

O prvenstvo sa treba neustále usilovať

Keď sa na Slovensku povie BUBO, každý, kto sa pozrel do sveta, vie, o čom je reč. BUBO je už roky líder v biznise cestovných kancelárií. Ako to vníma zakladateľ a majiteľ tejto cestovnej kancelárie Ľuboš Fellner? „V hodnotách našej firmy je riskovať a nebáť sa byť prvý. Zdá sa mi že na Slovensku je prvenstvo považované za chválenkárstvo, niečo, čo sa nepatrí, úspešní ľudia často sklopia zrak či hlavu. O prvenstvo sa však neustále treba usilovať. Ostatní nás iba kopírujú, a takto je to dvadsať rokov.“



Vedeli ste si v roku 1993 pri zrode vašej cestovnej kancelárie BUBO predstaviť, akú bude mať pozíciu po zhruba troch desaťročiach podnikania?

Nebol to podnikateľský zámer, mňa ako mladého lekára vlastne „prinútili“ založiť firmu klienti. Medicínu som študoval pre jej zmysluplnosť. A z rovnakého dôvodu som založil aj cestovnú kanceláriu. Vtedy sme si dali za cieľ rozvíjať slovenské cestovateľstvo. A to platí dodnes.

Išli by ste do takéhoto projektu aj v súčasnosti?

Jednoznačne išiel. Robiť zmysluplné zájazdy bolo vtedy dobrým rozhodnutím. Aj to je dôvod, prečo dnes nie som vyhorelý, ale, naopak, cítim v sebe stále veľkú energiu a túžbu napredovať.

Čo bolo najdôležitejšie v začiatkoch, čo v priebehu budovania cestovky a čo je najdôležitejšie teraz?

Na začiatku by bola každá chyba fatálna.

Nemali sme prostriedky, nulové know-how. Išlo o pokus – omyl. Pred nami nikto nebol v Barme, Botswane, Bhutáne. Na väčšine miest sme boli prví zo Slovenska a nemali sme sa od koho učiť. Vtedy ešte nebol internet a keď, tak bol úplne prázdny, bez informácií. Spomínam si, ako sme na expedícii cez Kalahari telefonovali cez satelitný telefón, keď GSM nefungovalo. Boli to objavné časy. A dnes? Intenzívne sme sa sústredili na vylepšovanie produktu, na kvalitu. V súčasnosti by ste BUBO spred piatich rokov nespoznali. Prebehla u nás doslova revolúcia, zemetrasenie. Manažment zostal celý, no nižší personál sme prakticky celý vymenili. Chceli sme zmeny a inak to nešlo. Začali sme sa podstatne viac venovať firemnej kultúre, vydávame takzvanú BUBO bibliu a pre mňa osobne je hneď po nadšenom klientovi najdôležitejšie šťastie našich pracovníkov a sprievodcov. Môžeme byť, samozrejme, ešte lepší, ale čísla hovoria, že momentálne sme najlepší v našej histórii.

Podarilo sa vám vytvoriť cestovateľský kolos. Roky ste na vrchole. Katalógy obsahujú čoraz širšiu ponuku. Vypredal sa aj zájazd na Južný pól za 100 tisíc eur (mimochodom, najdrahší zájazd na česko-slovenskom trhu). Počet klientov rastie. Nemali ste niekedy strach, obavu, že už nebudete vedieť ponúknuť nič nové?

Podobne ako Sokrates: čím viac cestujem, tým viac viem, že nič neviem. A tým viac viem, že nikdy neuvidím všetko. Stále je čo objavovať. Do mnohých krajín sa viac ráz vraciam. Keď nechcem ísť po klasických turistických diaľniciach, musím vybočiť – a to nájdem až na druhý či tretí raz. Zažívame situácie, ponúkame zážitky, ktoré sa vždy o chvíľu stratia a už sa ťažko zopakujú. Toto je to, čo BUBO robí. Vystúpili sme na vrchol pyramíd v Sudáne – a po nás to už nikdy nikto nedá. V Čade som spal priamo pred Guelta d'Archei [oáza medzi pieskovcovými skalami - poznámka redakcie], a to tiež už nikdy nepôjde. Výstup na vrchol pyramídy v Gize som už zmeškal, spanie pred Kaznehom v Petre tiež. Keď niekto pôjde s BUBO do Indie či na Srí Lanku, dnes zažije viac než bežný turista, no zároveň zažije viac než ten, čo príde o päť rokov. Globalizáciu nezastavíme. V roku 1989 nebol na Slovensku ani jeden McDonald's, teraz sa väčšmi podobáme na globalizovaný svet. To nie je zlé. Máme lepšie hotely, reštaurácie, ale väčším cestovateľským zážitkom bolo navštíviť Slovensko vtedy. A predstavte si turistov, ktorí by náhodne zažili demonštrácie v novembri 1989. To musel byť určite neopakovateľný zážitok. Svet sa neustále mení a zvedaví ľudia ho sledujú.

