

Suvenīrs kā business



Pāris gadu atpakaļ **VALTS ERNŠTREITS** pārdeva savu tulkošanas firmu un beidzot sāka darīt to, ko gribēja jau sen. Valta, viņa sievas un drauga izveidotās firmas *NicePlace* mājaslapa sākas ar vārdiem: «Mēs patiešām mīlam Latvijā, lai gan mums nav augstu un sniegotu kalnu vai tūkstošgadīgu drupu. Taču mums Latvija patīk tieši tāda. Un mēs vēlamies, lai tā patīktu arī jums.» Ko *NicePlace* dara? Veido un ražo suvenīrus, kuros parāda Latviju tādu, kāda tā šķiet viņiem pašiem, – ar skaistu dabu, sirsnīgajiem cilvēkiem un interesantām vietām.

Lai cik jauki izklausītos ideja par Latvijas suvenīru ražošanu, tev jau nācās arī aplauzties – NicePlace firmas veikals Vecrīgā noturējās vīrs ūdens vien gadu. Kā tad bija?

– Nu, slikti bija. Doma jau bija skaista: uztaisīt savu firmas veikalu, un obligāti Vecrīgā, kur tad citur, jo tie taču ir suvenīri. Beigās izrādījās, ka Vecrīga ir pavisam citāda, nekā mēs to redzam. Tā tev nav nekāda Prāga. Patiesībā no tirdzniecības viedokļa Vecrīga ir piecas ielas, un viss. Īres telpas arī lielākoties tikai lielas un dārgas. Mūsu pirmais grūtais uzdevums bija atrast mazas telpas, jo sākumā arī nemaz nevarējām neko lielu piepildīt vien ar savām firmas precēm. Gribējām pacelt visu to ielu, izveidot tādu kā galeriju ieliņu. Bijām gatavi ieguldīt ielas dizainā savu naudu, bet arī tas neīstenojās, bija vajadzīgas visu ielas iedzīvotāju atļaujas, bet lielākā daļa iedzīvotāju tur vispār nav vietējie, bet ārzemnieki, kurus tu pat nevari atrast tam parakstam. Nu, tā. Tagad no tās ielas prom esam gan mēs, gan Sāmsalas kalēji. Un it kā taču laba vieta bija: pie Līvu laukuma. Bet – tumša.

Teikšu godīgi: otru reizi es tādu gājieni netaisītu noteikti. Tādu veikalu var atvērt tikai tad, ja tu pats vai kāds

Principā tu būvē lietu, kas strādās kaut kad, vēlāk. Toties gandarījumu saņem jau tagad. Tas galvenais ieguvums jau ir morālais. Man tiešām šausmīgi patīk šis darbs. Par spīti tam, ka šobrīd nekādu baigo *piki* neienes. Jo nekas tā nestimulē kā tas, ka jūti – tavš darbs kādam ir vajadzīgs.

no tavas ģimenes stāv aiz letes un tev pašam ir savas telpas, jo īres cenas Vecrīgā joprojām ir milzīgas, dīvaini, bet krīze to nekādi nav izmainījusi.

Un beigās sapratu, ka tas veikals visā šajā suvenīru pasākumā patiesībā jau bija tāda liriska atkāpe. Iespējams, kādreiz tam atkal pienāks laiks, bet tagad paši netirgojam. Ražojam un piedāvājam tālāk veikalos. Ir pazuduši piegādātāji, bankrotējuši veikali, kuriem piegādājām savu preci, daudziem ir problēmas ar naudu – tā ķēdīte jau kā sāk brukt, tā brūk. Tāpēc par to, ka ar visu šo pasākumu varētu pelnīt lielu naudu, es tagad pat nedomāju – līdz tam vēl ir jāpagaida. Mēs izturējam un izdzīvojam. Un par to man laikam vislielākais prieks.

– Tu bez suvenīriem vēl daudz citas idejas apsvēri?

