



Novičke NS

NSDAP/AO : PO Box 6414
Lincoln NE 68506 USA
www.nsdapao.org

#1146

02.03.2025 (136)

Izobraževanje zlobnega genija

ki ga je napisal Gerhard Lauck

12. del

Napredovanje v podpredsednika

Usposabljanje smo preživeli. Postopoma smo ga osvojili, postali smo spretni, nato zelo spretni. Delo je postalo vir veselja! Vsaka nova odgovornost je bila vznemirljiv izziv!

Oba sva približno sredi drugega leta napredovala v *podpredsednika*.

Drugi nekdanji pripravnik, ki je bil zdaj podpredsednik kot jaz, je kmalu predlagal izdelek, ki ni ustrezal našim običajnim izbirnim merilom. Bil je zavrnjen.

Pozneje je to vprašanje ponovno izpostavil. Tokrat sem ga podprl. To sem utemeljila z naslednjimi besedami:

Če bo ta izdelek - v nasprotju s pričakovanji - dejansko dobro deloval, bo odprl povsem novo kategorijo potencialnih novih izdelkov. Če ne, je to le še en nov izdelek, ki ni uspel. To ni konec sveta.

Ta izdelek je postal zelo uspešen. Odprl je pot številnim novim izdelkom. Ta kategorija izdelkov je imela tudi odločilno vlogo pri našem kasnejšem vstopu na področje *uvoza/izvoza*.

Njegova vztrajnost se je znova obrestovala! Spomnite se, da je ta isti človek zaradi svoje vztrajnosti najprej dobil službo.

Nekoč mi je rekel: *Povprečno uspešnemu človeku sedemkrat spodleti, preden mu uspe!*

Recesija!

Kmalu po napredovanju je nastopila recesija.

Podjetje ni več zaposlovalo. Odpuščalo je ljudi.

Ko sem bil zaprosen za priporočila, sem predložil dve imeni za rezanje: ime enega od nadzornikov ... in *svoje ime*.

Z mojim soborcem sva mislila, da bo *eden od naju* dobil udarca. Mislil sem, da bom to jaz, ker je drugi kolega vedel več o računalnikih in imel diplomo.

Nekega dne je pristopil k moji mizi in zašepetal: *Pogledal sem v podatke o plačah na računalniku. Moj naslednji ček je za nekaj tisoč dolarjev višji kot običajno. Očitno odpravnina. V veselje mi je bilo delati z vami.*

Stisnila sva si roke in zaželel sem mu vse dobro.

Bilo mi ga je žal. Vendar sem si tudi oddahnil, da to nisem bil jaz.

Mimogrede, odpuščen je bil tudi eden izmed strogih nadzornikov.

Na srečo je bil iz premožne družine. Njegov oče je vsako jutro s helikopterjem poletel z njegovega podeželskega posestva na vrh enega od nebotičnikov v središču mesta. Tako je prišel na delo.

Nekaj mesecev pozneje se je ustavil v pisarni in nam omenil, da je začel pripravljati katalog za izdelke z visoko ceno. Opisal je nekatere od njih in njihove cene. Vsekakor niso bili v okviru mojega proračuna!

Čakanje na rzsodbo

Mesece pozneje smo vsi nervozno čakali na dokončanje primarnega izkaza poslovnega izida (P&L). Računovodja naj bi ga kmalu vrnil.

Recesija je terjala svoj davek. Prodaja se je zmanjšala. Vsi so se bali slabšega.

Direktor mi je povedal, da pričakuje *precejšnjo izgubo* v našem *največjem* in običajno *najbolj dobičkonosnem oddelku*!

Odgovoril sem, da pričakujem *dobiček* v približno enakem znesku, kot je bila njegova pričakovana *izguba*. *V bistvu* sva se strinjala glede *zneska*, nisva pa se strinjala glede *znaka plus ali minus*.

Bil je vidno presenečen in me vprašal, zakaj tako mislim. Pogovor je potekal približno takole:

On: *Kakšen je tvoj razlog?*

Jaz: *Z demografsko analizo smo znatno zmanjšali stroške prodaje.*

On: *Ampak to ni bilo tako veliko.*

Jaz: *Da, bilo je.*

On: *Ne verjamem ti.*

O tem se ni bilo smiselno več pogovarjati. Kmalu je bilo treba oddati poslovni izid. To bo rešilo vprašanje.

Ko je prišla, smo jo takoj pograbili.

Imela sem prav. Kljub recesiji smo dejansko končali v *črnih številkah*.