Keď človek listuje vo vašom katalógu, má pocit, že už ani nie je miesto, kam by si s vami nemohol zájsť. Sú ešte nejaké? Čo bude ďalším ťahákom?

Naši klienti sú veľmi inteligentní. Vždy boli predvojom – keď do Thajska sme cestovali pred dvadsiatimi piatimi rokmi, teraz je to už

celkom bežné. Ešte pred desiatimi rokmi sa ľudia báli Afriky – chorôb a nebezpečenstva – nechceli riskovať. No my chodíme do Afriky už 27 rokov a až teraz sa z nej stal hit. Každoročne navštevujeme nielen JAR, Keňu, ale aj Rwandu, Etiópiu, Madagaskar, Namíbiu. Osobne vidím budúcnosť v polárnych oblastiach (či už na severe alebo na juhu). Sú to drahé cesty, ktoré navyše idú proti prúdu – nejde sa logicky do tepla, ako je to zvykom dnes. No o desať rokov narastie počet klientov do týchto destinácií stonásobne.

Konkurencia nespí, iste to cítite aj vy.

Do akej miery je dôležité prichádzať s novými ponukami a výzvami?

Keď kopírujete, nevíete sami nič vytvoriť. Svet je totálne spravodlivý. Aby ste zistili, že to z našej strany naozaj nie je chválenkárstvo, stačí otvoriť si náš katalóg, web či navštíviť nás v kancelárii. No najväčší rozdiel je na samotnom zájazde.

Ako vnímate podnikateľské prostredie na Slovensku?

Toto som nikdy neriešil. Obmedzujte ma čo najmenej, ja sám si nájdem cestu. Zlé je, že po privatizácii mnohí prišli k majetkom a dostali ohromnú konkurenčnú výhodu – to považujem za nespravodlivosť. Ďalším veľkým problémom je korupcia. BUBO napríklad za 27 rokov nedostalo ani jednu štátnu zákazku a často ich dostávajú tí istí a, žiaľ, mnohokrát nekvalitní ľudia.

Dvadsaťsedem rokov poskytujete služby. Každému sa vyhovieť nedá. Máte spätnú väzbu od klientov, musíte reagovať aj na nespokojnosť?

Samozrejme, nič nepokazí iba ten, čo nič nerobí. No zasa nemôžete kaziť stále. Som rád, že ma nepodarok stále mrzí. Viem o každom. Spokojnosť s našimi službami na rok 2018 bola 98,3 percenta. No chýbajúcich 1,7 percenta je stále veľa a môžeme sa ešte zlepšiť. Verím, že za rok 2019 sa opäť posunieme o pár desatiniek k stovke. Moje obľúbené heslo je: „Dobrého námorníka spoznáš v zlom počasi“, a veci sa kazia, lety meškajú, ale profesionál ich vyrieši. My v BUBO sa nesnažíme mať spokojného klienta, ale nadšeného. Aj toto je o nastavení mysle a firemnej kultúre. Nikdy nezoberieme do tímu nového človeka, ktorý nie je s našou kultúrou stotožnený. Vopred jasne deklarujeme, čo chceme.

Podme trochu k číslam. CK BUBO dlhoročne odvádza najvyššie dane zo všetkých CK. Môžete prezradiť aj ďalšie hospodárske výsledky?

