

duben 2014

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti na našich stránkách:

Michal Vaněček
Roman Buryjan
Ladislav Kavan
Rostislav Trávníček
Věra Krumphanzlová
Radomil Bábek
Jarmila Janurová



Michal Vaněček

Business je legrace,
když vám na tom nezáleží

rozhovor na stranách 2-4

Business je legrace, když vám na tom nezáleží

Přátelé na něm oceňují jeho neutuchající smysl pro humor, i to, že nezkazí žádnou legraci, ba naopak, když může, přilije oleje do ohně a hned je o srandu víc. Svou podstatou je pohodář, a na všem se snaží hledat to lepší, zajímavé, pěkné. Rád chválí, pomáhá a potěší. Ing. Michala Vaněčka, Ph.D., MBA, spolumajitele firmy T-SOFT ETERNITY, a. s., a také spisovatele z našich stránek již znáte. V tomto dubnovém – aprílovém vydání jsme zavadili o téma víc než společensky potřebné – o humor.

O významu humoru v lidském životě toho bylo již napsáno hodně. Přesto je ho stále málo. Moc se neusmíváme. Proč?

Já nevím, třeba vy se usmíváte skoro pokaždé, když vás potkám. Já se taky snažím usmívat. Ale na druhé straně, jeden známý psychiatr kdysi tvrdil, že pokud se někdo usmívá bez hlubší příčiny déle než pět minut, je to s největší pravděpodobností debil. Takže asi by se to zas nemělo dlouhodobě přehánět. Ale je pravda, že my, Češi, se asi obecně usmíváme málo. Jako bychom byli pořád našťvaní. Nebo třeba potřebujeme být našťvaní? Nevím. Třeba to tak není, že se neusmíváme, a nechal jsem se jen vaší otázkou nachytat.

Redakce: Nachytat jste se nenechal. Jsme sice národ Švejska, ale tak nějak opouštíme tradice...

Přitom vřelý, hřejivý humor ještě nikomu neublížil, ba naopak. Jaký význam mu přisuzujete?

Možná bych trochu oponoval – humorem se dá určitě taky ublížit. Zkuste zavtipkovat na něčím pohřbu, to nemusí nutně padnout na úrodnou půdu. Ale jinak si myslím, že humor má úlohu zcela zásadní. On, podle mého názoru, dobrý humor, je ve své podstatě transformovaný smutek. Nebo alternativní pohled na smutek života. Kdyby nebylo smutných a tragických věcí, ztratily by se asi i zdroje humoru. Čím to je, že třeba nejlepší filmové komedie vznikly za okupace a za normalizace?

Redakce: Souhlasím, humorem můžete ranit, když namíříte nevhodně a neomaleně. A zdánlivě můžete udělat průšvih, když se objekt vašeho dobře míněného vpichu neumí zasmát sám sobě a když bodnete do nepatřičné nabuřelosti, třeba.

Kdy vám pomohl v nějaké složité životní situaci?

Bezpochyby před osmi lety, kdy jsem se léčil s rakovinou. Psal jsem si v nemocnici deník, který se posléze přeměnil na Hovory R. Snažil jsem se uchopit pobyt v nemocnici z humorné stránky. A snad se to i povedlo. Tedy napsat to a využít to i jako terapii. A vím, že to několika dalším lidem následně taky pomohlo.

Redakce: Máte pravdu, pomohlo. Když jsem v létě přestala vidět na jedno oko, lékaři mi nedávali moc nadějí, a navíc jejich rozporuplné informace mne tak vyděsily, že jsem měla tak trochu celkově namále. Pak jsem se jednou v noci začetla do této vaší knihy. A začala jsem se zase smát. V lednu se ošetřující lékař divil, jak je možné, že se oko zázračně spravilo. Radši jsem nevtipkovala o tom, že smích léčí. To bych ho asi našťvala.

A kdy jste humor nastražil proti nepříteli, abyste porazil hloupost, zášť nebo omyl navedl na správnou cestu?

Hloupost se porazit nedá! Ani humorem ani silou. A poražená hloupost se chová ještě zákeřněji než hloupost, žijící v iluzi, že vítězí. V běžném denním životě se snažím tu a tam užít humoru, například k rozveselení prodavačky či servírky.

S oblibou používám v restauraci, když je mi sděleno, že nemají vodu s bublinkami, větu, ať mi tedy přinesou vodu bez bublinek a bublinky zvlášť. Jen jedinkrát mi slečna s vážnou tváří přinesla sklenici s vodou a vedle toho prázdnou skleničku, menší, a prohlásila, že v ní jsou bublinky a jestli mi to má namíchat nebo si to udělám sám podle chuti. Tak to mi zvedlo náladu na celý den, když



Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA



takhle někdo chytí příhrávku. Ve zbylých, asi pětadvaceti případech, jsem byl buď za blbce, nebo mi suše řekli, že samotné bublinky nevedou. To prostě neporazíte. Ale takhle když si to po sobě přečtu, tak možná budu připadat i čtenářům poněkud trapně, ne?

Redakce: Proč? Snad si nemyslíte, že jsou naši čtenáři suchaři? Mají rádi dobrý humor, to vám odpřísáhnou. Vtipkování, fócky – je to nástroj podvědomé podnikatelsko-manažerské relaxace. A detoxikace organismu. Je to ventil, pokud ne životní styl.

Když už jsme v prostředí šéfů – pomohl vám humor někdy i v obchodním jednání?

Mému synovi je 23 roků. A provozujeme už léta takovou zvláštní zábavu. Syn má od dětství plyšového opičáka v pruhozaném tričku, není velký, asi tak 20–30 cm. A měli jsme jedno období, kdy jsme „soutěžili“, dá-li se to tak říct, kdo komu dá po ránu nepozorovaně opičáka do aktovky. A měl jsem jednou na jednom nejmenovaném ministerstvu schůzku s panem ministrem. A trochu jsem z toho měl obavu, schůzka mohla být napjatá. Přišel jsem tam, chci si vytáhnout lejstra, otevřu aktovku a vidím pruhozaný tričko a v něm opičáka. Musel jsem ho vyndat, jinak bych nevyndal ta lejstra. A krásně to uvolnilo atmosféru, protože jsem musel říct celý ten příběh. Tenkrát to pomohlo.

Redakce: Vzpomínám, čím bych opáčila. Možná drobnou příhodou. Když jsem jela loni z Prahy na jeden brněnský veletrh, doběhla jsem do autobusu Na Florenci na poslední chvíli. Zaujala jsem místečko u okénka, které můj spolusedící respektoval a nechal volně, vypruhla mobil a zavřela oči. Chtěla jsem si tu obyčejnou cestu užít nicneděláním, prostě vydýchat stres uplynulých dní. Ten dobrý muž to vycítil a nechal mne v klidu, i když by si možná rád popovídával. A já pouze postřehla, že je to šarmantní fešák, který s komunikací jistě nemá problém a který má patrně stejný cíl cesty jako já. Příležitost seznámit se jsem nechala ležet ladem. Když jsme vystoupili, rozloučili jsme se a každý z nás zamířil k Výstavišti po svém. Uplynulo dopoledne a já jsem se přemísťovala od pavilonu k pavilonu autem pro hosty, když najednou

nevěřím vlastními očima: Ten člověk z autobusu se ocitl vedle líně popojíždějícího vozidla, v němž sedím. Zastavili jsme, zamávali na sebe a přes okénko řidičky si vyměnili svižně vizitky. Taková náhoda! To už jsme se usmívali. Večer jsem opouštěla veletržní prostor a koho nevidím u východu? Do třetice opět tento muž. Dala jsem se do smíchu, ba do řehotu, on také, a hlavou mi letělo: To není náhoda, znovu ten člověk, to připravila nebesa sama. Z vizitky jsem již věděla, že tento muž vlastní firmu. Posléze jsem měla tu čest poznat jeho příběh, který je až neuvěřitelný. Za týden jsme si zatelefonovali a časem jsme se stali přáteli i obchodními partnery. Humor velebíme. Bez něj bychom bloumali po Výstavišti bez průsečíku osudu.

Nebo je business velkým žertem od začátku až do konce? Možná někdy spíš černý humor...

Business je legrace, když vám na tom nezáleží. Nejlíp se dělají obchody, když je vám to fuk. Pak se dá se soupeřem i hrát hra a mít z toho srandu. Hůř se mi tohle dělá, když opravdu o něco jde, a víte, že musíte vyhrát, to je pak těžký. Pak špatně spím.

Redakce: To s vámi souhlasím. Jakmile víte, že musíte vyhrát, sehnat peníze, dostat zakázku, a strašně to potřebujete, ten druhý to na vás zpravidla pozná. Někdy to neuhrajete, ani když jste na to trénovaný. A humor je pak taky takový nějak strojený. Strach zabíjí, je mocný.

Knihy pohádek, které píšete, jsou také na humornou notu. Čiší z nich laskavost, mírnost, pohádky jsou rozverně, vlídně a rozprostírají se v nich svět úsměvného dobra. Takový byste si představoval ideální svět?

Já myslím, že svět takový ale je. Já neumím psát smutně ani o smutných věcech. I o smutných věcech se má psát veselé. Ale v těch pohádkách je přece vždycky dobro a zlo. A tak to má být. Pohádky jsou od toho, aby tam bylo obojí, byť vyprávěné s humorem, aby i to zlo bylo trochu k smíchu. Pak se s ním líp bojuje.

Redakce: A jsme u toho: humor je nadhled a osvobozuje. Na rozdíl od toho strachu.

Prožívat si své lidství není jen tak – máte řadu zkušeností, a to nejen z podnikání a manažerské práce, ale také z dobročinnosti, již se prostřednictvím nadace T-SOFT ETERNITY věnujete. Prostřednictvím literárních aktivit se snažíte dotknout lidské duše, dáváte šanci nadějším a chcete rozveselit. K optimismu se ale někdy člověk těžce propracovává, což?

Teď jsem se nad tou vaší otázkou krátce zarazil. Totiž jestli je vlastně správněji dávat šanci nadějším, anebo dávat naději šancím. Ale ono je to jedno, obojí zní optimisticky. Ale já osobně moc neuznávám členění na optimismus a pesimismus. Víte, jestli je někdo pesimista nebo dobře informovaný analytik se často pozná jen podle výsledku. Ale i když třeba moje knihy působí optimisticky, budu upřímný – často jsem pesimista. Koneckonců, rozcestník může být shnilý, a přesto může dobře ukazovat, ne?