Moj ugled in vpliv sta se še povečala.

To je ena od stvari, ki so mi vseč pri trženju in "demografski analizi". Dobiček - bodisi zaradi povečane prodaje bodisi zaradi zmanjšanja stroškov - je *dobro* viden. Zato sem zanj vedno zaslužen. In velik bonus! (Da, to je *druga* stvar, ki mi je vseč!)

Enako velja za razvoj novih izdelkov.

Po drugi strani pa mi je vedno žal za osebje, ki izpolnjuje naročila. Če pošljejo *1000 naročil* brez težav, tega nihče ne opazi. Če pa pokvarijo samo *eno* naročilo, jim vsi stokajo.

Vsekakor je bilo zdaj jasno, zakaj sem preživel veliko čistko.

Življenjski cikel oddelka

Faze življenjskega cikla naših oddelkov so pogosto potekale po tem vzorcu:

Najprej se odkrije, razišče in nato "napade" nov in neizkoriščen trg.

Drugič, razcvet prodaje. (Direktor je nekoč razmišljal: *Nekatera leta ne delam veliko, a vseeno zaslužim veliko denarja. Svoj denar preprosto mečem ob steno in se ga drži kot blato. Druga leta delam kot hudič in komaj kaj zaslužim.*)

Tretjič, na trg vstopijo konkurenti. Medenih tednov je konec.

Četrtrič, donosnost se začne postopoma zmanjševati.

Tukaj je primer:

Več let smo imeli skoraj monopol na trgu enega oddelka.

Zakaj?

Najprej smo prepoznali priložnost in *se potrudili*, da smo se prilagodili *edinstvenim potrebam* trga.

Drugič, z mnogimi strankami je bilo tako hudo *težko poslovati*, da jih nihče drug ne bi prenašal. Zlasti v prvih letih, kar je bilo pred mojim časom.

Sčasoma je njihova potreba po naših izdelkih narasla. Še vedno so bili precej zahtevni, vendar ne več tako nerazumni.

Nato se je ta trg začel spreminjati. Potreba po naših izdelkih se je močno povečala. Seveda so bili vsi naši zaposleni na nekem sestanku zaposlenih zelo optimistični.

Ko se je veselje umirilo, sem dodal svoja dva centa: *Ta širitev trga je največja grožnja, s katero smo se kdajkoli soočili na tem trgu!*

Tišina. Začudenje. Osuplost.

Pojasnil sem mu: *Ta širitev bo prinesla poplavo novih konkurentov. Ti bodo podcenjevali stroške poslovanja na tem trgu. Znižali bodo naše cene. Potem bomo izgubili prodajo in bomo morali znižati cene, s čimer se bodo zmanjšale naše stopnje dobička ... In še vedno bomo izgubljali tržni delež, tudi če bomo ostali na prvem mestu.*

Generalni direktor je nekaj trenutkov razmišljal in se nato strinjal.

Žal se je moja napoved uresničila.

Medenih tednov je bilo konec.

Miselnost proizvajalca

Ta divizija je imela zdaj resen problem. Vedeli smo, da se morajo naše cene znižati. Toda nismo vedeli, *kako* to storiti!

Še vedno smo *razmišljali kot proizvajalec*. Naša srca in duše so se uprle sami ideji o kršitvi svetih zapovedi strogega stroškovnega računovodstva. Blasfemija!

Nekega dne sem v članku v reviji *The Boardroom Report* naletel na rešitev: V članku Board Board Board Board je bil predstavljen članek, ki je temeljil na konceptu "prispevka k dobičku in splošnim stroškom". Kljub skoraj stoletnim izkušnjam na vodstvenih položajih je bila to za vse nas novost!

Ta koncept nam je rešil vrat.

Protiobveščevalna služba

Približno leto pozneje smo ugotovili, da je naš največji konkurent na tem trgu nekako izvedel naše nove cene iz kataloga *še pred* uradnim velikim pošiljanjem. Verjetno od enega od naših številnih naročnikov na debelo.

Kaj naj storimo?

Zamislil sem si premeten načrt.

Natisnili bi *dva* kataloga. Vsak z *različnimi* cenami.

En katalog z "napačnimi" cenami smo poslali distributerjem nekoliko prej. Nato smo počakali nekaj tednov, da je imel konkurent dovolj časa, da je pokukal, ustrezno prilagodil cene in izdal svoj katalog. Nato smo poslali drugi katalog s "pravimi" cenami.

Ta trik je deloval kot čar!

