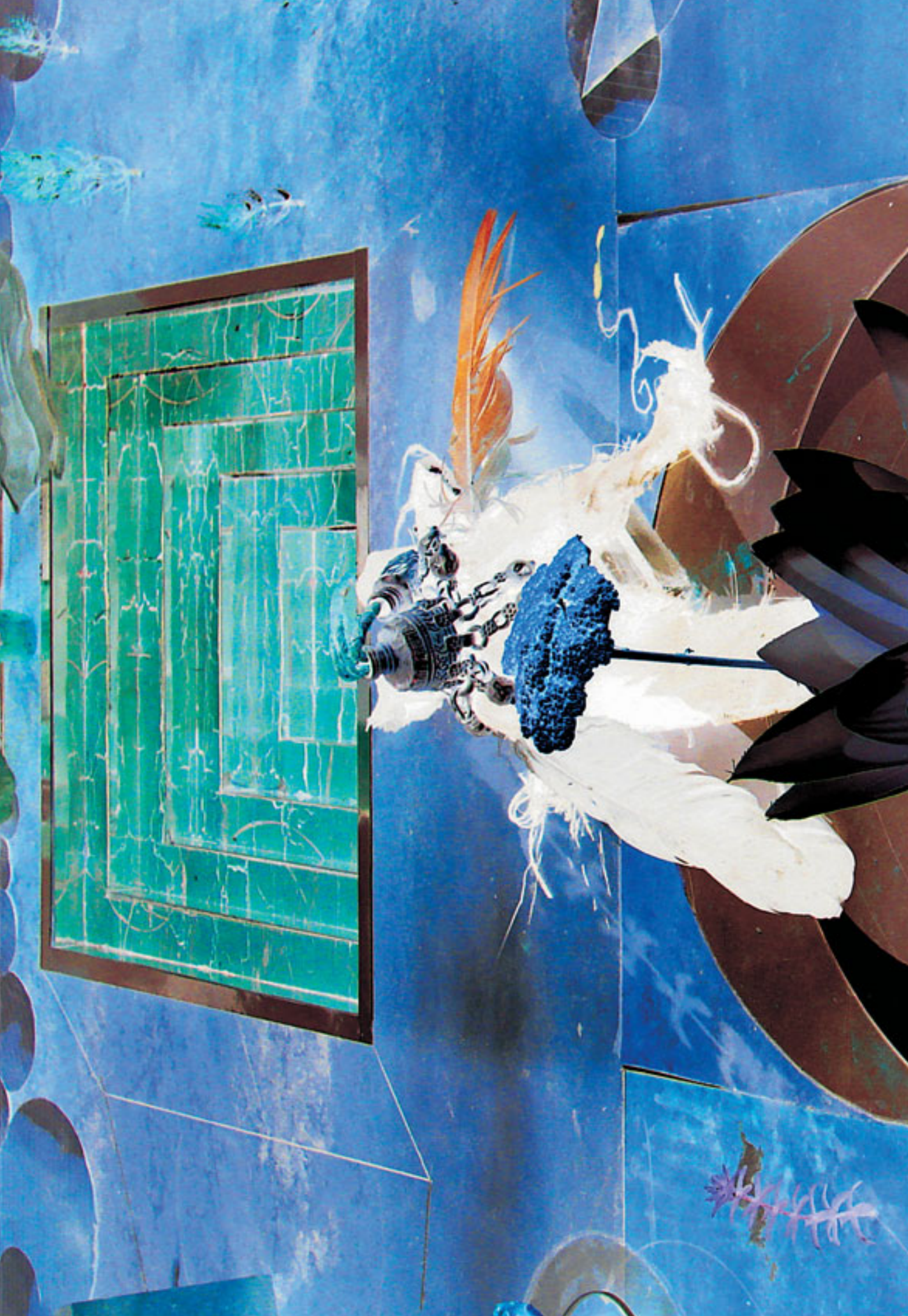
 JOSSEY-BASS™  
An Imprint of WILEY

 PEGASUS  
COMMUNICATIONS

 SoL  
society for  
organizational learning

 WORLD BUSINESS ACADEMY  
Taking responsibility for the whole

Rijeka, Studeni 2010.



7

Tema broja: Dijalog  
Marko Lučić

11

U podnožju vulkana  
David Hutchens

Potmula tutnjava stoljećima uspavanog vulkana izazvala je nezapamćenu krizu u selu *Spaljenih Borova*. Očajni seljani hitro su se okupili na mjesnom trgu kako bi osmislili plan bijega pred nadolazećom stihijom. No, osim što su se žestoko posvađali ništa vrijedno nisu smislili. S druge strane pod Mijimim vodstvom grupa susjeda je otkrila posve novi način komuniciranja koji im je pomogao da dosegnu nove izvore kreativnosti i magičnu kolektivnu inteligenciju.

81

U podnožju vulkana: dublji uvid u priču  
David Hutchens

Živimo u svijetu konverzacije. Riječi koje koristimo oblikuju naše navike, stil života i rada, odnose s drugim ljudima i budućnost kakvu želimo za sebe stvoriti. No, gledano iz druge perspektive, toliko ih često koristimo da rijetko primjećujemo njihov pravi utjecaj na stvarnost. Paradoksalno, u svojoj sveprisutnosti riječi su nam postale *nevidljive*. Stoga je neobično važno da naučimo koristiti se *dijalogom* kako bi neometano iznosili, propitivali i testirali skrivene mentalne modele, pristupali znanju drugih ljudi, kreirali nove mogućnosti i donosili optimalne odluke.

99

*Love all, serve all:*  
intervju s Isaacom Tigrettom  
Ana Jergović

Isaac Tigrett posebna je ličnost u svijetu biznisa, glazbe i kulture koja "sve što dotakne pretvori u zlato". U razgovoru za *qLife* progovara o svojem životu, osebnijoj životnoj i poslovnoj filozofiji koja mu je pomogla da osnuje, razvije i kasnije proda više poslovnih projekata svjetskog glasa od kojih su najpoznatiji *Hard Rock Cafe* i *House of Blues*.

113

Dijalog: osnovne smjernice  
David Bohm, Donald Factor, Peter Garrett

U ovom, danas već legendarnom tekstu, ugledni autori nakon godina istraživanja iznose svoje stavove i razmišljanja o procesu dijaloga. Čitatelju pojašnjavaju što jeste a što nije dijalog, zašto nam je takav način komuniciranja uopće potreban, u čemu se sastoji svrha i smisao dijaloga te ga konkretnim primjerima potiču da se u društvu drugih ljudi upusti u iskušavanje ovog intrigantnog procesa.

## Flex Team tarifni paketi

**-50%** na mjesečnu naknadu godinu dana



Sony Ericsson  
X10 MiniPro  
S besplatnom navigacijom  
Za nositelja u FT 500

**98 kn**



Sony Ericsson  
Cedar  
Za članove tima

**98 kn**

## BlackBerry Instant e-Mail

**-50%** na mjesečnu naknadu godinu dana  
Neograničeno slanje i primanje mailova



## MAXadsl

**-50%** na mjesečnu naknadu godinu dana

## Office Fax i Office e-Mail

**-50%** na mjesečnu naknadu godinu dana  
Jednostavno i učinkovito upravljanje poslovnom komunikacijom

## Najam informatičke opreme

**-50%** na mjesečni najam i održavanje kroz godinu dana  
Sva informatička oprema uz kompletnu servisnu podršku

Lenovo  
ThinkPad R500

**147 kn/mj.**

Cijelu prvu godinu



## Mobile Internet

**-50%** na mjesečnu naknadu godinu dana



+USB stick za **1 kn**

Ponuda vrijedi do 31.12.2010.