Redakce: Zbytečný sarkazmus! Říká se, že nejšmutnější lidé jsou klauni a mimové. Pláčí tím, že rozdávají radost a veselost. No dobře, rozumím vám. Máte před sebou ale ještě hodně práce, smutky hodte za hlavu. Obavy i pesimismus taky. Příliš přemýšlet a domýšlet, snažit se definovat, trápit se blízkou budoucností či nekonečnem – to ubírá sílu. Ty vaše potřebuje rodina, firma, nadace, přátelé, a to je přece podstata optimismu. A protože stále nestiháte, jste optimista, nikoli pesimista.

Ale i plané šaškování má svůj význam – dělat si legrácky z blbosti, které je pořád ještě nadbytek, z překlepů v úředních dokumentech, z přeřeků moderátorů, z vlastního pochybení. Smějete se také takto rád?

Ukrutně rád a pořád! Já mám jednu takovou vadu, že strašně rychle čtu, takže kouknou ve firmě někomu na monitor a vidím překlep. To samé když jedu kolem billboardů a podobně. Úplně nejlepší jsou různé nápisy a letáky v nemocnicích. Když jsem byl naposled v nemocnici a viděl jsem na lednici nápis „Lednice pro pacienty“, šel jsem za vrchní sestrou, že se tu lednici jednak bojím otevřít a kromě toho že mám strach, že se do ní nevejdou. Nebo instrukce na Klinice nukleární medicíny „Když chcete používat mobilní te-



lefon, musíte být neprodyšně zataven v igelitovém sáčku.“ Nikdo jiný si toho nevsíml. Důležitých věcí si nevsímnu, ale blbosti mne vysloveně přitahují. Ale měl jsem skutečně dobrou historiku, to nebyl překlep. Měl jsem nastoupit do nemocnice a mezi požadavky na různá vyšetření stálo, že mám donést potvrzení o gynekologickém vyšetření. Hluboče jsem se zamyslel. Večer jsem se postavil nahý před zrcadlo. Již jsem takto párkrát v životě před zrcadlem stál, ale obsílka mne znejistila. Stál jsem tam a usilovně přemýšlel. Jenže obsílka není o přemýšlení. Obsílky dostávají i blbci, takže není možno přemýšlet, ale je třeba konat. A úřad i nemocnici neradno

znevažovat pochybnostmi o smysluplnosti požadavku, kterému, vida jej na papíře, jsem musel uvěřit. Existovala sice možnost, že část obsílky byla určena pouze ženám, ale nechtěl jsem riskovat nepřijemností.

Nejprve jsem navštívil známého lékaře, který bydlí v domě. Je to sice dětský lékař, ale hned vedle jeho ordinace má ordinaci gynekolog. Lékař mne vyslechl a šel se zeptat. Vrátil se rozrušen a pravil, že kolega gynekolog pravil, ať si dělá šoufky z někoho jiného, vyrazil s ním dveře a vrátil se hrbat se zase ve své práci.

Byl to asi jeden z nejobtížnějších úkolů, které jsem kdy vykonal, ale o víkendu, den před nástupem, se mi podařilo za pomoci známých přesvědčit jednu gynekoložku, aby mi vystavila papír. Sice kroutila hlavou nad tím požadavkem, ale nakonec prohlásila, že toto vyšetření bylo vcelku příjemným zpestřením v jinak stereotypně nudném vyšetřování normálních žen. Dostal jsem potvrzení, že bylo zjištěno přirození typu 5 a od dalšího vyšetření se z tohoto důvodu upouští. Sice jsem byl již řadu let přesvědčen, že jsem muž, ale když jsem to viděl na papíře, uvěřil jsem tomu podruhé. To potvrzení mám dodnes schované a v hospodě s tím sklízím úspěch. V nemocnici pak ke mně vodili skupiny studentů, aby se podívali na toho vola, co donesl vyšetření z gynekologie.

Redakce: *Vás nepřetrumfnu. Ale dám taky jednu historiku z pražského metra. Jednou večer jsem nejela z žádného flámu, z žádné oslavy a zrak jsem tehdy měla jako ostříž. Seděla jsem naproti dveřím, kde bývá obvykle nápis: Neopírejte se o dveře. Četla jsem si to několikrát a nevěřila svým očím. Stálo tam ...dveře. Stačilo z prvního slova vyhodit písmenko „p“ a místo něj dát písmenko „s“ a ještě vyhodit dvě další slovíčka: „se o“. Napište si to a uvidíte, to, co tehdy já. Od té doby mám v metru tik. Hledám ty dveře, ale marně.*

Humor osvobozuje, povznáší, dává křídla. Co ještě?

Dobry humor dáva lidskost. Já miluju například seriál Byli jednou dva písaři. Víte, to je humor, který má duši, hloubku a ohromnou dávku člověčenství. To je přímo oslava pozemšťanství!

Redakce: *Ano, laskavý humor. Strašně ho potřebujeme. A dělat humor je vrchol umění a je to neskutečná dřina.*

Jak to zařídit, aby bylo víc veselo?

Z historie víme, že často byla největší sranda, když bylo nejvíc smutno. Já bych byl spokojený s tím, jak je veselo teď!

Redakce: *A já bych si přála, aby všichni, kdo se nad vašimi řádky pěkně nasmáli, si přečetli tuhle odpověď aspoň dvakrát.*

ptala se a smála Eva Brixí

INZERCE

INZERCE

Chuť má jméno...

Prantl

Jdeme cestou kvality.
Pojďte s námi.

Žádné alergeny

Žádný lepek

My nepoužíváme žádný separát

www.janprantl.cz

Evropský šéf chce pochopit potřeby firmy, americký zlepšit inovace

Vedoucí IT pracovníci se stále více podílejí na rozhodování v oblasti podnikového plánování a strategie. V Evropě tuto skutečnost potvrzuje 57 % dotázaných, zatímco v Severní Americe 40 %, jak vyplývá z průzkumu společnosti IDC mezi CIO v obou regionech.

Vrcholní IT pracovníci po celém světě si v zásadě kladou stejné cíle a mají podobnou náplň práce, avšak průzkum poukazuje na určité rozdíly, které existují mezi evropskými a americkými IT řediteli. Postoje CIO se výrazněji liší v otázce lepšího pochopení potřeb interních zákazníků, čemuž přisuzuje důležitost 37 % evropských, ale jen 18 % amerických IT ředitelů.

Rozdíl v osobní agendě amerických a evropských CIO je patrný také v řízení IT oddělení. Ambice uspořádat interní organizaci tak, aby IT přinášelo více inovací, se nachází mezi prioritami u 44 % amerických IT manažerů, zatímco v Evropě si tento cíl klade jeden ze čtyř CIO. Podobně je tomu u hodnocení efektivity projektů, které souvisejí s informačními technologiemi. Po přesnějších vyhodnocování volá 26 % amerických a 12 % evropských CIO.

„Američtí CIO se soustřeďují především na podporu podnikových rozhodnutí, vytváření nových příležitostí a inovace v oblasti dodání produktu. V Evropě je kladen větší důraz na řízení nákladů a zvyšování efektivity,“ řekl Steven Frantzen, viceprezident společnosti IDC pro region Evropy, Blízkého východu a Afriky. „Odlišnosti ve stylu řízení jsou ovlivněny jak firemní kulturou, tak samozřejmě kulturou celé společnosti. I při omezených rozpočtech se na obou stranách Atlantiku od CIO očekává, že budou aktivně zavádět inovace – půjde o posun do cloudu, řešení problematiky BYOD a BYOC, jakož i bezpečnosti IT,“ dodal.

(tz)



VOLEJTE
S COOP MOBILEM
JEŠTĚ LEVNĚJI!



coop
Mobil

VOLEJTE S COOP MOBILEM O 20% LEVNĚJI!

**Nakupte alespoň za 100Kč a získejte 20% slevu
na volání a SMS na celý další týden!**

Proč se připojit ke COOP Mobil?

Bez smlouvy a bez závazku můžete získat výhodné volání. Nakupujete-li zároveň pravidelně v prodejních sítě COOP může pro vás být **volání ještě výhodnější.**

Nakupte alespoň za **100 Kč a získejte 20% slevu** na volání a SMS na celý další týden!

Více informací na www.coopmobil.cz.

Musíte k ní získat vztah



O práci
manažerů
na vrcholových
pozicích

informujeme poměrně často, vřdyt při hledání zkušeností to může být velmi inspirující. Tentokrát jsme dali slovo Ing. Romanu Buryjanovi, šéfovi oddělení projekce společnosti GASCONTROL, společnost s r. o., který má na starosti ještě několik firem v rámci skupiny GASCONTROL GROUP. Tematicky jsme zabrousili hlavně do pracovní oblasti, ale zajímalo nás i to, jak dokáže manažer s diářem doslova „prošpikovaným“ povinnostmi ještě normálně soukromě žít.

Manažerské pozice s sebou nesou spousty radostí i starostí. Co vše obnáší ta vaše?

Práce manažera je práce jako každá jiná. Musíte k ní získat vztah a najít si v ní zálibu. Jejím základem je mimo odborných dovedností i pozitivní vnímání lidí, mezi nimiž se manažer musí dobře cítit. Dobrý manažer nemůže být podle mne ten, kdo většinu času sedí sám v kanceláři a komunikuje se svým okolím, zejména s lidmi které vede, prostřednictvím e-mailu nebo telefonu. Je to stejné, jak by chtěl být někdo stolařem a neměl rád vůni dřeva, anebo zemědělcem bez lásky k půdě. I když to by šlo snad snáz.

S jakými skupinami lidí se vaše komunikace nejčastěji odvíjí?

Jednak to jsou akcionáři, kteří určujícím způsobem ovlivňují zaměření firmy. Potom to jsou spolupracovníci na stejných nebo obdobných manažerských postech, a dále lidé, kteří nám jsou podřízeni, a samozřejmě početná skupina z vnějšího prostředí, tedy odběratelé, dodavatelé, spolupracující firmy a nejrůznější instituce. Díky bohu mohu konstatovat, že v mém případě jsou vztahy na všech těchto úrovních nadstandardní.

Manažerských židlí máte vlastně několik – jak dělíte práci pro sesterské firmy v rámci uskupení GASCONTROL GROUP?