Začnemo uvažati

Sčasoma se je ta trg razvejal v dve različni smeri. Za vsak podtrg smo ustvarili ločene kataloge. Naše proizvodne linije za oba ločena podtrga niso bile enake, vendar so se prekrivale. Prodaja po sezonah je bila različna in se je spremljala ločeno. To je seveda vplivalo na prodajne napovedi in nabavo.

Novi podtrg nas je prisilil k prodaji azijskih izdelkov. Kmalu smo začeli oddajati velika naročila uvoznikom.

Veliko teh izdelkov, zlasti *najbolj prodajanih*, je prodajala tudi konkurenca. Zato je že majhna razlika v ceni močno vplivala na prodajo.

Predlagal sem, da začnemo *najbolje prodajane izdelke uvažati sami*. Imeli smo veliko obratnega kapitala in dovolj zgodovine prodaje, da smo lahko realno prevzeli in ocenili tveganje.

Naše podjetje v preteklosti še nikoli ni uvažalo/izvažalo. Vendar sem imel vsaj nekaj izkušenj na tem področju iz očetovega podjetja. Zato sem dobil nalogo, da začnem in vodim uvozno dejavnost. (Moj čas v tujini je bil prav tako prednost. Prav tako pa tudi moja domnevna sposobnost, da se "razumem s tujci").

Naša konkurenčna prednost je bila zdaj ogromna!

Pogosto smo lahko ponudili očitno *boljše izdelke* - po *nižjih cenah* od konkurence - *ne da bi pri tem žrtvovali spodobno stopnjo dobička!* Posamezni najbolj prodajani izdelki so samo v prvem letu pogosto dosegli *petmestno prodajo*. *Dobički so se povečevali!*

Na začetku nismo imeli niti faksa. Pozno zvečer, ko je bilo tam že jutro, sem od doma poklical Thomasa iz trgovske družbe na Tajvanu. Hitro sva vzpostavila dober odnos. (Smejal se je celo mojim neumnim šalām! Mogoče pa ni dovolj dobro razumel moje angleščine, da bi vedel, *kako* neumne so bile. Ali pa je bil samo vljuden.)

Več prodajnih zastopnikov pisarniških strojev je obiskalo našo pisarno, da bi nam predstavili svoje faksimile. Eden od predstavnikov je izstopal z besedami: *res bi vam rad prodal MOJ aparat. Toda po pravici povedano, obstaja drug model, ki bolje ustreza VAŠIM potrebam.*

Njegova iskrenost me je navdušila. Izvršnemu direktorju sem naročil, naj obdrži njegovo vizitko in naj mu naslednjič ne pozabi dati prve priložnosti. Da, nameral sem kupiti njegov izdelek, čeprav je bila njegova cena nekoliko višja.

Vsekakor smo kmalu kupili svoj prvi faks. Stal je več kot 2.000 dolarjev.

Ko je Thomas letel v Ameriko na obisk k strankam, je obiskal našo pisarno. Izvedeli smo, da je njegov oče ustanovil družinsko poslovno skupino z devetmestno letno prodajo v ameriških dolarjih. Thomas je vodil trgovsko podjetje te skupine, ki je imelo osemmestno prodajo.

Naslednje leto je Thomas podprl enega od svojih tajvanskih sošolcev, ki je v ZDA odpiral uvozno/izvozno podjetje. Prosil me je, naj poletim tja, se srečam z njim, si ogledam poslovanje in mu svetujem. To sem tudi storil.

Thomas je menil, da vsa uvozna in izvozna podjetja zahtevajo veliko preveliko stopnjo dobička. Seveda je bil navajen na veliko manjše marže trgovskih podjetij. Razložil sem mu, da različne ravni distribucije zahtevajo različne marže. Imela sva veliko časa, da sva se pogovarjala o najrazličnejših temah in pri tem uživala.

Thomas mi je pozneje ponudil, da mi bo plačal hotel in hrano, če še kdaj pridem na Tajvan. Generalni direktor je dejal, da mi je pripravljen omogočiti teden dni dopusta, vendar bi moral plačati letalsko vozovnico. Odložil sem se, da ne grem, ker sem želel ves svoj dopust rezervirati za obisk svojih staršev. Vendar sem pozneje obžaloval to napako.

Mimogrede, poleg uvoza polnih zabojnikov iz Tajvana smo manjše količine uvozili tudi iz drugih azijskih držav.