# 50% popusta na poslovne usluge!

Tvrtke koje sada pametno biraju, cijele 2011. godine profitiraju.

0800 9100 [www.t.ht.hr](http://www.t.ht.hr)

Živjeti zajedno

 Hrvatski  
Telekom





# Dijalog

Marko Lučić

Poštovani čitatelji, u pokušaju da osvijestimo cjelovito područje interesa znanosti i umjetnosti liderstva koje se bavi stvaranjem *materijalnog* (proizvoda, profita i drugog) iz *nematerijalnog* (razmišljanja, misli, ideja i govora) u novom broju stručnog časopisa *qLife* posvećeni smo *dijalogu*, konverzijskoj formi koja najbolje podržava prelazak “misli u riječi i riječi u djela”.

*Dijalog* je stari oblik konverzacije kojim su se koristili drevni Grci i mnoga druga “primitivna društva” poput američkih Indijanaca. U javnosti ga se često zamjenjuje s diskusijom i običnim razgovorom iako se od njih suštinski razlikuje.

Pojam *dijalog* izvedenica je grčke riječi “dia” što znači *kroz, putem, tijekom* i riječi “logos” koja se odnosi na *značenje riječi*. Dijalog stoga označava *rijeku značenja* koja teče među sudionicima kada ideje svakog učesnika predstavljaju metaforičke pritoke “rijeke zajedničkog smisla”. Kao takav, dijalog je mnogo važniji i složeniji proces od puke razmjene riječi, predstavlja posebnu umjetnost grupnog razmišljanja i osnovni alat timskog učenja.

Mnogi od nas iskusili su *dijalog* - u onim posebnim razgovorima koji “žive sami za sebe” - kada smo bili odvedeni u nekim čudnim smjerovima koje nismo zamislili ni unaprijed planirali. Nažalost, takva iskustva

prava su rijetkost te se češće javljaju kao nusproizvod okolnosti nego sustavnih napora i disciplinirane vježbe.

Dijalog se provodi kako bi grupa dosegla višu razinu razumijevanja nego što to može učiniti pojedinac, sam za sebe. U dijalogu se na temelju razvijenog zajedničkog smisla pojavljuje neka *nova vrsta uma* ili kako David Bohm kaže: “Grupa se otvara utjecaju više inteligencije”. Sudionici izbjegavaju međusobno nadmetanje i borbu za prevlast. Umjesto toga zajednički istražuju kompleksne probleme *iskrenim i otvorenim* iznošenjem različitih stajališta. Pri tome privremeno *suspendiraju* vlastite pretpostavke iako o njima potpuno slobodno govore gradeći tako “zajednički spremnik” grupne mudrosti.

Fluidno prakticiranje dijaloga traži da se:

1. Suspendiraju pretpostavke,
2. Sudionici međusobno uvažavaju,
3. Uključi moderator koji će “držati kontekst” dijaloga.

### 1. *Suspendiraj pretpostavke*

Suspendirati vlastite pretpostavke znači “izložiti ih da vise pred vama, neprestano otvorene za propitivanje, istraživanje i promatranje”. To ne znači da bi sudionici trebali odbaciti vlastite pretpostavke, potisnuti ih ili zatajiti. To također ne znači da je “loše” imati vlastito mišljenje o nekoj temi ili da bi trebalo eliminirati subjektivizam. Suspendirati pretpostavke prije svega znači da ih trebamo *osvijestiti* i pomaknuti “iz sebe” kako bi ih smjestili “ispred sebe” te zatim objektivno propitali znajući pritom da radimo s pretpostavkama a ne i sa “objektivnom stvarnošću”.

### 2. *Međusobno uvažavanje sudionika*

Samo kada učesnici jedni druge *uvažavaju* i doživljavaju prijateljsima u zajedničkoj potrazi za dubljim uvidima i jasnoćom može doći do dijaloga budući da *povjerljivo okruženje* omogućava istraživanje “opasnih tema” i uklanjanje emocionalnih blokada čime se smanjuje otpor slobodnom tijeku ideja. Štoviše, baš takve teme postaju ključni vodiči prema dubljim uvidima i rješenjima s “većom polugom”. Pritom je važno naglasiti da *kolegijalnost* ne podrazumijeva *slaganje* oko svake teme već više sposobnost da se na “neprijatelje” gleda kao na “uvažene suradnike s različitim gledištima”.

### 3. *Moderator koji “drži kontekst” dijaloga*

Bez prisustva vještog moderatora ustaljene navike razmišljanja (tj. nametanje svojih stavova i izostanak uvažavanja) sudionike

će neprestano odvlačiti od dijaloga prema diskusiji i običnom razgovoru.

Na koji način je sve to povezano s liderima i menadžerima ovdje u Hrvatskoj?

Budući da materijalno nastaje iz nematerijalnog a konkretno iz apstraktnog upućenima je posve jasno zašto se u našoj zemlji susrećemo s tolikim problemima u javnoj upravi i gospodarstvu koje već godinama nazaduje u svjetskom poretku konkurentnosti. Promotrimo li pažljivo komunikaciju koja se odvija među političkim čelnicima, političkim strankama, sindikatima i poslodavcima te liderima i menadžerima pojedinih organizacija teško ćemo naići na kvalitete istinskog dijaloga poput *dubokog uvažavanja, zajedničkog istraživanja* kompleksnih problema, *iskrenog i otvorenog* iznošenja različitih stajališta, *suspendiranja pretpostavki i kolegijalnosti*. Upravo suprotno, umjesto da surađuju kako bi zajednički dosegli dublje razine razumijevanja te tako kreirali oštroumnija i inteligentnija rješenja s većom polugom, naši čelnici isključivo se nadmeću u borbi protiv “drugih” čime blokiraju slobodno kolanje ideja i srozavaju nacionalni kvocijent inteligencije na neprihvatljivo niske razine. U takvoj kolektivnoj svijesti čak i najmudrija rješenja odbacuju se samo zato što nisu po volji “mene i mojih prijatelja” pri čemu o interesu cjeline nitko ne mari.

Ugodno čitanje!



**Marko Lučić**, Quantum21.net  
urednik i član uprave



**Zoltán Áldott, predsjednik Uprave Ine**

“

*Biti lider izuzetno je kompleksan zadatak čak i u “mirnim vremenima”, ali kad su vremena tako izazovna kao danas, tada to nije samo složen, već i vrlo odgovoran zadatak. To u Ini osjećamo svaki dan. Naš cilj je pretvoriti Inu u jednu od najuglednijih kompanija u regiji na koju Hrvatska može biti ponosna. Upravo iz toga razloga u Ini smo pokrenuli program poboljšanja učinkovitosti, a zbog toga i ulažemo milijune kuna u budućnost kompanije i same Hrvatske. Da bi bili uspješni, nije dovoljno samo ostvariti poslovne rezultate i brzo donositi dobre odluke, već i stvoriti zajedničku viziju unutar tvrtke. Drugim riječima, govorimo o kompleksnoj ulozi lidera koji mora prihvatiti rizik i donijeti prave odluke u pravo vrijeme. Osim toga, odgovorni vođa mora nadahnuti druge da djeluju i tako unaprijede zajedničku korporativnu kulturu. Magazin qLife, kao publikacija za liderstvo i organizacijski razvoj, koristan je izvor novih ideja i razmišljanja praktičnih u svakodnevnom radu i kao takav koristan alat za poboljšanje vlastitih liderskih vještina.*