V rámci svých aktivit ve skupině se věnuji aktivně zejména společnosti GASCONTROL,

a najít si v ní zálibu

společnost s r. o., GASCONTROL PLAST, a. s., a společnosti MATEICIUC, a. s. Mám na každý týden připravený rozvrh práce, kterou musím udělat. Ne vždy však umím správně řídit svůj čas. „Menežování“ vlastního času je, jak jsem zjistil, velkým kamenem úrazu spousty vedoucích pracovníků. Procentuálně nejvíc času věnuji práci ve společnosti MATEICIUC, a. s., kde bývám většinou tři- až čtyřikrát týdně. Moje pozice, jak předsedy představenstva, tak ředitele, vyžaduje značné procento mých týdenních pracovních aktivit. Za fungování této firmy v rámci skupiny taky cítím největší osobní zodpovědnost.

Není tajemstvím, že vedení mateřské společnosti hledá možnosti, jak rozšířit aktivity pro větší stabilizaci a menší závislosti na investicích. Co v tomto procesu považuje za nejdůležitější?

Každá společnost vždy byla a bude závislá na vnějším prostředí. Pro soukromé podnikání platí, že vnější prostředí vždy nejvíc ovlivňuje zákazníků. Je to totiž ten, kdo nás živí. Není ta-

ké vždy důležité, zda prodáváte nějaké technologické celky a vaším klientem je někdo, kdo vám toto zařízení zaplatí, anebo vlastníte energetické centrum a prodáváte energii... důležitá je stabilita trhu. Jasně zásady, stanovy, které v energetice musí být vymezeny vládou na několik let dopředu.

Bohužel jsme ve virtuálním prostředí z hlediska podnikání jako takového, ale i ve virtuálním prostředí nějaké státní energetické koncepce. Ta de facto na delší období neexistuje. A to je jeden ze základních kamenů jakéhokoli posunu vpřed. Vyvinout určité energetické (a nejen takové zařízení) trvá nějakou dobu, a pokud to má být zařízení, které je na světové úrovni, tak jeho vývoj vyžaduje i nemalé finanční prostředky. Necitlivé a dle mého uvážení nepromyšlené a nesystémové změny, které dělají vlády bez řádné koncepce, jsou dle mého názoru největším kamenem úrazu rozvoje v energetickém průmyslu ČR.

V jakých etapách se nacházejí energetické a další rozvojové projekty, s jejichž realizací se počítá pro nejbližší léta?



Ing. Roman Buryjan

To je spíše dotaz na některého z vládních činitelů a na vládu, která by měla jasně deklarovat rozvoj energetiky na další léta, než na mě, zaměstnance středně velkého podniku pracujícího v oblasti energetiky. Bohužel se však domnívám, že byste se nedostal konkrétnější odpověď, než bude ta moje. Náš vývoj ve firmě GASCONTROL, která je zaměřena především na energetický trh České republiky, se ve značné míře bude odvíjet od toho, jaký směr zvolí vláda. Pokud bude podporována ekologická dopra-

Zda jsou inovace drahé, nebo ne, není až tak moc důležité. Důležitější je, že je to jediná cesta, kterou musí jít každá firma, která chce na trhu dlouhodobě obstát.

va na zemní plyn, budeme vyvíjet a vyrábět zařízení na stlačený zemní plyn (CNG stanice), pokud se bude podporovat nějaký sektor ekologické výroby energie, půjdeme tímto směrem. Není možné jít proti větru a nejsme rovněž těmi, kteří o dalším vývoji energetiky v této zemi rozhodují.

A pokud jde o akciovou společnost MATEICIUC?

Tady působíme zejména ve výrobě plastových stavebních profilů, které ze 70 procent exportujeme, a jsme zde pro změnu závislí jednak na síle ekonomiky zejména států EU a na výši investic, které budou jednotlivé země ochotné investovat do stavebnictví. Základní myšlenkou je zaměřovat se na vývoj produktů, které v důsledku šetří zákazníci náklady, a to jak při realizaci stavby, tak při provozu, což jsou energetické úspory.

Úspory energie dosažené využíváním odpadního tepla, biotechnologií a dalších zařízení jsou jedním ze zdrojů financování rozvojových a inovačních programů GASCONTROLU.

Jaký podíl představují a co tvoří další zdroje?

Úspory v energetické oblasti jsou nám nejvíce blízké. Jako samozřejmost bereme využívání odpadního tepla z chlazení vytlačovacích a vstřikovacích zařízení pro otop objektů, částečně pro přípravu teplé užitkové vody atd. Náklady na energii v našich výrobních závodech představují podle energetické náročnosti zhruba 2–6 procent z obrátu jednotlivých firem, a proto každé úsporné opatření v této oblasti přináší úsporu finančních prostředků, které je možné dále věnovat do inovací ve společnosti. Pokud je to možné, jsou ve skupině GASCONTROL využívány inovační projekty podporované v rámci dotačních titulů EU. Každoročně tím skupina získá několik desítek milionů korun – prostředků investovaných právě do rozvoje technologie i nových projektů.

Jinými slovy: jsou inovace pilíř, na němž zakládá mateřský GASCONTROL svůj podnikatelský růst? Není to přece jen zatím stále příliš drahé?

Zda jsou inovace drahé, nebo ne, není až tak moc důležité. Důležitější je, že je to jediná cesta, kterou musí jít každá firma, která chce na trhu dlouhodobě obstát. To není v mém případě jen naučená poučka, ale zkušenost, kterou jsem získal ve své několikaleté praxi. Firmě se může povést nějaký „husarský kousek“ a vydělat jmění. Pokud ale zůstane u toho, co se v minulosti podařilo, a nebude se vyvíjet dál, je předurčena k záhubě. Takových společ-



U nových projektů je velmi důležité si stanovit cíle, ukazatele úspěšnosti, nastavit finanční limity, prověřit dostupnost ostatních zdrojů atd. Není například možné se vydat, jak se říká „s motykou na měsíc“. To je častým důvodem pádu jinak úspěšných firem.

ností znám několik. U nových projektů je velmi důležité si stanovit cíle, ukazatele úspěšnosti, na-

stavit finanční limity, prověřit dostupnost ostatních zdrojů atd. Není například možné se vydat, jak se říká „s motykou na měsíc“. To je častým důvodem pádu jinak úspěšných firem. Pustí se do vývoje zařízení, dopředu si však nestanoví limity a uprostřed boje pak je možné buď dát firmu do konkurzu, nebo hledat finančně silnějšího partnera, který se rozhodne vývoj dokončit.

Jak si v oblasti inovací a rozvojových programů vedou ostatní firmy v rámci seskupení GG?

Ve skupině GASCONTROLU je více než 20 firem. Díky často vlastní angažovanosti majitelů jsou inovace a inovativní procesy jednoznačně podporovány. Nepřísluší mi hodnotit, jak si vedou jednotlivé společnosti ve skupině, ale podle mého osobního úsudku a informací, které mám k dispozici, jsou na tom firmy, které se intenzivně zabývají vývojem nových produktů, lépe než ty, kde inovace nejsou prioritou.

Které projekty se podařilo v nedávné době zahájit, případně již realizovat?

Projektů je spousta, a tak zmíním pro příklad alespoň jeden. V současné době EU věnuje nemalé prostředky na instalaci nebo obnovu digitálních rozvodů pomocí optických vláken. V ČR zatím tento projekt pokulhává. V rámci skupiny firem vyrábíme a dodáváme některé komponenty právě pro tento rostoucí segment trhu.

S energetickými centry, kogeneracemi i trigeneracemi a dalšími zařízeními cílí GASCONTROL také na zahraniční trhy. Co od toho všechno očekáváte?

Expanze do zahraničí není jen prestižní záležitost, ale v některých oblastech našeho působení i nutností. Představovat projekty, se kterými se hodláme v rámci GASCONTROLU etablovat na zahraničních trzích, v časopise, který je volně dostupný podnikatelské veřejnosti, určitě není strategicky moudré. Obecně však lze uvést, že spolupracujeme se zahraničními investory, kterým nabízíme produkty z našeho energetického portfolia (CNG stanice, bio stanice, regulační a předávací stanice plynu atd.). Pohyb na trzích za našimi hranicemi nám přináší spoustu zkušeností a rovněž inspiraci. Důležitě je u každého zahraničního projektu spolupůsobení banky v otázce proinvestování projektu.

Řídit dnes projektové oddělení – není to téměř science fiction... Co se zde s přibývajícím lety změnilo?

Ano, ve firmě GASCONTROL, společnost s r. o., vedu projektové oddělení. Co se změnilo? Kromě několika lidí vlastně vše. Začínali jsme projektování na rýsovacím prknu, které již dnes najdete pouze v muzeu. Dnes máme všichni kvalitní počítačové vybavení, plotry, kreslicí programy ve 3D... Dnes již u nás černobílý výkres stěží naleznete. Stejně tak se výrazně proměnilo portfolio projektovaných zařízení. Před 15 lety byly největším odběratelem GASCONTROLU plynárny a tomu odpovídaly i potřeby a naplněnost projekce. Tím, jak se mění zákazníci a potřeby trhu, mění se i projekty, které tvoříme.

Stejně tak by se dalo mluvit o volném čase mnohých šéfů. Jak je to s tím vaším? A jak nakládáte s tím málem, co zbývá?

Říká se, že jednou z mála spravedlností na světě je to, že máme každý denně k dispozici 24 hodin, což je 1440 minut, a je na nás, jak ten čas využijeme. Ano, jako mnoho lidí na obdobných postech věnuji práci v průměru daleko víc než osm hodin. Na druhé straně je to i mým koníčkem, baví mě nové výzvy, hledání nových řešení... V krátkém čase, který mi zbývá pro soukromí, se rád zapojuji do charitativních projektů, čtu, zahradničím nebo doma kutím v dílně. Miluji i turistiku a plavání, rád se setkávám s přáteli, s nimiž mohu sdílet své názory a přesvědčení a od kterých se mohu leccemu naučit.

Myslíte, že to bude někdy jinak?