Trgovski sejmi

Prvo leto ali dve sem večino lokalnih sejmov obiskal "v službi". Na nekatere pa sem šel tudi ob vikendih v svojem prostem času. Na enem od sejmov, ki je spadal v slednjo kategorijo, sem odkril nov izdelek, ki smo ga dodali liniji. Postal je eden od naših največjih prodajalcev v enem od oddelkov za več let, saj je samo v prvem letu prinesel petmestno prodajo.

Nato je lastnik dejal, da lahko grem na *katerikoli* sejem, ki ga želim, v širšem metropolitanskem območju. Če bi želel, bi lahko šel tudi na *sejem ženskega perila*. (Nisem želel ... Vendar sem nekoč opazil mizo, na kateri so bili razstavljeni sadomazohistični izdelki, oblazinjeni z mehkim, *pralnim*, krznu podobnim materialom.)

Obiskal sem številne sejme za *sorodne* panoge. Z malo domišljije sem včasih ugotovil, kako nekatere izdelke prilagoditi tudi našim potrebam. V drugih primerih so mi le sprožili zamisel. Nekako tako kot "možganska nevihta".

Občasno sem stal na *nasprotni* strani mize.

Včasih smo za stranke enega oddelka celo organizirali večerni koktajl. Kot svetovalec smo zaposlili nekdanjega direktorja na tem trgu. Pravzaprav je bil le ambasador dobre volje, ki je stiskal roke in trepljal po hrbtih. Medtem sem se sprehajal po sobi, prisluškoval pogovorom, postavil nekaj vprašanj ter imel odprte oči in ušesa.

Naslednji dan nam je svetovalec v pisarni povedal, da je vse super, da so vsi navdušeni nad nami in našimi izdelki in še kaj, kar je mislil, da želimo slišati. Ko

je odšel, sem predstavil svoje poročilo.

Eno leto sem skoraj vsak konec tedna kot razstavljaivec promoviral izdelke očetovega podjetja na orožarskih sejmi po vsej regiji. Glavna cilja sta bila raziskava trga in prodaja trgovcem. Kratkoročni dobiček je bil preskromen, da bi bil vreden truda, čeprav je bil nekoliko boljši od otroške stojnice z limonado.

Včasih sem pri projektih za različna podjetja uporabljal psevdonime. To je včasih pripeljalo do zabavnih situacij.

Naučil sem se bolje ceniti pomen dveh stvari:

Prvič, izbira načina nakupa.

Naši kupci so na sejmu orožja radi kupovali iz *oči v oči na sejmu*. Redko so se odzvali na ponudbe po pošti. Maloprodajne in veleprodajne stranke so rekle: *Ja, dobil sem vašo pošto. Vendar sem mislil, da se vidimo na naslednjem sejmu in ga dobim takrat.*

Drugič, maloprodajni prikaz. Ko sem prvič prodajal na majhnem sejmu orožja, je bil to poskus, ki je bil nepričakovano dober. Zato sem pohitel na drugo, veliko večjo razstavo. Ko je nekdo na mizi zagledal naše izdelke, je vprašal: *Ali so ti za prodajo?*

Na mizo sem hitro položila več izdelkov in jih zložila na velik kup.

Ko na mizi enega od naših trgovcev nisem videl naših izdelkov, sem se še drugič sprehodil okoli njegove mize, vendar jih *še vedno* nisem opazil. Zato sem ga vprašal. Šel je do mene in mi jih pokazal, napol zakopane in izgubljene ... Potem sem dal 100 znakov za prikazovanje natisniti s sitotiskom in jih *brezplačno razdelil* vsakemu trgovcu.

Pozneje sem dal izdelati celo velika *razstavna stojala* in jih *podaril* tudi trgovcem. Prvi prototipi so bili *grozni*. Toda končna različica je bila zložljiva, lahka, enostavna za prevoz (v torbi, ki sem jo priskrbel) in hitro postavljena na kraju samem. *Prodaja se je razmahnila!* Naši trgovci so bili navdušeni!

Mimogrede, torba je imela dve oznaki: "U.S. Army" in "Made in China". Kovinska sponka je bila veliko šibkejša od *pravih* torb ameriške vojske, ki sem se jih spominjal iz otroštva.

Prodajni pripomočki in razstavna stojala so za prodajalce na drobno na prodajnih mestih splošno znani. Vendar pa za povprečnega prodajalca na stranskem tiru/hobiista pri nas *niso bili običajna praksa*.