”



**Davor Majetić, predsjednik YES, Young Executive Society, glavni direktor HUP-a**

“

*qLife smatram velikim pozitivnim iznenađenjem u kaotičnom i maglovitom svijetu medija. Svojom kvalitetom i izborom tema značajno pomaže liderima i menadžerima da pozitivno odgovore na izazove koji ih okružuju. Odličan primjer, nadam se i drugima, kako beskompromisna ustrajnost na kvaliteti dugoročno uvijek pobjeđuje!*

”

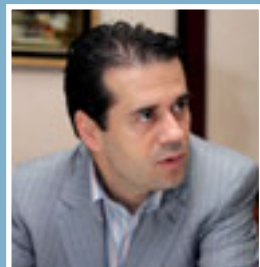


**Manuela Šola Oršić, general manager, Abrakadabra integrirane komunikacije d.o.o.**

“

*qLife je moj omiljeni časopis od prvog dana izlaza jer svojim jedinstvenim konceptom pruža nova znanja, aktivno potiče na razmišljanje i promjenu, a to je upravo ono što poduzetnicima i managerima treba na svakodnevnoj razini. qLife svojim dubokim i kvalitetnim sadržajem omogućuje razvoj svakog pojedinca kako na osobnoj tako i na kolektivnoj razini. Tekstovi autora koji pišu za qLife su bezvremenski, izuzetno kvalitetni i čitaju se uvijek s puno promišljanja. Ukratko, jako volim qLife i veselim se svakom novom broju.*

”



**Dragan Filipović, potpredsjednik DELTA HOLDING**

“

*Redovito čitam qLife iz dva razloga: prvi je što u tekstovima uglednih svjetskih stručnjaka i kolega pronalazim potvrde da kvalitetno obavljam svoje dužnosti. Drugi je taj što u časopisu pronalazim posve nove ideje i načine razmišljanja koje zatim koristim da bih još bolje radio svoj posao.*

”



**Kristina Horbec, vlasnica tvrtki Heraklea i Zaokret**

“

*Od prvog dana pratim qLife. Kada sam ga prvi puta zamijetila, moja reakcija je bila: ‘Vau, konačno nešto drugačije, konačno netko tko me razumije’. qLife sve nas podsjeća na poznatu Gandhijevu rečenicu: ‘Budi promjena koju želiš vidjeti u svijetu’ te nam svakim tekstom jasno poručuje da ne možemo mijenjati druge, već samo sebe.*

”



**Dragan Munjiza, predsjednik Uprave, GASTRO GRUPA**

“

*Čestitam uredništvu i čitateljima qLife-a te im želim uspjeh u promoviranju znanosti i umjetnosti liderstva, toliko neophodnoj našoj zemlji ali i cijelom zapadnjačkom svijetu. Jer, samo pravi lideri mogu inspirirati ljude i inicirati promjene nakon kojih ništa više neće biti kao prije.*

”



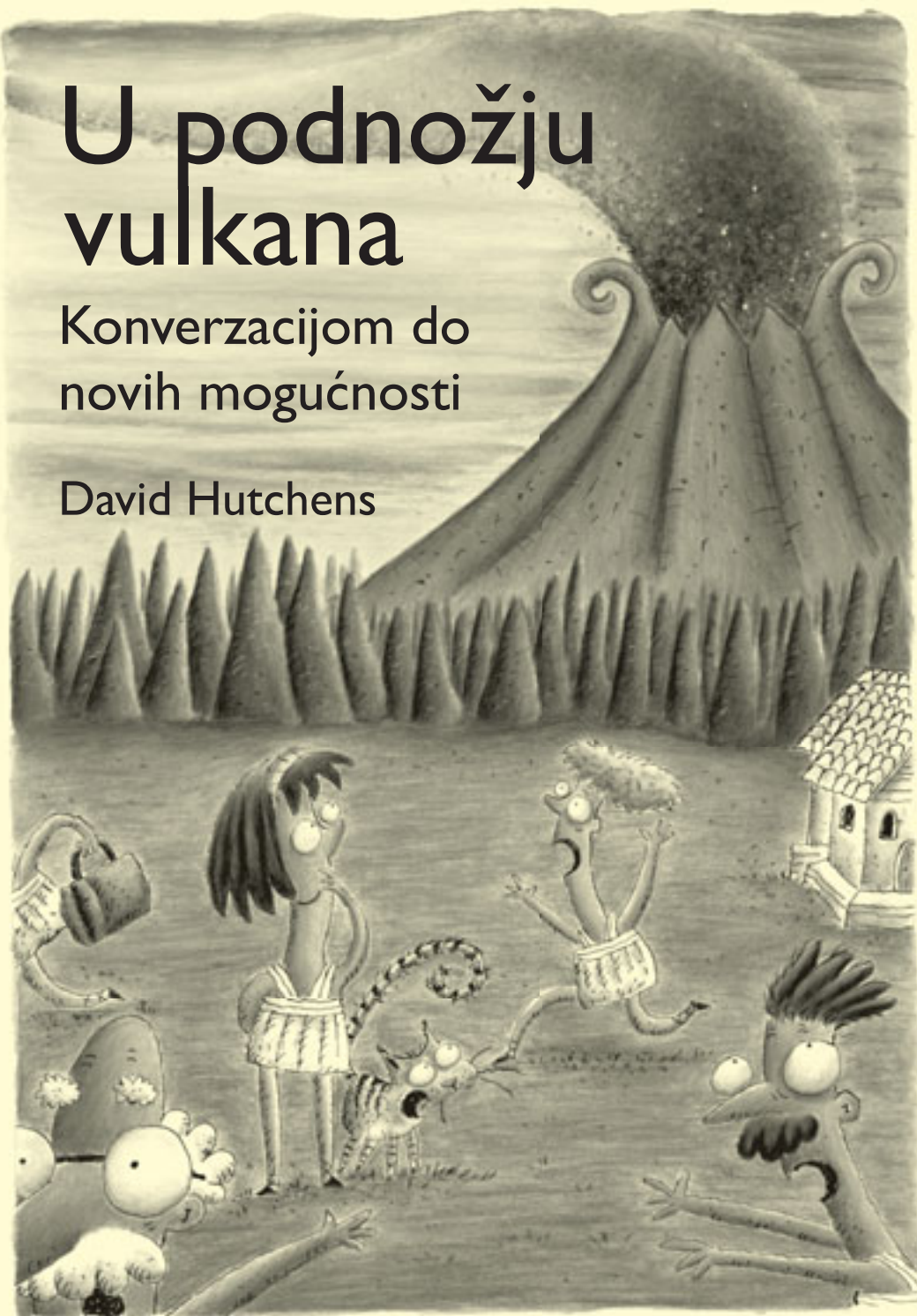
JEDNA SVJEĆICA  
VIŠE... NEKOME  
ZNAČI PUNO VIŠE.

Bolest se može javiti u bilo kojoj životnoj dobi, potaknuta nizom različitih čimbenika i potpuno nam promijeniti život. Zato inovativne farmaceutske kompanije svakodnevno rade na razvoju novih lijekova i neprestano pomiču granice, čineći teške bolesti izlječivima ili barem lakše podnošljivima. Samo za razvoj jednog lijeka potrebno je 10-15 godina i više od milijarde eura. Inovativni lijekovi produkt su vizije duljeg i boljeg života kakvog svaki čovjek zaslužuje.