Snad až v nebi...

připravil Jiří Novotný ■■■

Je to značka výjimečná svou filozofií

Mgr. Ladislav Kavan prostřednictvím společnosti LK SERVIS exkluzivně zastupuje na českém a slovenském trhu francouzskou značkovou přírodní kosmetiku GERnétic. Je to koncept i výsledky výjimečná záležitost a mnohonásobně sofistikovanější, než se dá na první pohled poznat, která má blíže k vědě lékařské než marketingové. Výrobky GERnétic nejsou jen krémy v kelímcích. Proto se nedají běžně koupit v lékárně ani drogerii. Funguje to všechno úplně jinak. A už 18 let.

S jakým předsevzetím jste kdysi firmu, která začala značku GERnétic u nás reprezentovat, zakládal?

Jsem původem pedagog. V 90. letech jsem pochopil, že se tím nedá uživit. Chtěl jsem zkusit obchod, prodej, hledal jsem svoji další seberealizaci. Můj první úspěch se rovnal prodeji 40 000 čínských triček. To bylo ohromné a velmi mne to povzbudilo. V té době na český trh vstoupila řada kosmetických značek, vznikaly

salony, ale něco zde chybělo. Něco úplně jiného, co by mi dávalo hlubší smysl, co by nebylo jen o vůních a obalech. Hledal jsem něco hodně zajímavého, něco s filozofií. Toužil jsem něco tvořit, hledal symbol, který bych zastupoval jen já. Volba padla na francouzskou značku GERnétic. Nejprve zastoupení pro ČR, později i pro Slovensko. Vzpomínám na den, kdy k nám přijel zakladatel dr. Albert Laporte s manželkou. Uvítali jsme ho s mojí paní, on se podíval na její tvář a hned ordinoval: Vy byste

potřebovala ten a ten krém, protože... Jeho úvodní vystoupení bylo pro nás zážitkem. Rozhodl jsem se okamžitě. Tehdy jsem potkal doktora, který měl nejen charizma, ale obrovské zkušenosti biologa, západní i čínské medicíny, vizi a neuvěřitelnou vůli.

Určitě jste se nezávázal k tak velké zodpovědnosti jen na základě přesvědčivých slov. Čím byla pro vás značka atraktivní? Je za tím nějaký příběh, který nikdo nezná?

Je to značka výjimečná svou filozofií. Ta vychází z dávné praxe zakladatele Dr. Alberta Laporta, působil totiž dříve na klinikách popálenin. Setkával se s tím, že těžce zasažení pacienti nemohli přijímat potravu a tekutiny ústy, často byl problém tyto lidi udržet při životě. Na základě výzkumů dospěl ke zjištění, že se dá tělo vyživovat prostřednictvím pokožky, i na to jak. Byl to jeho úctyhodný objev, jemuž pak zasvětil celý život. Když odešel z kliniky, kde mu ne všichni chtěli rozumět, rozhodl se vybudovat novou, vlastní značku, která by jeho názor potvrdila. Kosmetika GERnétic působí na jiném principu než ostatní. A „vymyslet“ takovou kosmetiku, propojit ohromné množství znalostí, informací, výzkum a výrobu, prostě udělat to tak, aby vše fungovalo, to byl nadčasový kousek plný jeho odvahy a vytrvalosti.

Svět kosmetiky je především pro ženy. Nevadí vám to?

To určitě ne. Navíc jsem zvyklý na feminizované pracovní prostředí. Když doktor Laporte přijel, měl již ucelený koncept, který fungoval v řadě zemí. Několik řad, program pro kosmetičky, které výrobky aplikují zejména v salonech, wellness, lázních. Pokud se totiž zájemce rozhodne tuto kosmetiku využívat, musí nejprve projít péčí profesionála, tedy vyškolené kosmetičky, která s klientem či spíše s klientkou analyzuje její potíže a přání, a podle toho se rozhodne, co použije, co by jí prospělo. Jde o kosmetiku sofistikovanou, v žádném případě to u nás nefunguje tak, že jdete do obchodního centra, drogerie nebo lékárně a koupíte si kelímek... Takže – vůbec mi nevadilo, že budu opět, stejně jako ve školství, pracovat s ženami – kosmetičkami. Ženy jsou naopak vybaveny větší schopností naslouchat – bylo potřeba začít budovat síť, investovat, vytvářet vztahy. Byla to cesta jiné distribuce – nejen prodávat, ale prodávat s přidanou hodnotou, s poraden-



Mgr. Ladislav Kavan

stvím, které se opírá o hluboké znalosti. Jde o kosmetiku, která má logiku.

Neprosadili jste se raketovým startem. V posledních měsících se povědomí o značce ale značně zvedlo. Čím to?

Patrně se zúročila postupná práce a naše osvěta. A jak známo, osvěta, to je běh na dlouho trať. Lidé naslouchají čím dál více, stejně tak, jako mají zájem o diskuze jak změnit svůj životní styl na zdravý. Dr. Laporte byl první, kdo s touto objevnou myšlenkou přišel v moderním pojetí.

Jaká je strategie do dalších let?

Cílem není oslovit všechny zákaznický, ale ty, kteří skutečně přemýšlejí o svém životě, zdraví a jsou schopni do něj něco investovat, ne bezhlavě utrácet, ale spolupracovat, dbát na doporučení, hledat svou cestu ke zdraví a kráse. Nejdeme masivní reklamou, náš směr je přes osobní komunikaci, vysvětlování. Opřít se můžeme o řadu nejnovějších poznatků

a zkušeností. Strategie je jednoznačná: zvýšit počet míst, kde se zákaznice budou moci s našimi kosmetičkami setkat, zabydlet se například v lázních, v ordinacích zejména kožních lékařů. Postupně se nám to daří.

Co si v této souvislosti nejvíce přejete?

Drtí mne slevy, na cokoli. Přál bych si, pokud lidé chtějí kvalitní službu, aby pochopili, že to musí něco stát. Přál



GERnetic má převážnou část sortimentu pro ženy, ale ani muži si nemusí stýskat. Nechystáte se otevřít salon třeba pouze pro pány?

Zatím jsme o tom neuvažovali, třeba to přinese čas. V našem současném prostředí dokážeme pánům vytvořit stejně tak jako dámám dostatečné soukromí. Kosmetiku pro muže máme samozřejmě také a velmi atraktivní. Mužská populace o svou vizáž i zdraví začíná více pečovat než v minulosti. Zejména ti muži, jejichž business závisí na zdařilém jednání, který se často odvíjí i podle toho, jak dotčený člověk vypadá. To spolupracuje i jejich úspěch, jde o sebevědomí, dobrý pocit, jistotu ze sebe samého. A to je silný argument.

ptala se Eva Brixí ■■■

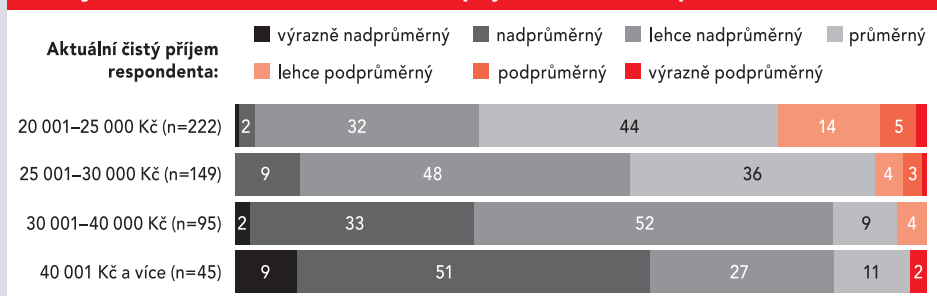
Lidé s nadprůměrným příjmem se hodnotí zkresleněji

Zajímavý psychologický fenomén vyplul na povrch ve výzkumu na cílové skupině lidí s nadprůměrnými příjmy, který agentura STEM/MARK uskutečnila na sklonku roku 2013.

Jelikož se průměrná hrubá mzda v ČR v roce 2013 blížila ke 25 000 Kč, což odpovídá zhruba čistému příjmu kolem 20 000 Kč, všichni respondenti v našem výzkumu měli nadprůměrný příjem (nad 20 000 Kč čistého). Když jsme se jich ale zeptali, jak vnímají úroveň svého příjmu vzhledem k poměrům v ČR, mnozí označili svůj příjem za průměrný, dokonce lehce podprůměrný či podprůměrný. Necelá polovina lidí s čistým příjmem mezi 25 000 Kč a 30 000 Kč považuje svůj příjem za průměrný nebo podprůměrný. Kde pramení toto zkreslené vnímání? V pouhé neznalosti statistik průměrné

mzdy? Nebo snad v lidské tendenci neustále se srovnávat s těmi, kteří jsou na tom lépe než my a zaměřovat se na to, co nám chybí, místo toho, abychom se těšili z toho, co máme? Další otázka se týkala očekávání a výhledu do budoucna u lidí s nadprůměrnými příjmy. Polovina z nich si myslí, že jejich příjem zásadně nezmění svoji výši v příštím roce. Třetina lidí je poměrně optimistická a dává si šance na alespoň nepatrný růst příjmu. Kolem 5 % lidí to vidí velmi optimisticky na významný nárůst. Pesimistické vyhlídky má pouze každý desátý. Zdá se tedy, že pozitivní myšlenky má u lidí s nadprůměrnými příjmy své místo, a lze doufat, že se jim „nakazí“ i ostatní sociální třídy. Výzkumem na cílové skupině lidí s nadprůměrnými příjmy se zabývala v prosinci 2013 společnost STEM/MARK. Výzkum byl proveden formou internetového šetření na vzorku 511 respondentů z ČR. (tz)

Jak vy osobně vnímáte úroveň vašeho příjmu vzhledem k poměrům v ČR?



Sazka: pohádková výhra 109 235 256 korun

Už po pár měsících, kdy Sazka vyplatila rekordní výhru téměř 400 milionů korun, padl další Superjackpot. Plný tiket Sportky náhodným tipem vsadil nový multimilionář v Ostravě. Sto sedmdesát korun mu tak přineslo magických téměř 110 milionů korun.

Sázející uhodl šest čísel prvního tahu, čímž získal jackpot ve výši 5 011 225 Kč a za trefené poslední číslo Šance získal nejen 20 Kč, ale i bonus ve výši 104 224 011 Kč. To vše spolu dohromady znamená, že tento sázející Sportky trefil historicky čtvrtou nejvyšší výhru v ČR ve výši 109 235 256 Kč. Plný tiket se šťastnému výherci opravdu vyplatil, vsazená částka se mu tak vrátila víc než 640tisíckrát.