– Nē, šī bija vienīgā. Vajadzēja vienīgi paiet laikam, lai saņemtos un darītu. Es vienmēr esmu gribējis veidot kaut ko, kas būtu saistīts ar valsti, kurā dzīvojam. Kas mani visu laiku atturēja – tas, ka esmu tulkotājs ar 20 gadu pieredzi, un darba šajā jomā netrūka. Man bija savs tulkošanas birojs. Vienu brīdi domāju, ka varēšu paralēli saglabāt abas darbības jomas, vismaz līdz brīdim, kamēr suvenīru bizness būs nostabilizējies. Tomēr nevarēju gan. Pārāk dažādas nodarbes, beigās nebija laika ne vienam, ne otram. Tāpēc tulkošanas biznesu pārdevu. Tagad joprojām tulkoju, bet jau atkal kā *freelancers*. Tulkošana dod paralēlu naudu, patiesībā tieši ar to es arī šobrīd pelnu. Ja tu nezini, kad tavš jaunais bizness sāks pelnīt – un to 90% gadījumu neviens nezina, īpaši, ja tu būvē ilgtermiņa biznesu, nevis šodien nopērc vagonu, ko rīt pārdod, – ir jāpatur kāds ienākumu avots.

– Par šajā lietā bija daudz jāiegulda?

– Jā. Un visvairāk – idejas. Arī laiku. Vajadzēja visas tās lietas saražot, tikai ieguldot un ieguldot. Sākumā nepirkām nekādas iekārtas, svarīgāk bija noskaidrot, kādas tieši tehnoloģijas izmantosim. Šoruden pirkām vienu iekārtu T kreklu apdrukai, kas līdz rudenim beidzot būs pilnveidota tiktāl, ka to ir jēga pirkt. Galvenais būt maksimāli fleksiblim, ar iespēju ražot no viena eksemplāra līdz tūkstošiem. Līdz šim tajā, lai paši varētu mājas apstākļos

ražot, esam investējuši salīdzinoši maz. Nav jēgas pirkt, piemēram, apdrukšanas tehniku, ja to nenoslogo uz pilnu slodzi. Tas ir līdzīgi kā ar lidmašīnu, kas nevar stāvēt angārā, tai ir visu laiku jālido. Un, galvenais, – nevajag iesaldēt visus līdzekļus iekārtās. Vajag, lai paliek brīvie līdzekļi un tu vari vispār kaut ko ražot.

Patiesībā viss šis pasākums notiktu ar daudz lielākām grūtībām, ja mana sieva Zane nebūtu māksliniece – tagad tieši viņa ir tā, kas atbild par dizainu, kas šajā jomā ir vissvarīgākais. Un vēl ir Toms, kurš atrisina visu, kas saistīts ar administrēšanas sistēmām, mājaslapām. To segmentu mēs nosedzam, un tur mums nav nauda jāizdod, kas ir visai būtiski.

– Latvijā suvenīru biznesā nav lielas pieredzes – ja Laimas konfektes un Melnais balzams neskaitās, paliek dzintara krelles un vilnas zeķes. Kā vispār saprast, ko pirks, ko nepirks?

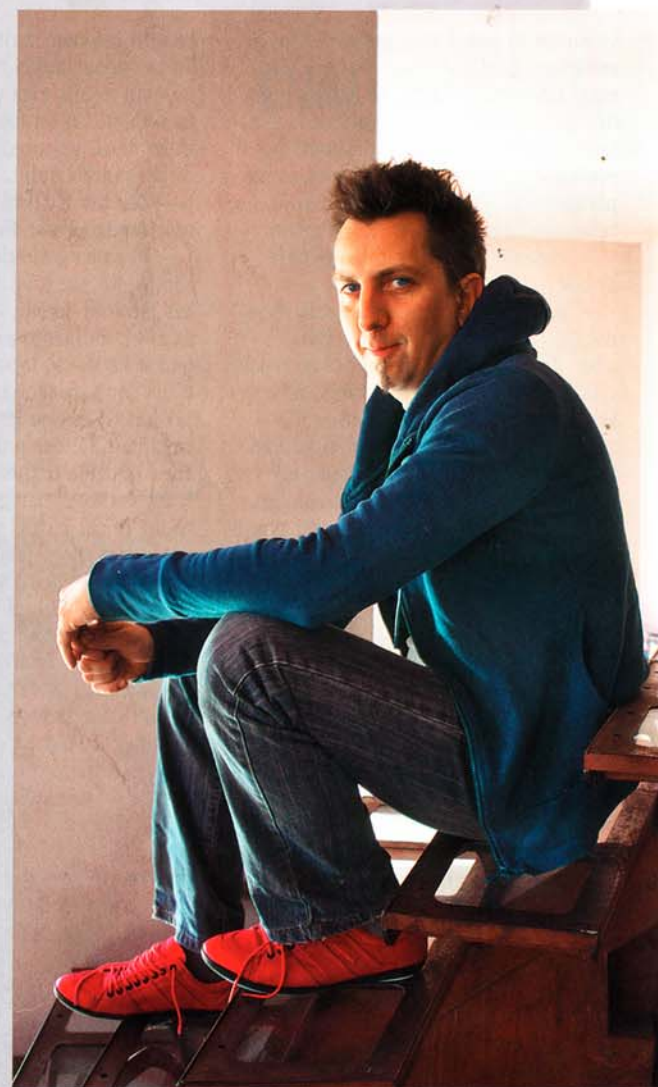
– Mēs visu darām ar izmēģinājuma metodi, jo tas ir tik lokāli un tik netverami... Tā ir pilnīga mistika, un reizēm aiziet tādas lietas, no kurām to galīgi negaidi. Teiksim, *Muzeju naktī* vislabāk pirkā 1936. gada Valsts kases zīmes – 20 latu banknotes – reprodukciju. Mums pašiem šķita: lai nu kura pastkarte, taču šī diez vai... Bet aizgāja pa tīro.