# U podnožju vulkana

Konverzacijom do  
novih mogućnosti

David Hutchens



Ilustracije: Bobby Gombert

Translated and reprinted by permission of Pegasus Communications Inc.



*Listening to the Volcano:*  
*Conversations That Open Our Minds to New Possibilities*  
by David Hutchens; illustrated by Bobby Gombert  
Copyright © 2005 by David Hutchens  
Illustrations © Bobby Gombert

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying and recording, or by any information storage or retrieval system, without written permission from the publisher.

Library of Congress Cataloging-in-Publication Data  
Hutchens, David, 1967–  
Listening to the Volcano:  
Conversations That Open Our Minds to New Possibilities  
by David Hutchens; illustrated by Bobby Gombert. - 1st ed.  
p. cm. - (Learning fables series)  
ISBN 1-883823-62-5

Acquiring editor: Janice Molloy  
Project editor: Kali Saposnic  
Production: Nancy Daugherty

© Novem d.o.o., Rijeka, Jože Gabrovška 9



1. poglavlje:  
Selo  
*Spaljenih Borova*



Nekada davno postojalo je jedno selo.  
Seljani ga nazvaše *Spaljeni Borovi*.



*Spaljeni Borovi* smjestili su se u podnožju velikog, usnulog vulkana po imenu *Vrh nesloge* te su sa svih strana bili okruženi strmim liticama.



Iako lokacija sama po sebi nije baš pozitivno utjecala na vrijednost nekretnina seljana, pružala je predivan pogled na mističnu prirodu u okruženju.

A sada upoznajte Miju.



Upozoravam vas da primijetite značajnu razliku između njezinog i vašeg svijeta.

Naime, u selu *Spaljeni Borovi* izgovorene riječi oduvijek su se manifestirale u fizičkom obliku.

Obzirom na njihovu postojanost i čvrstoću, nalik kakvoj dasci, oduvijek su se mogle raznositi uokolo pa su ih mještani koristili kao tacne za posluživanje hrane i pića ili su od njih izrađivali razne ukrasne predmete poput vrtnih žardinjera.







# Love all, serve all: intervju s Isaacom Tigrettom

Ana Jergović

**I**saac Tigrett posebna je ličnost svijeta biznisa, glazbe i kulture. Roden u Jacksonu, Tennessee, od svoje najranije mladosti bavio se glazbom i umjetnošću pažljivo prateći evolucijske trendove i njihov utjecaj na biznis. Pronichliva vizija o smjeru društveno-kulturalnih promjena potaknula ga je da već u dvadesettrćoj godini života osnuje HARD ROCK CAFE, prvi “besklasni” restoran u Londonu. Poznat po svojoj osebujnoj organizacijskoj kulturi koja se vodila sloganom “love all, serve all”, HARD ROCK CAFE pod njegovim je vodstvom ubrzo postao svjetski brend obožavan od svojih klijenata radi zabavnih i edukativnih sadržaja te posebne atmosfere i energije. Nakon prodaje vlasničkog udjela u kompaniji i nekoliko godina posvećenih dobrotvornom radu, 1992. godine pokreće HOUSE OF BLUES, jedinstveni lanac okupljališta posvećenih promociji glazbe ruralnog juga Amerike: Bluesa, Rhythm & Bluesa, Gospela, Jazza i Rock & Rolla. Novi poduzetnički pothvat, kako to uvijek biva u njegovom životu, uskoro je postao toliko uspješan da ga je Tigrett 1997. godine prodao uglednim investitorima kao što su Chase Bank, Disney Company, Harvard University i Goldbury Ventures.

**Ana Jergović:** *Isaac, tvoja životna priča veoma je interesantna. Naprosto fascinira. Sve što si dotaknuo pretvorio si u zlato. Svaki projekt i svaka organizacija pod tvojim su vodstvom dosegнули planetarni uspjeh. Uvijek si bio korak ispred svoga vremena. Misliš li za sebe da si vizionar, poduzetnik ili lider?*

**Isaac Tigrett:** Liderstvo je veoma zanimljivo područje. Po meni, potpuno odvojeno od druga dva koje si spomenula. Sebe definitivno vidim kao “vizionara” jer sam u životu prije drugih ljudi uspijevao “vidjeti” što će se događati u budućnosti. (U zaključku istraživanja koje je obuhvatilo stotinjak najuspješnijih lidera, poduzetnika i znanstvenika današnjice, P. M. Senge i C.O. Scharmer navode kako je upravo “sposobnost naslućivanja” ili “presencing” i to “budućnosti koja želi nastati” ono što posebne pojedince izdvaja iz prosjeka i čini ih iznimno uspješnima. Upravo zbog te sposobnosti, da osjete trendove i nove istine mnogo prije drugih, takvi ljudi u prvom trenutku obično bivaju odbaceni i neshvaćeni u društvu – op. ur.)

**AJ:** *Možeš li mi nešto reći o samim počecima, onim najranijim danima. Osobno si sudjelovao u nastajanju rock'n'rola, družio se s velikanima poput Elvisa Presleya, Johnyja Casha i Jerryja Lee Lewisa?*

Sebe definitivno vidim kao “vizionara” jer sam u životu prije drugih ljudi uspijevao “vidjeti” što će se događati u budućnosti.

**IT:** Sve je počelo na čudan način. Rođen sam u malom gradiću Jackson u državi Tennessee, odmah pored Memphisa i Nashvillea, gradova u kojima su stvoreni svi ključni pravci američke glazbe. Odrastao sam pod utjecajem *bluesa* nastalog iz pjesama crnačkog roblja, komercijaliziranog i urbaniziranog upravo u Memphisu. Za taj grad slobodno se može reći da predstavlja kolijevku tradicionalne američke crnačke i bjelačke glazbe, mjesto susreta pripadajućih kultura i supkultura, veoma intenzivnih strujanja.

Kada je *blues*, “glazba s polja”, došao u doticaj s bjelačkom gradskom muzikom oko 1900. godine, iz svega je nastao *jazz* čije prve tragove pronalazimo nizvodno niz rijeku Mississippi, u New Orleansu, mnogo ranije nego u New Yorku, Los Angelesu ili Chicagu. Pored *jazza* iz *bluesa* se razvio i *ritam & blues* sa sjajnim izvođačima poput Ottisa Reddinga i Isaaca Heysa koji su postali iznimno popularni budući da su bijelci prvi puta kupovali vinile crnačkih izvođača.

Cijela scena iznjedrila je *rock'n'roll*, u jednom malom sobičku u Memphisu kojeg je vizionar i revolucionar Sam Philips nazivao studijem. Philips je prvi shvatio da je crnačka glazba mnogo kvalitetnija od sladunjave bjelačke koja je tada bila.... ma što da kažem, jednostavno *fu!* Philips je hrabro odlučio krenuti u novom smjeru. I nije pogriješio budući da je taj sobičak, gotovo u isto vrijeme, stvorio umjetnike poput Elvisa Presleya, Johnyja Casha i Jerryja Lee Lewisa. Govorim o svojim tinejdžerskim godinama, dakle pedesetim godinama prošlog stoljeća, kada je glazba predstavljala najvažniju stvar u mojem životu. Tada je sve bilo drugačije. Svi oni svirali su u malim klubovima i bili “dio ekipe”. Ako ti kažem da je navedeni trojac svirao na mojoj matурalnoj zabavi sve će ti biti jasno!