Největší výhra všech dob, 399 904 705 Kč, připadla na listopad loňského roku. Těch, kteří letos vyhráli u Sazky více než milion korun, je již 24 a jen tyto noví milionáři si mezi sebe rozdělili téměř 228 milionů Kč. Neláká vás to také? Vsadit si jednou, jedenkrát? Třeba to vyjde! Adrenalin, náhoda, štěstí, shoda okolností, osud, znamení z nebe? Je jedno, jak tomu kdo říká. Určitě však stojí za pokus několik tahů propiskou, pár křížků, které přinesou výsledek. (tz, rix)



Kolekce City, design Lukáš Jabůrek

Moser

je sklo králů, značka luxusu
a **symbol důstojnosti**

Moser patří k nejstarším manufakturám v Evropě, jejichž věhlas je založen na dokonalém zvládnutí procesu ruční výroby, originálním designu a mimořádné kvalitě výrobků. Nápojové kolekce, interiérové doplňky a umělecké rytiny Moser v charakteristických barvách a osobitých tvarech patří v oblasti ruční výroby luxusního křišťálu mezi nejlepší díla na světě. Křišťál Moser svou nadčasovou uměleckou a užitnou hodnotou vytváří nezaměnitelný životní styl a je rovněž výhodnou investiční příležitostí.

Sklárna Moser je členem prestižního Comité Colbert, nejvýznamnějšího globálního spolčenství, které si klade za cíl udržet a rozvíjet tradiční rukodělnou výrobu luxusních výrobků.

Moser je jediná luxusní značka s více než stopětapadesátiletou tradicí na území České republiky. Manufakturu Moser založil v roce 1857 v Karlových Varech vynikající rytec a nadaný obchodník Ludwig Moser, jedna z nejvýraznějších osobností historie sklářské výroby v Evropě. Vznik sklárny v bezprostřední blízkosti světoznámých lázní Karlovy Vary navštěvovaných zámožnou klientelou, včetně panovnických rodin, předurčilo zaměření výroby na tuto náročnou vrstvu. V krátké době po otevření sklárny se Ludwig Moser stal císařským dvorním dodavatelem Františka Josefa I., později pak perského šáha Musaffereddina nebo anglického krále Eduarda VII. Tradice výroby luxusního křišťálu nebyla nikdy přerušena a významná klientela vyhledávající originální díla nachází v křišťálu Moser požadovanou kvalitu a důstojnost dodnes.

Luxusní křišťál Moser je používán ve významných domech a palácích panovníků, státníků

a vlád více než stopětapadesát let a je vyhledáván výjimečnými osobnostmi na celém světě. Díky této tradici je křišťál Moser právem označován jako sklo králů.

Jedinečná a ceněná umělecká díla

Značka Moser je již tradičně zárukou nejen vysoké uměleckořemeslné úrovně zpracování, ale také dobrého designu navrhovaného talentovanými výtvarníky. Sklárna se zaměřuje výhradně na výrobu křišťálu bez příměsí olova. Práce s touto sklovinou je náročná, ale bezolovnatý křišťál vyniká vysokým leskem, jiskřivostí, a zejména tvrdostí, která umožňuje detailní broušení a rytí. Pro tyto vlastnosti moserovskou sklovinu od samého počátku vyhledávají renomovaní sklářští výtvarníci. Sklárna pracuje s mušelinovým i silnostěnným sklem, ovládá techniky jemného zlcení, platinování a další náročné zušlechťovací postupy. Výzvou pro designéry je rovněž možnost pracovat s charakteristicky průzračnými moserovskými sklovinami v barvách polodrahokamů, které vynikají svou krásou a v kombinacích

Straight, design Zuzana Kubelková

vytvářejí nevsední optické efekty. Díky tvůrčí spolupráci sklářských mistrů Moseru a výtvarníků vznikají limitované kolekce a unikátní umělecká díla originálního designu oceňovaná na celé planetě.

Design Moser 2014 a jeho osobnosti

Přelom ledna a února tradičně patřil přehlídce designu, kreativity a životního stylu na mezinárodních veletrzích Maison et Objet v Paříži a Ambiente ve Frankfurtu, na kterých sklárna Moser poprvé představila novou kolekci Design Moser 2014.

„Rozvíjíme naše umění do rozmanitých podob. Spojením výjimečného nápadu, jedinečných barev skloviny a mistrovského řemesla vzniká filozofie s novou tváří a jasnou myšlenkou. Nechceme být revoluční, ale kreativní a zároveň pokorní ke stosedmapadesátileté tradici a využívat ji k novým idejím. Ve spolupráci s významnými sklářskými výtvarníky jsme tak vytvořili řadu nových kolekcí, které spojuje jedna důležitá vlastnost, a tou je variabilita. Možnost jednotlivá díla dále rozvíjet, obměňovat, stavět do jiných tvarů, a přitom držet stejnou linii a nápad. Kolekce se tak nenásilně propojily a vytvořily dokonalý celek plný křišťálové krásy, kterou vám nyní přinášíme.“ Tak charakterizoval novinky umělecký ředitel sklárny Moser a sklářský výtvarník Lukáš Jabůrek. Kolekce rozmanitých tvarů, která navíc geniálně navazuje na předešlé řady, je společným dílem osmi předních českých výtvarníků Jiřího Pelcla, Jiřího Šuhájka, Jana Čtvrtníka, Ingrid Račkové a Davida Suchopárka (studio IRDS), Jana Janeckého a Lukáše Jabůrka, ryteckých mistrů Milana Holubeka, Vladimíra Skály a Tomáše Lessera, začínajících sklářských designérů Zuzany Kubelkové, Tadeáše Podrackého a mnoha dalších mistrů sklářů, brusičů a malířů sklárny Moser.

Nová kolekce obsahuje na třicet nových vzorů, na kterých pracovali výtvarníci několika generací

Dokonale broušené a lepené vázy tvarů motýlích křídel a barev jemných přírodních odstínů patří k dílům Jiřího Šuhájka, který je považován za jednoho z nejvýznamnějších českých sklářských výtvarníků. Tvarové výjimečná kompozice šikmých ploch a ostrých linií svícnu Contour, inspirovaná naší neklidnou současností, pochází z dílny Jiřího Pelcla, renomovaného designéra a profesora VŠUP. Nejmladší generaci reprezentuje zajímavý a hravý design Tadeáše Podrackého a Zuzany Kubelkové, vítězů studentské soutěže Cena Ludwiga Mosera – vázy Towers a Straight. Osobitá umělecká vize sklárny Moser, řemeslné dovednosti jejích mistrů a invence sklářských výtvarníků společně ovládají nezkrotný živel

skloviny a zachycují jeho krásu v podobách, které posouvají umělecký design skla kupředu. „Dokonalý křišťál a barvy, precizní brus a rytina, to jsou po staletí světoznámé atributy českého skla, které lidi milují a vyžadují. Jejich očekávání však nelze jen naplňovat, je nutné je překonávat. Excelentní řemeslo samo o sobě nestačí, bez tvůrčí fantazie by bylo jako tělo bez duše. Proto sklárnu Moser chápou v kontextu České republiky jako princeps inter pares, první mezi rovnými, neboť ve svých nových kolekcích dokáže výtečně spojit tradici s aktuálními trendy, a to bez prvoplánové podobiznosti,“ připomenul PhDr. Petr Nový, hlavní kurátor Muzea skla a bižuterie v Jablonci nad Nisou.

Inspirativní podpora mladé generace sklářů

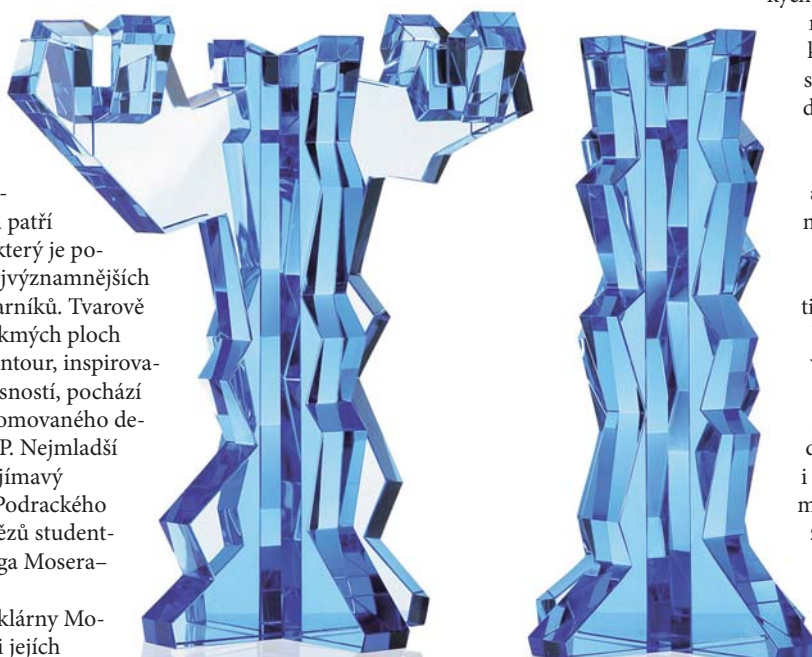
Spolupráce moserovských sklářů s mladou nastupující generací má více než stopadesátiletou tradici. Již Leo Moser, syn zakladatele sklárny, udržoval pravidelné kontakty s řadou škol uměleckopřmyslového směru doma i v zahraničí (prvním velkým mezinárodním úspěchem byly už v roce 1925 realizace studentů ateliéru prof. Vratislava H. Brunnera na výstavě dekorativních umění v Paříži). Tradici spolupráce se středními a vysokými sklářskými a uměleckopřmyslovými školami sklárna nadále rozvíjí. Studentům tato iniciativa přináší první zkušenosti se skutečným sklářským provozem a sklárně nový nekonvenční pohled na soudobý design. V roce 2011 sklárna Moser vyhlásila novou soutěž pro mladé talenty – Cena Ludwiga Mosera, pro jejíž vítěze je připravena stáž ve sklárně Moser spojená se vzorováním na huti a konzultacemi se sklářskými odborníky. Vítězným návrhem jejího 1. ročníku se stal soubor multifunkčních misek Felicia autorky Světlany Svatošové, absolventky střední průmyslové a vyšší odborné školy sklářské v Novém Boru.