– Konkurenti jums ir?

– Ir un nav. No koncepcijas viedokļa nav. Citi suvenīristi specializējas uz lietām, bet mums viss ir vienas lielas Latvijas koncepcijā. Tagad būtu gari jāstāsta, bet mums ir suvenīri Rīgai, Latgalei, Kurzemei, Kolkai, Līgatnei – un tie visi ir vienas koncepcijas suvenīri. Nupat tapa sērija Jelgavai un tagad top Česim. Strādājam ar partneriem, kurus interesē tas galaprodukts, nevis tikai: uztaisiet mums kaut ko.

– Par kuru NicePlace lietu tev pašam vislielākais prieks?

– Par kartītēm no pārstrādātā papīra. Visa lielā 30 veidu Līgatnes kartīšu sērija ir uz tāda. Mums vienmēr ir gribējis ražot preces, kuru ražošanā maksimāli izmantota Latvijas produkcija. Tā, lai var teikt: tas ir 100% Latvijas produkts. Un mūsdienu pasaulē to nav viegli izdarīt nevienā jomā. Līgatnes kartītes patiesībā ir unikāls Latvijas produkts – vienīgās, kas ražotas uz Latvijas papīra. Citi mūsu mēģinājumi taisīt kaut ko



Nav jēgas pirkt, piemēram, apdrukšanas tehniku, ja to nenoslogo uz pilnu slodzi. Tās ir līdzīgi kā ar lidmašīnu, kas nevar stāvēt angārā, tai ir visu laiku jālido. Un, galvenais, – nevajag iesaldēt visus līdzekļus iekārtās. Vajag, lai paliek brīvie līdzekļi un tu vari vispār kaut ko ražot.

tikai no vietējām izejvielām ir beigušies ar fiasko, jo tas produkts galā sanāk par tādu cenu, ka to nepirks neviens – ne vietēja, ne ārzemnieks. Varbūt vienīgi, ja tam kaut kur būs virsū uzspiests *Dolce&Gabbana*. Par to ir žēl: šķita, ka tā krīze izmainīs kaut ko arī cilvēku attieksmē, bet tā nav noticis. Igaunijā daudz kas maksā pat 10 reizu lētāk nekā Latvijā. Pat ja tā Latvijas prece arī ir kvalitatīvāka, neviens man neiestāstīs, ka tā ir 10 reizu kvalitatīvāka.

– Kas tad tomēr ir tie lielākie piercēji – latvieši vai ārzemnieki?

– Es gaidīju, ka būs divu veidu piercēji. Tie latvieši, kas brauc uz ārzemēm un ved dāvanas. Un, protams, ārzemju tūristi. Bet izrādījās, ka ir vēl arī trešā kategorija: vietējie, kas nopērk paši sev. Kuri to T kreklu valkā tepat Latvijā, piesprauž mūsu nozīmīti un pastkartes sūta saviem latviešu draugiem. Man tas nozīmē, ka mūsu lietas nav tāds vienas dienas pirkums, kas patiesībā nevienam nav vajadzīgs.

Un, galvenais, – es redzu tam visam nākotni. Redzu nākotni arī citām lietām paralēli Latvijas suvenīriem. Mums ir idejas un iestrādes, iespējams, sāksim sastrādāties ar cilvēkiem no Holandes, kas taisa suvenīrus lielām iestādēm – piemēram, Luvrai. Jā, var teikt, ka es domāju par Latvijā tapušiem suvenīriem, ko nopirks Luvra. ☞