Samo stotinjak kilometara dalje, pod utjecajem etno glazbe, *country* i *westerna*, u Nashvilleu na tradicionalnim instrumentima razvila se posve drugačija scena. Želim reći da sam imao sreću naći se na izvoru i aktivno participirati u “povijesnom prasku” koji se kasnije proširio svijetom.

**AJ:** *Zatim si se preselio u London?*

**IT:** Tako je. Sve je to nekako (pre)brzo prošlo. Preselio sam se iz SAD-a u London i postao *hipi* kako bih se uključio u novu revoluciju. To je opet bilo posve drugo doba, doba atomskog naoružanja i novih generacija koje su se morale svojski truditi da bi se probile kroz mrežu “dinosaurusa” i njihov sustav, tada posve zatvoren za nas mlade. To je bilo vrijeme “hladnog rata” kada smo strahovali od Rusije. Ljudi su se sklanjali u podruma i gradili skloništa a zrakom su danonoćno letjeli avioni – na tisuće njih – šireći prijetnju svuda uokolo. Mladi su tada odlučili da neće čekati pedeset godina kako bi počeli živjeti, kao što su to činile generacija prije nas. *Odlučili smo stvorili novi svijet!*

Borili smo se na poseban način: muzikom, odjećom, knjigama, pjesmama i hranom, našim stilom života. U to vrijeme izumljena je i kontracepcijska pilula koja je mladim ženama omogućila slobodniji život i otkaćenost pa se kao posljedica toga dogodila i seksualna revolucija. I ne samo to. Feministički pokret sve je više jačao što je ženama toga vremena osiguralo novu dozu hrabrosti i sigurnosti da nesputano i u sve većem broju nadiru na scenu.

Najrevolucionarniji i najintrigantniji bio je naš etički kodeks, moćan i jednostavan: *Ne vjeruj čovjeku s navršениh trideset godina života!* Ha, ha... Još se danas toga držim! Danas mi

Najrevolucionarniji i najintrigantniji bio je naš etički kodeks, moćan i jednostavan: *Ne vjeruj čovjeku s navršениh trideset godina života!*

je jasno zašto smo tako razmišljali. Kad si mlad, u periodu od 15. do 25. godine života, ničeg se ne bojiš, u stanju si sve učiniti, u svakom trenu i na svakom mjestu. Sretan si, snažan i ništa te ne može dotaći. Apolutno ništa.

A zatim... Zatim počneš raditi. Pa onda počneš brinuti. Kako bi zadržao posao pristaješ na razne igre i uloge koje te čine drugačijim od onog što jesi. Pojavljuju se *novac* i *neiskrenost*. S novcem onda kupuješ materijalna dobra, stanove, automobile i druge ugone radi kojih na poslu postaješ “politički korektan”, da ih slučajno ne izgubiš. Zatim se u tvom životu pojavi neka žena. Želiš je usrećiti pa se radi toga još više zadužuješ kako bi joj priskrbio nove stvari. Malo po malo, tvoj svijet sve više prestaje biti tvoj a ti sve više bivaš uvučen u nešto što te posve iscjeduje! I zato je naš moto bio: *Ne vjeruj čovjeku s navršениh trideset godina života!* Još i danas vjerujem da su ljudi u tridesetim prodani, uništeni, dio inertne mase i da se ponašaju kao ovce u stadu. Mi nismo htjeli biti ovce... htjeli smo uzeti ono što nam pripada! Takav je bio naš stav, takva je bila atmosfera. Bilo je to prekrasno doba, i danas ga se rado sjećam.

**AJ:** *Na koji su način starije generacije reagirale na vaš bunt?*

**IT:** Oni su to nazivali *generacijskim jazom!* Bojali su se i stalno nešto komentirali: vidi kakvu kosu imaju, kakve čudne pjesme pjevaju, kakve čudne stihove i knjige pišu – ljudi, moramo ih zaustaviti! Ni na koji način nismo se uklapali u njihov svijet. U mojem rodnom gradu, inače veoma konzervativnom, prvi sam se pojavio s dugom kosom zbog čega sam odmah “žigosan”. Svakodnevno sam trpio fizičke nasrtaje samo zato što sam pripadao drugoj sceni

“Veliki momci”, naši tlačitelji, iznenada su uočili poslovni potencijal cijele ove priče i počeli ulagati lovu, kupovati male tvrtke, graditi imperije. Tako su nastali *Sony*, *Warner Brothers* i *Columbia*.

koja se u SAD-u javljala tek u većim gradovima: New Yorku, Chicagu, Los Angelesu i San Franciscu a u Europi u London i samo donekle u Parizu. Međutim, s vremenom je narasla i proširila se svijetom. Iznenada i niotkuda pojavili su se novi momci poput Hendrixa i The Who a njihovi su gigantski zvučnici zvukom parali nebo. Sve to veoma je plašilo “dinosauruse”...

Strah je eskalirao na demonstracijama na *Berkeleyu* kada su na nas poslali *Narodnu gardu* kako bi zaustavili protest - cvijećem. Netko je u masi zapucao radi čega je

petnaestero djece ubijeno. Eto, toliko su se bojali. U Chicagu i na drugim demonstracijama protiv rata u Vijetnamu policajci su znali pretući tisuće mladih s cvijećem u rukama. Toliko je snažan bio njihov strah.

No, s druge strane mi se njih nimalo nismo bojali, samo smo željeli da nas puste na miru, da živimo svoje živote jer je sada na nama bio red! Poslušaj samo Boba Dylana... njegovi stihovi sve govore.

**AJ:** *Čini mi se da se u svijetu danas događa nešto slično, neka slična revolucija suptilnije prirode. Neka vrsta “revolucije svijesti”, dubovnosti i ljudskih vrijednosti?*

**IT:** Promotriš li na tren evoluciju kulture, posebice u tom posebnom vremenskom periodu između 65. i 75. godine kada smo se svojski trudili promijeniti svijet, brzo ćeš zaključiti kako se zapravo ništa nije dogodilo jer, iskreno rečeno, nismo uspjeli ništa promijeniti. Neke su se stvari ipak pomakle s mjesta - osnovali smo nove izdavačke kuće budući da nitko nije htio izdavati naše knjige, pokrenuli smo nove diskografske kuće - *Beatlesi* su pokrenuli svoju, *The Who* svoju.

A tada se dogodio prijelomni trenutak! “Veliki momci”, naši tlačitelji, iznenada su uočili poslovni potencijal cijele ove priče i počeli ulagati lovu, kupovati male tvrtke, graditi imperije. Tako su nastali *Sony*, *Warner Brothers* i *Columbia*. Nakon što su shvatili poslovnu vrijednost naše kulture počela je sveobuhvatna komercijalizacija i sve je postalo biznis.

Dogodio se *novac* koji je polako širio svoje pipke u sve pore naše kulture. Majice, ploče, koncerti... 5 dolara, 10 dolara, 100 dolara – nije bilo važno jer se sve kupovalo i



sve bi se rasprodalo. Tako je naša revolucija postala komercijalna. A kako je revolucija trend, trend se uvijek mijenja. Postali smo moda, a moda se mijenja barem četiri puta godišnje. Iznenada, cijeli je pokret usmjeren prema novcu i profitu.

Netom ranije, umovima ljudi vladalo je siromaštvo, izlazak iz poslijeratnog perioda, slomovi burze. Gospodarstvo SAD-a počelo je tada nezaustavljivo rasti a ljudi su po prvi puta imali novac. Stiglo je vrijeme novih sloboda, ljudi su počeli glasno izražavati svoje želje i sve se počelo vrtjeti oko novca i moći. Pojavio se novi moto: *Želim imati sve što će me učiniti sretnim!* Ako budem imao moć, novac, slavu, seks i sve što *maya* propisuje (*maya* je pojam istočnjačke filozofije koji se najbolje može usporediti s “iluzijom” – op.ur.) bit će mi dobro, bit ću sretan i bit ću cool. Po prvi puta u povijesti širokim masama je otvoren put do bogatstva, ljudima koji nisu ni sanjali da će tako nešto ikada iskusiti.