Tulip, design Jan Janecký

Cenu Ludwiga Mosera 2012 v kategorii vysokých škol získal návrh dekorativních broušených váz Towers autora Tadeáše Podrackého a zvláštní ocenění získala studentka Zuzana Kubelková za návrh dekorativních váz. Cenu Ludwiga Mosera 2013 v kategorii středních škol získal Jakub Mendel za návrh váz Stratis a v kategorii vysokých škol Adéla Lakomá za set Edge. Zvláštní ocenění dostal jeden z nejmladších účastníků soutěže, Šimon Vozka, za svůj originální dekorativní set Bubbles.

Vítězné návrhy jsou ve sklárně realizovány a jsou prezentovány na prestižních mezinárodních veletrzích v Paříži, Frankfurtu, New Yorku a Atlantě. Zde díla hodnotí návštěvníci z řad odborníků i potenciálních zákazníků, což je pro mladého návrháře další nenahraditelnou zkušeností. Nejúspěšnější díla jsou zařazena do výrobního programu sklárny. Zde pak mladý tvůrce sbírá zkušenosti v důležitém vztahu designér – výrobce – zákazník. (tz, rix) ■■■



Contour, design Jiří Pelcl

www.moser-glass.com

Spořit, zhodnocovat, a hlavně lépe bydlet

ČMSS

Na těchto základech můžete stavět

Každý z nás má jiné sny, ale všichni také jeden společný: dobře a příjemně bydlet, ať již v bytě podle svých představ, nebo v rodinném domku, který nese pečeť našeho životního stylu. Ne vždy však jsou po ruce volné prostředky, ne vždy je čas zabývat se vlastním bydlením. Nicméně vyplácí se na to myslet s předstihem, uvážlivě a s vědomím, že investice do bydlení je jednou z trvalých hodnot člověka, jež v pozdějším věku přináší mnoho benefitů. Stručně jsme se k nim vrátili s PhDr. Ing. Rostislavem Trávníčkem, ředitelem komunikace Českomoravské stavební spořitelny.

I drobní investoři se učí, jak zhodnotit peníze co nejvýhodněji. Čím je dnes pro ně zajímavé právě stavební spoření?

Stavební spoření má na českém finančním trhu dlouholetou tradici. Již řadu let je osvědčeným pilířem rodinných financí jako spořicí i úvěrový nástroj. Více než čtyři pětiny obyvatel ČR považují stavební spoření za užitečný produkt a jako hlavní důvody uvádějí výhodné ukládání peněz a zajištění rodiny. V důsledku ekonomické krize klesly úrokové sazby z vkladů u běžných spořicích produktů na historické minimum. A tak i přesto, že se v minulých letech snížila státní podpora, jsou právě dnes nejlepší podmínky pro to, aby i ti, kteří tento finanční produkt nevyužívají, začali spořit. A ti, kteří jej mají, ve spoření pokračovali. Běžným bankovním spořicími produktům se vyrovná již základním úročením vkladů

a celkovou efektivní úrokovou mírou je jednoznačně předčí. A nesmíme zapomínat na hlavní roli stavebního spoření – pomáhat bydlet lépe. A proto je tady k dispozici kvalitní nabídka úvěrování s fixní úrokovou sazbou, tuto výhodu bychom jinde na trhu těžko hledali.

Řada lidí však namítne, že peníze potřebuje do bydlení dávat průběžně, a ne je vázat smluvně...

U stavebního spoření nejde jen o to, že klient výhodně spoří se státní podporou. Každý účastník nejen spoří, dobře zhodnocuje své vklady, ale současně si spořením vytváří nárok na řádný úvěr ze stavebního spoření. Čím více například členů rodiny stavební spoření využívá, tím mohou být investiční možnosti rodiny širší. A záměr, který se možná zpočátku zdál jako obtížně dosažitelný, může být realizován s více smlouvami dříve, než rodina předpokládala a než by průběžným spořením byla schopna realizovat.

Investovat do bydlení je trvalou hodnotou. Jaké přednosti má stavební spoření s Liškou?

Liška nabízí všechny typy financování bydlení dostupné na českém trhu. Jde o široké spektrum produktů, které umožňují individuální řešení potřeb.

Úvěr ze stavebního spoření pro financování nákupu nemovitosti, modernizace či rekonstrukce s těmito výhodami:

- roční úroková sazba již od 2,95 %,
- zpracování žádosti zdarma,
- úvěr je možné kdykoli bez sankce předčasně splatit.

Překlenovací úvěr umožňuje financování bydlení ve chvíli, kdy klient ještě nesplňuje podmínky pro získání řádného úvěru ze stavebního spoření, výhodou je:

- o vyšší úrokové sazby u překlenovacích úvěrů zájemce spolurozhoduje podle toho, k jaké době splatnosti se zaváže,



PhDr. Ing. Rostislav Trávníček

- sazba překlenovacích úvěrů je až do úplného splacení neměnná, s výjimkou překlenovacího úvěru TOPHYPO.

Hypoteční úvěr pro financování dalších potřeb souvisejících s bydlením:

- možnost snížení měsíčního zatížení rozložením splátek až na 40 let,
 - hypotéka bez dokládání příjmu do výše 50 % hodnoty zastavované nemovitosti
- Rizikové životní pojištění k úvěru nebo překlenovacímu úvěru:
- sjednání pojištění zdarma,
 - vedení účtu a zaslání výpisu (1x ročně) zdarma,
 - není požadována prohlídka u lékaře.

Váš úvěrový program pamatuje i na právnické osoby. Co všechno mohou využít?

ČMSS nabízí také financování staveb, rekonstrukcí, modernizací a budování infrastruktury pro právnické osoby. I právnické osoby, typu společenství vlastníků jednotek, bytová družstva, obce, mohou využívat výhod stavebního spoření, úvěrů a překlenovacích úvěrů s financováním až do 100 % hodnoty investice.

Jsem podnikatelka, která letos dosáhne důchodového věku. Mám možnost využít nějaký produkt stavebního spoření? A dosáhnu třeba za dva tři roky na nějaký menší úvěr, jehož prostřednictvím bych s dětmi rekonstruovala či vybavila rodinný domek?

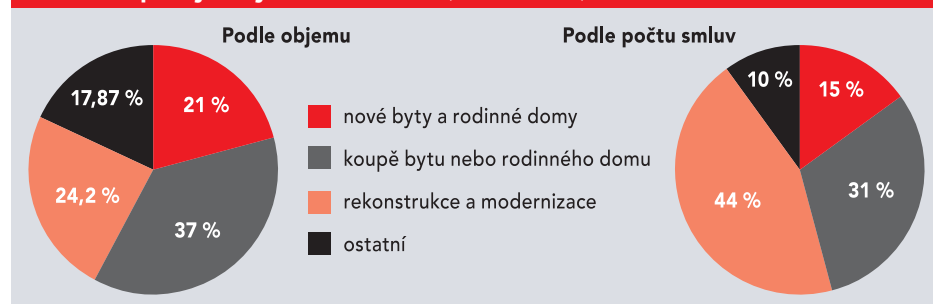
V době splacení úvěru by klient neměl být starší 70 let. Pokud by však tato situace nastala, je možné ji řešit tzv. přístupitelem k závazku právě vzhledem k věku klienta. Určitě vám rádi pomohou naši finanční poradci, kteří připraví nabídku na míru.

Ráda bych také na vlastní zahradě postavila nový rodinný dům, který bych chtěla pronajmát buď svému synovi, nebo rodině známých. Mohu na to využít produkt stavebního spoření?

Úvěrem ze stavebního spoření můžete financovat pouze vlastní nemovitost, kterou budete k bydlení využívat.

ptala se Eva Brixi

Struktura poskytnutých úvěrů ČMSS (1993–2013)



Tah štětcem jako emoce tvaru, stopa tužky jako dějiny duše i ruky



MLŽNÁ RÁNA PŘIJDOU SI, malba pigmentem plastik, kovový rám, 77 x 53 cm



LOUKA SI KÝCHLA, malba pigmentem, 30 x 40 cm

Akademická malířka Věra Krumphanzlová je velmi neposedná. Maluje a kreslí, ilustruje, vystavuje, organizuje, vypráví příběhy i pohádky, plánuje i sní, a také se hodně směje. Nakreslí cokoli na světě a namaluje i to, co svět ještě neviděl.

Její obrazy jsou zlatým deštěm, kaňkami prostoru i švestkami, které pokryly nebe. Jsou to čáry máry života, kus nitra, které nemá pokoje. Roztrhaný životopis, jenž spojuje osud umělkyně s posláním představitosti. Když mi napsala e-mail, věděla jsem, že ten bude tou pravou pozvánkou na její výstavu:

Posílám nějaké obrázky a, prosím, vyber, pokud se bude něco hodit. Je pro mne vždycky strastiplné, když mám něco vybírat jenom já. Na Vyšehradě budou obrazy, grafika a kresby. Obraz, ten největší, domalovávám a snažím se ukázat něco z poslední doby, trochu jinak, hodně barevně tedy, myslím si. Ale jinak to jistě nebude, jsem to pořád já. Posílám jen hotové věci, ty domalovávám si nechávám zatím dozrívát.

A já jen doplňuji: přijďte, podívejte se a vyberte si.

Eva Brixí



NOCI, JEŠTĚ CHVÍLI NECH MNE SNÍT,
malba na papíru, 100 x 70 cm



Galerie nad Libušinou lázní
a **Věra Krumphanzlová**
si vás dovolují pozvat na vernisáž výstavy
13.5.2014 v 17:30

Výstavu zahájí
Jiří Tuší
houslový virtuos
Jaroslav Svěcený
herečka
Eva Příbylová



PROSPERITA

fresh
TIME .cz

Madame
BUSINESS .cz



Gastro 4u s.r.o.

V pevnosti 159/5b, Praha 21, tel: 241 410 348, info@praha-vysehrad.cz

Výstava probíhá
14.5.2014 - 1.6.2014
otevřeno denně: 9:30 - 17:00

Způsob, jak klienty zbavit papírů: Banka zavádí **biometrické podpisy**

GE Money Bank nahrazuje papírové dokumenty moderními Signpady, které zaznamenají podpisy klientů v biometrické podobě. Banka zavádí tuto technologii jako první finanční instituce v Česku. Do konce roku 2014 budou zařízení na snímání podpisů k dispozici na všech pobočkách GE Money Bank v Česku. Zákazníci tak z banky nebudou odcházet s deskami plnými papírů, ale všechny dokumenty v plném znění, včetně dodatků, najdou kdykoliv on-line ve své Internet Bance.