NS KAMPFRUF
KAMPFSCHRIFT DER NATIONALSOZIALISTISCHEN DEUTSCHEN
ARBEITERPARTEI AUSLANDS- UND AUFBAUORGANISATION
November 1934 September 1979 26. April 2017 (2.06)

Der Kampf geht weiter !

Nachdem heute nach der Kapitulation der Wehrmacht am 8. Mai 1945 die nationalsozialistische Bewegung offiziell als je zuvor in der Nachkriegszeit. Und zwar nicht nur in Deutschland, sondern auf globaler Ebene!
Identität von Volkstum, Völkern, Vorfahren und Vorfahren haben nicht ausgereicht, die Idee der gesamten Idee unserer heiligen Führer Adolf Hitler zu erreichen.

Alle Nationalsozialisten und sonstige arische Völker und Rassenmenschen stehen Schütze an Schütze an Kampf um die Erlösung unserer Völker.
Die Bewegung ist zwar stärker geworden, aber die Größe des heutigen Völkern ist heute auch viel größer als in der Vergangenheit.
Der vorwärtige Kampf ist aber dabei, das Volkstum – gegen alle wahren Völker (V – in England, Seine Völk und Erweiterung, Überwindung und Rassenmenschen).
Oh "Jude" oder "Gigge", als in "Kampfer" oder in "Hörschlag", als in "Propaganda" überall oder auf einer Schicht der ersten Art, jeder Nationalsozialist hat seine Pflicht!
Heil Hitler!
Gottfried Lisch


TROTZ VERBOT NICHT TOT!


Novičke NS
www.nsdapao.org
#1005 19.06.2022 (132)
NSDAP/AO: PO Box 6414 - Lincoln NE 68506 - USA

Prednje poročilo
Intervju z Molly
Tretji del

NSK: Vaši trenutni projekti so očito povezani s filozofijo in umetnostjo.

Opilite svoje mnenje o vplivu teh tem na politiko.

Molly: Poskušam se vedno posodobljati fotografirati, vendar se večinoma oredotočam na Adolfa Hitlerja in Vojsko Človeštva (www.mourningtheascendant.com/truth.htm). Zdaj sem na 21 straneh, a imam še veliko dela. Prevedenje druge svetovne vojne je abstraktno minsko polje informacij. Ko sičeš informacije o eni stvari, najdiš še dve stvari, ki jih je treba raziskati. Počutil se, kot da si arheolog, ki odkriva zakopano preteklost. Preteklost, za katero bi raje, da ne bi postila na dan. Za preplavo informacij in slik se lahko ponovno zahvalimo internetu. Izjemno redke stvari so se z leti



 **the NEW ORDER**
Number 179 (V20) Founded 1979 April 26, 2017 (2.06)

The Fight Goes On !

Seventy years after the capitulation of the Wehrmacht on May 8, 1945, the postwar National Socialist movement is stronger than ever not only in Germany, but throughout Europe.
Decades of mass murder, expulsion, persecution, and defilement have not sufficed to destroy the seed of the brilliant idea of our much loved Führer Adolf Hitler.
All National Socialists and other racially-aware countrymen and racial kinmen fight side by side for the preservation of our White folk.
The movement has indeed become stronger, but the danger of biological folk death is also much greater today than in the past.
The desperate enemy is in the process of committing genocide against all White folk. His means are non-White immigration, culture distortion, and race-mixing.
Whether "legal" or "illegal", whether in election battle or street battle, whether armed with propaganda material or on a battlefield of a different kind, every National Socialist must do his duty!
Heil Hitler!
Gottfried Lisch


TROTZ VERBOT NICHT TOT!

NSDAP/AO je največji na svetu
Ponudnik nacionalsocialistične propagande!
Tiskane in spletne periodične publikacije v številnih jezikih
Na stotine knjig v mnogih jezikih
Na stotine spletnih strani v mnogih jezikih

BOOKS - Translated from the Third Reich Originals!
www.third-reich-books.com

SS Defender
against Bolshevism
by Reichsführer SS Heinrich Himmler



Translated from the SS Original

Julien Reinhard Der Illustrierte Pictorial Book
The Poisonous Mushroom



Translated from the Third Reich Original
Der Giftpilze

Reinhold Bollmann
Hitler in Italy



English / German Deutsch / English

SS Viewpoint – Vol. 9
Wife and Family



Theodor Fritsch
The Sins of High Finance



Luftwaffe War Art
Die Luftwaffe im Bild



English - German / Deutsch - English



NSDAP/AO
Fight Back!



nsdapao.org

Contact us to find out how YOU can help!