Međutim, nije dugo trebalo da svi oni shvate kako nisu sretni. Desilo se nešto zaista čudno: ljudi su se počeli propitivati što se to s njima događa jer su shvatili da im materijalna bogatstva ne osiguravaju spokoj uma. Shvatili su da su nesretni samo zato što susjed zarađuje više od njih, iako su sami bili milijunaši. S druge strane, oni koji i dalje nisu ništa imali počeli su osjećati nove osjećaje. Odjednom su se suočili s vlastitom *bezvrijednosti*, osjećam kojeg nikada ranije nisu iskusili. Samopouzdanje masa iznenada je počelo rapidno propadati jer nitko nije bio doista sretan. Ljudi su se pretvorili u sebične individualce, zatvorene u svoju ljušturu i zaključane iza vrata svoje kuće. Stoljećima njegovani dobrosusjedski odnosi iznenada su nestali. Nastupila je nova kriza koja ovog puta nije bila materijalna nego *kriza duha*.

Stoga se slažem s tobom da se u današnjem svijetu događa svojevrsna duhovna revolucija budući da su više-manje svi narodi osjetili da *maya* ne donosi mir, sreću i zadovoljstvo. Ona je privremena, prolazna te kao takva čovjeku uopće nije važna.

**AJ:** *Misliš da čovječanstvo trenutno prolazi kroz takvu vrstu učenja?*

**IT:** Sve ovo o čemu ti pričam događa se ispod površine, na suptilnim razinama. Ljudima je i dalje teško priznati da ih lova i sve

Desilo se nešto zaista čudno: ljudi su se počeli propitivati što se to s njima događa jer su shvatili da im materijalna bogatstva ne osiguravaju spokoj uma.

te materijalne stvari ne čine sretnima. I ne samo to. Posebno im je teško i zahtjevno osmisliti neke nove ciljeve. Cijeloga života trče za novcem da bi im sada netko rekao kako “novac ne donosi sreću”. Ma hajde molim te! Iako u svojoj duši dobro znaju da je to istina, ne žele si priznati. Ako novac nije cilj, što je onda cilj? Čemu ćemo stremiti, za što se boriti, oko čega strahovati?

Pritom je i *maya* u posljednje vrijeme ojačala, posebno zbog medija koji svoju snagu koriste na pogrešan način: zasipaju ljude lažnim idealima i pogrešnim vrijednostima

Iluzija se uvukla u sve pore današnjeg društva pa su ljudi radi toga posve izgubili kontrolu nad sobom.

radi čega se ljudi mizerno osjećaju budući da nisu dovoljno moćni, dovoljno sexy, dovoljno bogati ili dovoljno pametni... Iluzija se uvukla u sve pore današnjeg društva pa su ljudi radi toga posve izgubili kontrolu nad sobom.

Pitanje je kako će se svijet dalje mijenjati? Vjerojatno onako kako se mijenjao do sada! Pogledajmo prirodu - sve u prirodi podložno je ciklusu rađanja i umiranja, svaka biljka, svako biće, svaki planet. Svi se mi nalazimo u tom krugu: ljudi i čitave civilizacije - od Mezopotamije do drevnih civilizacija, Rimljana i Grka - svaka je doživjela svoje zvjezdane trenutke da bi zatim zapala u dekadenciju i propast. A iz pepela se uvijek rađa Feniks. Regeneracija zahtijeva prethodno uništenje. A kakav će oblik i razmjeri tog uništenja biti.... to doista ne mogu reći.

**AJ:** *Koja je uloga biznisa u toj promijeni? Može li poslovni svijet pozitivno utjecati na sveopću krizu duha budući da ju je on stvorio?*

**IT:** Biznis predstavlja “mač s dvije oštrice”: s jedne strane veoma je moćan a s druge je izvor velikih problema. Pomogao

je da novac zarobi ljude a biznismeni ga sada doniraju u humanitarne svrhe hineći “društveno odgovorno poslovanje”. Misle da će ih društvo zbog toga voljeti i poštovati. Smiješno! Biznis potiče *mayu* i predstavlja glavnu komponentu cjelokupne slagalice koja uništava prirodu i društvo. Pitanje je može li takav entitet pokrenuti promjenu.

Al Gore, dragi prijatelj iz djetinjstva (rasli smo vrata do vrata), već kao mladac počeo se baviti politikom na strani “zelenih”. Financijski sam ga oduvijek podržavao a Al je donirani novac, oko 20 milijuna US\$, uložio u znanstvenu opremu i istraživanje biosfere. Jednoga dana, negdje prije 18 godina, nazvao me iz Washingtona da bi mi poručio: “Isaac, nećeš vjerovati... biosfera nestaje. Do 2040. godine sve će nestati!”

“Kako to misliš?” upitao sam ga u panici. “Točno tako kako sam ti rekao. Na ovoj planeti živi previše ljudi pa se proizvodnja hrane posve komercijalizirala i postala veliki biznis. Dobar urod traži korištenje pesticida a pesticidi truju podzemne vode vodoopskrbnog sustava. Zemlja je stoga uglavnom zatrovana a za nekih tridesetak godina voda će također biti zatrovana. Deset će se katastrofa: ljudi će umirati jer neće biti čiste vode. S druge strane *freoni* koje opsežno koristimo u industrijskoj proizvodnji dodatno će povećati rupe na ozonskom omotaču. A to nije sve. Najveća opasnost dolazi od promjena u oceanima na početku hranidbenog lanca. Ako planktoni uginu, a sve govori da će baš tako biti, u roku od 5 godina nestat će sva druga živa bića iz oceana! Budući da 50% svjetske populacije direktno ovisi o hrani iz oceana jasno je što to znači!”

Al je skrenuo pažnju svjetske javnosti na sve te probleme i za to dobio Nobelovu

nagradu. Međutim, nikoga za to nije briga - baš zbog biznisa koji je unajmio neke druge "stručnjake" da smiruju ljude i govore im da situacija uopće nije takva. Biznismeni se isključivo brinu o sebi i o svojoj firmi. Nije ih briga za cjelinu. Brinu se za kvartalne prihode i profitabilnost. Fućka se njima za globalno zatopljenje, ozonske rupe i slične gluposti!

**AJ:** *Misliš da je problem u sustavu koji je osmišljen da se brine isključivo o kvartalnim izvješćima?*

**IT:** Naravno! Menadžere nije briga za dugoročne trendove... Ma nije ih briga ni za sljedeći kvartal! Burze ne zanima situacija ovog "kvartala" – zanima ih što se događa danas. Analitičare interesiraju sljedeća dva do tri dana. Mentalitet se promijenio a novi trendovi prihvaćaju samo trgovanje na dnevnoj razini - reci mi koliko mogu zaraditi sada i odmah, za drugo me nije briga.

Ista se događa na drugim tržištima i u drugim industrijama – i oni se brinu samo i isključivo za novac.