„Zavedení biometrických podpisů považujeme za jednu z nejzásadnějších proklientských inovací v současném českém bankovníctví. Všechny smlouvy budeme nově ukládat do zabezpečeného archivu, kde jsou zákazníkům kdykoliv k dispozici,“ řekl Štěpán Pittauer, projektový manažer GE Money Bank. „Každý sedmý klient musel kvůli ztrátě smlouvy žádat o její kopii. To bude brzy minulostí, protože všechny dokumenty najdou zákazníci během pár kliknutí v Internet Bance,“ dodal. Doslova nekonečné prohledávání šuplíků a složek se starými dokumenty se tak klientů GE Money Bank brzy přestane týkat.

Další velkou výhodou Signpadů je, že dokáží klienty rozpoznat bez ohledu na jejich aktuální rukopis. Až 60 % zákazníků má totiž podle průzkumů problém napodobit svůj podpisový vzor. „Signpady zaznamenávají kromě grafické podoby podpisu i další parametry, například tlak na podložku, rychlost, směr tahu, akceleraci i úhel podpisu klienta, a zvyšují tak pravděpodobnost shody s podpisovým vzorem,“ doplnil Štěpán Pittauer.

Vytvoření biometrického podpisového vzoru je velmi jednoduché, stačí navštívit pobočku banky vybavenou Signpadem. Pro správné vyhodnocení a uložení potřebných biometrických údajů se na něm klienti šestkrát podepíší. Biometrický podpis zajistí, že banka své zákazníky snadněji identifikuje a zároveň jim zajistí maximální bezpečnost. Napodobit standardní biometrický podpisový vzor je prakticky nemožné.

„Data jsou ihned po nasnímání v Signpadu zašifrována, zajištěna kvalitativním systémovým certifikátem a opatřena časovým razítkem, které zabrání jakékoliv změně integrity dokumentu v budoucnosti,“ vysvětlil Štěpán Pittauer.

Elektronické smlouvy s biometrickými podpisy jsou uloženy v zabezpečeném archivu. Každý biometricky podepsaný dokument je jedinečný a obsahuje unikátní informace, které znemožňují jeho změnu nebo zneužití. Podpis nelze použít na jiném dokumentu, protože by se neshodovala časová razítka podpisu a dokumentu. Velkou výhodou biometrického podpisu je i to, že má neomezenou dobu platnosti a není třeba jej obnovovat.

O nasnímání biometrického podpisového vzoru mohou klienti GE Money Bank v současnosti požádat na obchodním místě Černý Most – Kučerova 767/16 v Praze. Do konce roku 2014 nabídnou tuto novou službu všechny pobočky GE Money Bank v České republice.

(tz)



INZERCE

**media[®]
know**

INTERNETOVÝ MARKETING

PPC kampaně

sociální sítě

optimalizace pro vyhledávače

zpracování internetových stránek na klíč

správa webových prezentací

grafické práce / vizuální identita

www.mediaknow.cz



Ven z krabice!

aneb Přeladte myšlenky a dívejte se jinak

Hodně jsem se nasmála tomu, co člověk dokáže připravit, vyrobit, komunikovat, jakými nesmysly se někdy musíme zabývat, kolik absurdit nás obklopuje a podmiňuje to či ono, a jak k tomu všichni tak nějak neviditelně přispíváme. Zúčastnila jsem se totiž zajímavého setkání, dalšího z cyklu Ven z krabice!, které uspořádala v březnu v Praze společnost Everesta, s. r. o. Cílem bylo podnítit podnikatele a manažery prostřednictvím až neuvěřitelných příkladů z praxe k jinému pohledu na věci kolem nich a připomenout úlohu zdravého selského rozumu. Naladit k inovativnímu a kreativnímu přístupu při řešení situací, do nichž se lidé v businessu dostávají.

Osobnosti, které vystupovaly, se tomu snažily jít naproti: Mgr. Vladimír Kořen, starosta města Říčany, Roman Vaněk, zakladatel Pražského kulinářského institutu, Petr Hora Hořejš, spisovatel a historik, Miloš Čermák, novinář a spisovatel, Ing. Iva Sehnalová, spolujatelka společnosti Everesta a Radomil Bábek, generální ředitel a spolujatel společnosti Everesta. Na jeho email jsem posléze poslala několik otázek:

Návrat k selskému rozumu byl název páté konference z cyklu Ven z krabice!, kterou jste v březnu uspořádali v Praze. Pojmenování jistě nebylo náhodné – jiný pohled na business a lidi v něm. Chtěli jste trochu provokovat?

Název konference skutečně není vybrán náhodně. Značka, pod kterou konference pořádáme, je Ven z krabice! Dáváme podnikatelům a manažerům možnost opustit na jeden den „krabici“ všedních starostí a myšlení a nabízíme podněty, jak se na věci dívat jinak, uvolněně, bez omezení. Tituly jednotlivých konferencí pak jistě mají trochu provokovat, ale především mají naši mysl obrátit

k podstatným, možná trochu opomíjeným jevům. Proto Návrat k selskému rozumu.

Podnikatelé by si jistě zasloužili více společenského uznání než důtky byrokracie a zdržující administrativy, alespoň tak jste to naznačil ve svém vystoupení...



Radomil Bábek

Podnikatelé si zaslouží uznání, protože jsou těmi, kdo nesou svou kůži na trh. Jsou to lidé, kteří stojí na vlastních nohách, vytvářejí hodnoty a práci pro další lidi. Jistě se najdou nepoctiví podnikatelé, jako existují i nepoctiví občané, úředníci či politici. Jsem však přesvědčen, že podnikatelské prostředí v České republice je zdravé a celkem kultivované.

Jsem přesvědčen, že podnikání je v člověku geneticky zakódováno. A protože k podnikání potřebujete, kromě jiné výbavy, také optimizmus, ambice a odvahu, je mezi podnikateli velmi málo ukňouraných a nešťastných lidí.

Váš příspěvek se jmenoval Sedlák bez vrchnosti. Chtěl jste tím naznačit, že podnikatel nepotřebuje stovku drábů a regulátorů k tomu, aby mohl přinášet hodnoty, zaměstnávat lidi a investovat zisk?

Nejen naznačit, říkám to zcela přímo. Čím méně „vrchnosti“, čím méně předpisů, nařízení, pokynů či vyhlášek, tím lépe. Jenže to je typický střet zájmů: Podnikatel potřebuje volnost, málo pravidel, jasné a předvídatelné prostředí. Úředníci, různé neziskovky a podobná minoritní seskupení potřebují produkovat a prosa-

zovat co nejvíce pravidel. Tím totiž opravňují svou existenci.

Znamená to, že bychom měli všichni více přemýšlet nad podstatou věci, skutků, než se tomu děje dosud? Držet se prostě logiky? Nehrát si na borce, kteří se topí v něčem, co se vlastně ani nedá pojmenovat?

Vy jste to v otázce pojmenovala velmi výstižně. Ano, to by nám jistě prospělo. Zdravý selský rozum je způsob myšlení, který bychom měli v běžném životě a v jednoduchých situacích více uplatňovat.

Je asi pod lidskou a podnikatelskou důstojností práť se stále s různými omezeními, předpisy předpisů, v nichž se člověk i firma ztrácí namísto toho, aby se věnovali své práci. Jak to vnímáte?

Máte pravdu, navíc na to nemají podnikatelé čas. Na druhou stranu, když se neustálým bobtnáním různých předpisů a omezení nedáme vůbec zabývat, tak nás umožní.

Ostatně konference jistě inspirovala účastníky právě k tomu, aby si uvědomili, jaké „pitomosti“ všichni děláme jen proto, že jsme třeba nedůslední, plýtváme časem a šetříme na nesprávném místě...

Pokud naše konference opravdu posluchače inspirovala k alespoň trochu jinému přístupu či způsobu myšlení, pak bych byl velice spokojen. Neumím však odhadnout, jak často se to děje, na to by dokázali odpovědět jen naši hosté.

Vyozorovala jsem, že nenávidíte žabomyšší války, které tvořivě lidi okrádají o čas i smysl života. Máte recept na to, jak se nenechat „otrávit“ a podnikat zvesela dál?

Jsem přesvědčen, že podnikání je v člověku geneticky zakódováno. A protože k podnikání potřebujete kromě jiné výbavy také optimizmus, ambice a odvahu, je mezi podnikateli velmi málo ukňouraných a nešťastných lidí. A recept, jak se nenechat otrávit? Asi je dobré si vždy uvědomit, že to, co prožíváme teď, pomine. A nabízím Masarykovo „nebát se a nekrást“. To obojí je pro duševní rovnováhu skvělé.

ptala se Eva Brixl

Perníkový apríl, perníkový párek



Netušila bych, co všechno může být perníkové.

Srdce, zajíc, kraslice, čuník, láhev rumu, kočár s koňmi, svícen. Židle i soudek piva. Ale také třeba kadibudka. Ano, věřte nevěřte, i starý venkovský záchod může být z perníku. Fantazie a přání zákazníků jsou nekonečné, a to je dobře. Jarmila Janurová, zakladatelka a spolumajitelka firmy JaJa Pardubice s.r.o. mne pohostila vyprávěním, které si nemohu nechat jen pro sebe.

K představě perníčku se váže hlavně slovo láska. Perníkové srdce z lásky má místo v české gastronomii, patří k nakupování dárků, má spojitost s regionální turistikou. Ne každý ví, že úloha perníku je také v tom, aby lidem přinášel kromě radosti trochu veselí.

A také štěstí a chuťový zážitek. Má rovněž určitou symboliku určenou nápisem (mamince, z lásky, miluji Tě). Medový perníček do srdce chodníček – to je prastaré pořekadlo, které platí i dnes.

Duben je měsíc aprílový, tedy pověstný tím, že je takové nejen počasí, ale i člověčí šprýmy. Vzpomenete si, nad jakými perníky se vaši zákazníci hodně nasmáli? Nebo jak originální požadavek klienta jste dostali?