Naše výsledky ukazuje Finstat. Naozaj dlhodobo platíme najvyššie dane. Rok 2018

bol najúspešnejším v našej histórii, v roku 2019 narastie o toľko, čo je celoročný obrat druhého nášho konkurenta. No stále sme malá firma, vzájomne sa veľmi dobre poznáme, viem o každom našom nezdare. Máme v pláne za tri roky narásť o 50 percent v počte klientov. V našom biznise sa zájazdy často rušia, lebo nedosiahnu minimálny počet účastníkov. S BUBO máte prakticky svoju dovolenku garantovanú. Medziročne znižujeme veľkosť skupín, a tak je počet zájazdov dvojnásobný oproti tým spred troch rokov. Môžeme si to dovoliť, lebo nám začala omnoho lepšie fungovať BCA (BUBO cestovateľská akadémia) a vieme lepšie vyškolíť nových sprievodcov. Vždy sme mali



Ked' nechcem ísť po klasických turistických dial'niciach, musím vybočiť – a to nájdem až na druhý či tretí raz. Zažívame situácie, ponúkame zážitky, ktoré sa vždy o chvíľu stratia a už sa ťažko zopakujú. Toto je to, čo BUBO robí.

najlepších, tým sme známi, no teraz sme posunuli úroveň ešte vyššie. Z osemsto záujemcov vyberieme ôsmich, po roku ostanú štyria. Je bežné, že náš sprievodca za rok prejde vo Vietname šesťnásťtisíc kilometrov či v Afrike prejde vzdialenosť ako pri ceste okolo sveta.

O pár dní oslavujete abrahámoviny. Päťdesiatka môže, aj nemusí byť prelomom v živote. Ak by vám chcel prísť osobne zagratulovať každý účastník zájazdu s BUBO, viete aspoň orientačne povedať, koľkí by prišli?

Máte pravdu, som starý, všetko ma bolí. Už to nie je ono... No zasa by som mal byť múdrejší. Aj keď cestovanie je o kalokagatii o spojení psychická a fyzická, tak je aj o súvislostiach a ja sa stále učím. Svet ma neustále prekvapuje. BUBO v roku 2001 vyhralo prvú cenu Modrý glóbus za najlepšiu internetovú stránku, v čase, keď iní ešte web nebrali vážne. No aj dnes sme technologicky popredu. Veľké zmeny, ktoré sme začali pred piatimi rokmi, začínajú prinášať ovocie. Takže na pár rokov by som aj ako päťdesiatnik mal mať pozitívny život. Mám s klientmi bližší vzťah, mnohí ma poznajú osobne, dá sa so mnou stretnúť na festivaloch, stretnutiach najscetovanejších Slovákov a budem rád, ak mi napíšu na lubos@bubo.sk a podelia sa o svoje najväčšie cestovateľské zážitky. Keby napísali všetci, presiahlo by to stotisíc ľudí. Jeden darček som dostal v podobe dobytia Južného pólu. V Antarktíde som bol trikrát, ale až 20. januára – presne dva mesiace pred mojou päťdesiatkou – som stál na absolútnom juhu. Tiež by som už chcel dokončiť zoznam všetkých krajín sveta a v novembri preletieť svet po najkrajších pamiatkach sveta naším privátnym lietadlom. No pre mňa, ktorý som s BUBO zrastený, bude najväčším darčekom, ak nám stúpne spokojnosť klientov.

Máte ešte nejaký nesplnený cestovateľský sen?

Stále ich budem mať. Po prvý raz som bol v Antarktíde 17. januára 2012, presne v deň, keď pred sto rokmi prišiel na Južný pól Robert Falcon Scott. Stál som na britskej báze a myslel na to, ako na ceste späť všetci jeho ľudia zahynuli. Ako muž som už prvý na póle stáť nemohol, a tak mi napadlo dostať na oba póly prvú Slovenku. To sa mi teraz podarilo. Prvá stála na Severnom póle so mnou v roku 2013 a v roku 2019 prvá Slovenka na Južnom. Rád cestujem po stopách slávnych cestovateľov. V byte lekára a spisovateľa Martina Kukučína v Punta Arenas som bol minulý rok zrejme taktiež ako prvý Slovák. Chcem tým povedať, že vždy sa dá nájsť nová výzva, aj keď sa do krajiny opakovane vraciate. Cestovanie ma veľmi baví. Keď som BUBO zakladal, hovorilo sa o Slovákoch ako o zápecníkoch, ktorí si nevážia vzdelanie. Dnes Slováci cestujú doslova po celom svete a BUBO je klubom vzdelaných ľudí na úrovni.