**AJ:** *Što se onda treba promijeniti?*

**IT:** Treba se dogoditi velika promjena. Trodimenzionalna, intenzivna, zarazna i magnetska *maya* mora nestati budući da je ona glavni uzrok svih zala. Ljudi misle da će kroz novac i materijalno doći do sreće. Nažalost, umjesto sreće novac u njima budi žudnju za još više novca zbog čega osjećaj zadovoljstva uvijek ostaje na dohvat ruke. Zato novac nije i nikada neće biti cilj ljudskog postojanja, iako je trenutno tako. Moramo pronaći nešto sasvim drugo. Ljudi će morati drugdje tragati za srećom, zadovoljstvom, mirom, domom, obitelji. A da bi

se tako nešto dogodilo očito treba doći do uništenja, katarze. Vjerojatno će iz pepela nastati Fenix. Mislim da se trenutno u svijetu upravo to događa.

**AJ:** *Ako je tako, koje nove vrijednosti i nove ciljeve trebamo pred sebe postaviti?*

**IT:** Interesantno je da ničeg "novog" u svemu tome nema i da "novo" zapravo predstavlja povratak na drevne vrijednosti i istine, čovjeku otkrivene tisućama godina unatrag. Moramo se brinuti o tome kako da postanemo bolja i kvalitetnija ljudska bića: *mudrija, suosjećajnija, iskrenija, hrabrija i odgovornija* a ne o tome kako ćemo imati više novca.

**AJ:** *Razumijem o čemu govoriš... Vratimo se s globalnih problema na tvoju poslovnu karijeru. Kada i kako si postao uglednim biznismenom?*

**IT:** Kada su se moji roditelji razveli, odbačio sam da s ocem odem u Englesku. Tada sam već jako dobro osjećao bliskost prema novoj svijesti koja se širila svijetom. Umjesto da nastavim školovanje na nekom prestižnom sveučilištu, odlučio sam

Ljudi misle da će kroz novac i materijalno doći do sreće. Nažalost, umjesto sreće novac u njima budi žudnju za još više novca zbog čega osjećaj zadovoljstva uvijek ostaje na dohvat ruke.

zaposliti se u jednoj od očevih tvornica na sjeveru Engleske.

To je bila prava škola! Na mene je to iskustvo ostavilo snažan utisak i duboko se urezalo u moj karakter. Jednom prilikom u tvornici sam pokrenuo obustavu rada usmjerenu protiv uprave i menadžmenta zbog nesnosne buke koju su radnici morali trpjeti. Strojevi u očevim tvornicama toliko su bili bučni da su radnicima uništavali sluh. Budući da se menadžment nije obazirao na prosvjede, morao sam nešto učiniti.

Nakon toga neko vrijeme sam se bavio prodajom automobila. Kupovao sam stare *Rolls Royceve* u Engleskoj i prodavao ih u SAD-u. No, ljudi su me uvijek više zanimali od trgovine, strojeva i slično tako da sam uskoro napustio posao s automobilima iako sam zarađivao lijepe novce.

Nekako u to vrijeme dogodilo se nešto što će zauvijek odrediti moj život. Jednoga dana, dok sam šetao *Bond Streetom*, promatrao sam bobbyja, londonskog policajca, kako marljivo legitimira i pretražuje nekog momka koji je po odjeći i općem dojmu dolazio iz *East Enda*. U meni se tada probudio neki čudni nagon, naprosto sam poludio.

Strojevi u očevim tvornicama toliko su bili bučni da su radnicima uništavali sluh. Budući da se menadžment nije obazirao na prosvjede, morao sam nešto učiniti.

To je bio tipičan primjer Viktorijanskog klasnog sustava. Mladac se nije mogao maknuti iz svoje četvrti i otići u drugi dio grada a da mu vlasti jasno ne pokažu gdje mu je mjesto.

U to vrijeme u Engleskoj su društvene klase još uvijek bile strogo odijeljene. U Londonu nije postojalo, doslovno rečeno, ni jedno mjesto na kojem bi se pekar i bankar susreli i razgovarali. Svaka društvena klasa odlazila je u svoje vlastite klubove i pubove: nikada i nigdje nisu mogli sresti. Takvo stanje za mene jednostavno nije bilo prihvatljivo. *Poželio sam slo-  
miti takav sustav!*

**AJ:** *Hard Rock Cafe zapravo je bio tvoj odgovor na klasnu podijeljenost društva i neravnopravnost koju je ono poticalo?*

**IT:** *Upravo tako! S nepune dvadeset tri godine, bez ikakvih kvalifikacija osim ljubavi i duboke brige za druga ljudska bića, s prijateljem sam odlučio otvoriti restoran – ali takav koji neće biti namijenjen nekoj određenoj klasi.*

Vratio sam se natrag u SAD da bi pomoću obiteljskog imena i prezimena podignuo zajam u iznosu od 60 tisuća dolara od bankara u svojem rodnom gradu. Potom sam se vratio u London i odmah unajmio prostor u samom središtu mondenog *Mayfaira*.

U to vrijeme London je bio srce pokreta nove svijesti, svojevrsni “glavni štab” transformacijskog načina razmišljanja kojeg su nosili mladi. Njihov su uzor bili glazbenici a glazba nije bila samo glazba već mnogo više... Glazba je bila jača od politike!

Iskoristio sam sva ta strujanja kako bih otvorio prvi, po svemu američki restoran, u

Engleskoj, Europi i svijetu - koji je bio čvrsto povezan s novim pokretom: *Hard Rock Cafe*. Želio sam stvoriti prijateljski restoran u samom središtu Londona po uzoru na slična stajališta na američkim autocestama. To je bio moj jedinstveni doprinos borbi za jednakost ljudi na ovoj planeti. Ideje, ideale, trenutak u vremenu, grad i samo mjesto nismo mogli bolje odabrati.

Od prvoga dana kada je otvoren restoran je postigao neviđeni uspjeh. U redu za mjesto zajednički su čekali bankari, pekari, taksisti, direktori, radnici i službenici - ljudi s "plavim ovratnicima" i ljudi s "bijelim ovratnicima". Svi oni činili su sustav kojeg sam želio slomiti i svi su mi oni spremno pomagali da u tome i uspijem.

Od samog početka u restoran su dolazile poznate ličnosti: *Jimi Hendrix*, *Cream*, *The Beatles*, *The Rolling Stones* i mnogi drugi. Svi su bili oduševljeni restoranom. Postao je slavan preko noći.

**AJ:** *Na koji način si vodio posao? Jesi li bio više "lider" ili "menadžer"?*

**IT:** Još u očevim tvornicama obećao sam sebi da ću, ako ikada budem imao priliku voditi vlastiti posao, to činiti na sasvim drugačiji način od uobičajenog, na način koji do tada još nije viđen. U vlastitom restoranu bio sam treća najmlađa osoba i nisam imao pojma o tome kako voditi posao. Budući da nisam raspolagao nikakvim smjernicama za stvaranje mjesta kakvog sam zamislio, jedino sam se mogao osloniti na *vlastito srce* i uporno slijediti njegov put.

Osobno sam na posao primao svakog novog djelatnika. Zvao sam ih "mojom zbirkom duginih boja". Održavao sam svakodnevne "obiteljske sastanke" na kojima su

Budući da nisam raspolagao nikakvim smjernicama za stvaranje mjesta kakvog sam zamislio, jedino sam se mogao osloniti na *vlastito srce* i uporno slijediti njegov put.

sudjelovali svi zaposleni. Sjećam se dobro... Sastanci su bili veoma burni i kiptjeli su od energije. Na njima smo razgovarali o *dobroti*, o *podizanju kvalitete putem uljudnosti* i o stvarima koje su nas posebno zanimale: *besklausnosti* i *borbi s uobičajenom engleskom suzdržanošću*. Cilj nam je bio samo jedan: *željeli smo da mjesto isijava ljubav!*

Prvi smo u Engleskoj uveli program podjele dobiti djelatnicima prema posebnom ključu koji se sastojao od: prijateljskog pristupa, spremnosti na pružanje pomoći i razine uklapanja u "obitelj", uz ostale uobičajene kriterije uspješnosti na radu. Prema svakom djelatniku jednako sam se odnosio. Primjerice, šezdesetih godina žene su za isti posao obično dobivale upola manju plaću nego muškarci ali u *Hard Rock Cafeu* bile su plaćene jednako kao muškarci.

U restoranu sam svakoga poznavao "u dušu" kao što su i djelatnici poznavali mene. Svi su oni imali moj broj telefona i znali su da me slobodno mogu nazvati u bilo kojem trenutku. Tako smo tijekom vremena razvili *posebnu vrstu odnosa*. Svaki djelatnik u svakom *Hard Rock Cafeu* u bilo kojem dijelu svijeta znao je da može osobno stupiti u vezu sa mnom uvijek kada to poželi.

Ključna vrijednost naše organizacije bilo je *poštovanje*. Pored toga, veoma smo brinuli o kvalitetama *integriteta, odvažnosti, unutarne istine, naklonosti, uljudnosti, brige za drugog, entuzijazma i snage*.

Neke sam ljude promovirao do statusa “menadžera” ili “nadzornika” a nakon toga im pomagao kako ne bi zloupotrijebili svoj novi položaj. Držao sam ih odgovornima za poslovanje - i od njih očekivao da se ponašaju kao ljudska bića. Ako bi zbog ega, neznanja ili loših navika njihovo ponašanje bilo suprotno od vrijednosti *Hard Rock Cafea*, tada bih im pružio “posebnu vrstu pomoći” kako bi konačno shvatili što se od njih očekuje.

Ovlastio sam menadžera za osoblje da nadgleda glavnog menadžera u pitanjima *humanosti i obzirnosti* vezano primjerice za posudbu ili isplatu prekovremenog rada ili pak predujma uoči blagdana i tome slično. Ljudi koji rade u restoranu ne zarađuju mnogo pa im stoga možemo i trebamo izaći u susret barem s ovakvim sitnicama.

**AJ:** Čitala sam o posebnoj organizacijskoj kulturi *Hard Rock Cafea*. Po čemu je ona doista bila posebna? Koje ste vrijednosti njegovali? Za što ste se zalagali?

**IT:** Ključna vrijednost naše organizacije bilo je *poštovanje*. Poštovali smo ljude i očekivali da oni poštuju nas. Pored toga, veoma

smo brinuli o kvalitetama *integriteta, odvažnosti, unutarne istine, naklonosti, uljudnosti, brige za drugog, entuzijazma i snage*. Područje vrijednosti, iako bez sumnje značajno i široko, djeluje dosta nesređeno i “neznanstveno” pa je vjerojatno zbog toga u menadžmentu previše zanemareno.

Biti članom *Hard Rock Cafe* obitelji ljudima je bila svojevrsna terapija. Čak i oni koji su dolazili iz problematičnih obitelji kod nas bi doživjeli nevjerojatnu transformaciju. Zašto? Jednostavno zato što smo ih voljeli a zauzvrat su i oni pružali ljubav. Što zapravo i nije neka novost. Ljudi to uvijek čine. Mogli smo zaposliti pojedince koje nitko drugi nije htio zaposliti i za šest do sedam mjeseci pretvoriti ih u potpuno nove ljude. Nazvao sam to “srednjom školom” i svima jasno poručio kako očekujem da svatko položi maturu. Vrlo sam rano shvatio da mi naprosto razvijamo *nove navike*. I to je zapravo sve! Naš uspjeh, kao i svaki drugi životni uspjeh ili neuspjeh, dolazi isključivo iz *navika*. Stoga sam u *Hard Rock Cafeu* odlučio razvijati samo one navike koje su bile dobre.

Svi smo voljeli to mjesto i svi smo se osjećali *većim i važnijim* jer smo tamo radili. Bili smo poznati. Bilo je dovoljno samo ući u restoran da vas preplavi ta divna energija. Osoblje je bilo ponosno na mjesto u kojem rade, od perača posuđa na dalje. Njegovali smo *dub, ljubav, dharmu* (istočnjački izraz za “ispravnost, ispravno ponašanje” - op. ur.) i *posebnu energiju* koja je zatim prizivala goste.

Na jednom sastanku odlučili smo kako bi dobro bilo ljudima komunicirati poruke pa smo ih tako počeli tiskati na računima, majicama, košuljama i slično. Koristili smo razne aforizme, kratke poruke koje smo prikupili iz raznih vrijednih izvora poput:

“Započni dan u ljubavi”, “Čini dobro, budi dobar, vidi dobro” i tako dalje. Prodali smo na milijune majica velikom broju najrazličitijih ljudi - neki su od njih bili prilično neuglađeni - a na svakoj od njih utisnuli smo naš zaštitni znak: *Love all, serve all!*

**AJ:** Na koji ste se način odnosili prema klijentima?

**IT:** Isto kao prema djelatnicima. Goste, klijente našeg restorana tretirali smo na posve isti način. U mojem osobnom životu mrzio sam čekati u redovima pa sam zato suosjećao s mnoštvom koje je u dugim kolonama čekalo ispred ulaznih vrata *Hard Rock Cafea*. Dugo smo na našim sastancima razgovarali o tome što možemo učiniti po tom pitanju te smo nedugo zatim došli do elegantnog rješenja. Odlučili smo proširiti granice restorana sve do kraja reda, bez obzira na to gdje on bio, a ponekad se protezao skroz uokolo parka. Pritom nismo tražili savjet pravnika ili bilo što slično, naprosto smo to sami proglasili. Imenovali smo “menadžera reda” koji je cijelo radno vrijeme provodio vani među ljudima i trudio se da im čekanje učini što je moguće ugodnijim. Kada je

kišilo nosio im je kišobrane (nikada nismo ni jednog izgubili), kada je bilo vruće nudio ih je hladnim čajem a kada je bilo hladno - vrućim kakaom ili juhom. Iz toga ćeš shvatiti kakvi smo bili i zašto su nas klijenti obožavali.

**AJ:** Kratko rečeno: koji je tvoj recept za uspjeh u poslovanju?

**IT:** Stvar je veoma jednostavna: spojiti *ljudski dub* i *biznis* te svemu dodati *ljubav*. Briga o ljudima dugoročno uvijek donosi rezultate!

**AJ:** Isaac, hvala ti na ovom razgovoru! Ima li nešto što želiš poručiti hrvatskim liderima i menadžerima?


**IT:** Želim im poručiti da je *ljubav*, i to ona vrsta široke ljubavi koja vas ne čini čudakom ili mekušcem, u poslovanju veoma važna. Zapravo, ona je od presudne važnosti. Bez obzira na to bila ona čvrsta ili meka, uvijek mora biti prisutna. Uz ljubav, važno je i *služenje*. Dakle, *love all, serve all!*



**Isaac Tigrett**, osnivač, *Hard Rock Cafe*,  
*House of Blues*



**Ana Jergović**, Marketing & PR Manager,  
COTRUGLI Business School



q21

Quantum21.net  
Znanost i umjetnost vodenja





[www.quantum21.net](http://www.quantum21.net)  
[www.business.hr](http://www.business.hr)