Z cukrářské hmoty jsme vyrobili jitrnice, které byly tak věrné, že se manžel jedné z pracovnic nechal nachytat. Jako správný gurmán po zjištění, že na něj v lednici čekají jitrnice, si nachystal prkénko na krájení, nůž, chleba a papriky. Chuťové buňky byly ve správné adrenalinové pozici. Jaké však přišlo překvapení! Žádné zabíjačkové pochoutky, žádné pravé jitrničky! Cukrářský originál!

Výrobky připomínající studenou kuchyni, chlebičky, bagety a podobné napodobeniny bývají často předmětem smíchu. Stejně tak pobaví ty s erotickou tematikou. K tomu jsou především. Přání klientů bývá různé. Například ledvina jako orgán ve zvětšené velikosti i s cévami v barvách, že i lékaři se velmi obdivovali. Byl to dárek uzdraveného klienta doktorskému kolektivu. Jindy je to piano, plastické auto, zvířata, nač si jen vzpomenete.

Perníkových tvarů vzešlo z vaší fantazie nepočít. Jsou to nejen umělecká díla v podobě náměstíček, kostelů, betlémů či nádraží, ale také obyčejné perníčky pro pobavení, jako firemní dárky, propagační předměty. Vzpomenete na některé ty jarní?

Na jaře to bývají čarodějnice, berušky, krtečci, ale i svatební motivy. Perníčky totiž pečeme a zdobíme také na hostiny svatebčanů, rozdávají se hostům jako praktická výslužka.



Ne náhodou jsme vybrali fotografii pověstných domečků, aby čtenář viděl, že humor je firmě JaJa Pardubice vlastní...

Přání zákazníka je posvátné a pokud dostaneme zadání připravit právě třeba perníkové kadibudky, snažíme se i takového úkolu zhostit se ctí. A nezástírám, že i my se u toho dobře pobavíme.

Jaké propagační předměty z perníku jsou dnes módní?

Po mnoha letech zůstávají žádané perníčky ve tvaru srdíčka, podkovičky, číslice k výročí, pohádkové postavíčky, zmíněné svatební motivy. Velmi oblíbené jsou perníkové dezerty i perníkové minidezerty. Efektivně a slavnostně působí perníkové minidezerty v různém počtu vložené do kazet převázaných stužkou. Mají mnohé využití – dárek pro radost, rychlé pohoštění ke kávě, obohacení tabulí při různých slavnostních příležitostech.

připravila Eva Brixí



Mezinárodní štěstí: stírací losy překračují hranice

Už jste zažili ten nepřekonatelný pocit, tu chuť si koupit los nebo si vsadit? Já tedy ano, a musím potvrdit, že je to určitě větší pokušení než vnuknutí dát si pikantní kus masa ve vyhlášení restauraci nebo oddat se lenošení na sluníčku, když víte, co vás ještě dnes čeká za hrůzy a termíny. Vyhraji? Nevyhraji? Naděje umírá poslední, to ano. A právě ta naděje, ta nepředpokladatelnost, nejistota verzus přání, aby to dobře dopadlo, jsou strůjci laškovného adrenalinu, jemuž vděčíme za rozptýlení, chvíle napětí i sny o tom, co bychom a s jakým bohatstvím nakonec udělali.

Zkrátka hozená rukavice štěstí, které by mohlo následovat, se nedá ničím nahradit. Emoce očekávání jsou silné, možná proto, že existují pouze dvě možnosti: ano, či ne. Neumím odhadnout, nakolik je touha a přání v konfliktu s možným, ale ať je to, jak je to, losy

Abyste vůbec mohla taková spolupráce navázat, musely se překonat nejen hranice jazykové, spojit síly různých společností, vyjít vstříc odlišným hráčským zvykům, ale bylo třeba se vyrovnat i s různou legislativou.

„Nejlepší oblastí pro experimenty jsou právě losy, protože nabízejí příležitost vybrat různé herní systémy, materiál, design a barvy. Losy patří mezi naše nejoblíbenější hry, a proto nás těší, že můžeme touto unikátní hrou naše portfolio rozšířit,“ sdělil generální ředitel

maďarské státní loterie Szerencsejáték Zrt. Kalmán Szentpétery. Všechny losy mají velmi podobný design, podobné výherní částky a stejnou strukturu hry, každý má ale svůj fond pro výplatu výher, které se v jednotlivých zemích liší.

Český los se bude prodávat za 50 korun a hlavní výhrou bude 4 x 1 000 000 korun. Nabídne dvě hry a jednu bonusovou o čtyři VIP zájezdy za 100 000 korun.

„Velká čtyřka je historicky první stírací los, který byl vytvořen na mezinárodní platformě v úzké spolupráci se zeměmi V4, což mu dává úplně novou dimenzi a mezinárodní kredit,“ komentoval nový produkt Ladislav Křiška, generální ředitel slovenského Tiposu.

„Tohle je zlomový okamžik v historii loterií. Věřím, že nezůstane u symboliky boření hranic, ale že to bude silným impulzem i pro další spolupráci,“ zmínil Wojciech

SAZKA sázková kancelář, a. s., provozuje největší a nejstarší loterijní společnost v České republice s cca 95% tržním podílem. Hlavními loterijními produkty společnosti jsou číselné loterie s nejnámější hrou Sportka. Kromě číselných loterií jsou v produktové nabídce stírací losy, sportovní kurzové sázky a rychloobrátkové hry. Druhým pilířem jsou neloterní produkty, kde stěžejní postavení zaujímá dobíjení mobilních telefonů, prodej vstupenek a zprostředkování plateb za služby a zboží. Své produkty poskytuje SAZKA sázková kancelář, a. s., hlavně prostřednictvím unikátní sítě téměř 6900 prodejních míst po celé České republice. Vlastníkem je nadnárodní investiční skupina KKCG, působící v jedenácti zemích na čtyřech kontinentech.

více na www.sazka.cz a www.kkcg.eu

Szpil, šéf polské společnosti Totalizator Sportowy.

Celkem se do mezinárodního projektu zapojilo přes 20 lidí a připravovali ho 16 měsíců. Během této doby si vyměnili přes 500 e-mailů a sešli se na více než 50 konferenčních hodinách.

s využitím tiskové zprávy připravila Eva Brixí ■■■



jsou neodolatelným nástrojem pro pokus něco zkusit, změnit, polechtat osud na citlivém místě. Nahrávkou nám nedočkavým budiž projekt, který připravila nejstarší a největší loterijní společnost u nás. Velká čtyřka, to je název nového losu, který začala SAZKA spolu s dalšími třemi loterními společnostmi ze země Višegrádské čtyřky vydávat koncem března. Čtyři loterní společnosti, tuzemská SAZKA sázková kancelář, polský Totalizator Sportowy, slovenský Tipos a maďarský Szerencsejáték Zrt., se inspirovaly dobrými vztahy v rámci členství v Asociaci Evropských loterií a rozhodly se přijít s unikátním projektem, a dopřát tak víc než 64 milionům lidí všech zemí stejný herní zážitek, který boří hranice.

„Jsem velmi rád, že se nám podařilo úspěšně odstartovat spolupráci se zeměmi, se kterými se dělíme o historické kořeny i kulturní tradice,“ řekl ke spolupráci Robert Chvátal, generální ředitel Sazky.



Muž, který ví, co chce



Kdo se do humoru nutit nemusí

Duben je měsícem aprílovým. Vztah Čechů k legráckám je pověstný. A to je dobře. Jaký by byl život bez humoru? Jaké by to bylo, kdyby člověk za celý den nepotkal nikoho, kdo by se neusmál? Asi hodně smutné, sama musím přiznat, že takový den jsem ještě neprožila. Snažím se

kouzlit úsměv i pro maličkosti, a nejen proto, že smích léčí a dobrá mysl je základ úspěchu. Snažím se nikoho nenaštvát, není proč.

A osobně se mne dotýká, když se na sebe lidi nasupeně šklebí, už ze zásady domnívají se, že si tím dodají sebevědomí a důležitosti, že budou vypadat důstojněji a že si jich okolí bude více vážit. Opak je pravdou. Směšni jsou jedinci, kteří si hrají na to, že jsou někdo.

Váží si lidí prostých, srdečných, slušných i ochotných, hodně těch veselých. Jsou to ti, kteří mají srdce i rozum na pravém místě a sebevědomí si nemusí natřásat různými trapnými podmačenými benefity. Ten, kdo rozumí sám sobě a má rád ostatní, se do humoru nutit nemusí. Žertuje mu to samo a jeho povahový rys vypovídá sám o sobě více než dlouhý životopis.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Lovci softwarového pirátství

Protipirátská organizace BSA | The Software Alliance se nyní snaží ke zrádnému konci dovést a uzavřít desítky případů softwarového pirátství zjištěných na základě Programu placeného odhalování softwarového pirátství, který je k dispozici on-line přes www.SoftwareLegalne.cz.

Program za informace vedoucí k usvědčení pirátů slibuje oznamovateli vyplatit 10 % z uhrazené náhrady škody. BSA od startu programu získává několik oznámení týdně. Policie na základě informací od „lovců“ pirátů zasáhla v desítkách firem. „Dosaadní výši potenciálních škod odhadujeme na 8–15 milionů korun. Zmínované případy jsou v různé fázi zpracování, některé se blíží ke svému konci. První odměny za odhalení pirátství vyplatíme do léta, půjde řádově o statisíce korun,“ bilancoval Jan Hlaváč, zástupce protipirátské organizace BSA. Přistížené firmy většinou podnikají v oblasti služeb, designu, inženýrství a architektury. Nejčastěji se pirátsky užívá kancelářský software a operační systémy (výrobce Microsoft), grafické a návrhářské programy (Adobe), CAD aplikace (Autodesk) či utility, například antivirové systémy (Symantec). BSA registruje nejvíce případů pirátství ve firmách, v nichž pracuje deset až sto zaměstnanců.

Podle poslední analýzy se v Česku užívá pirátsky 35 % softwaru a softwarové firmy tím přicházejí ročně o tržby v hodnotě 3,8 miliardy korun. BSA si od motivačního programu slibuje odhalení velkých případů pirátství. Odměny totiž motivují k vyhledávání firem s velkým legalizačním potenciálem, nikoli jen malých případů. „Zajímají nás všechna odvětví a nejen velké firmy. I malá firma může užívat nelegální software za miliony korun,“ vysvětlil Jan Hlaváč. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, duben 2014

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: Eva Brixí, e-mail: brixie@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@prosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: H.R.G., spol. s r. o., Distribuce: 5 P Agency

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

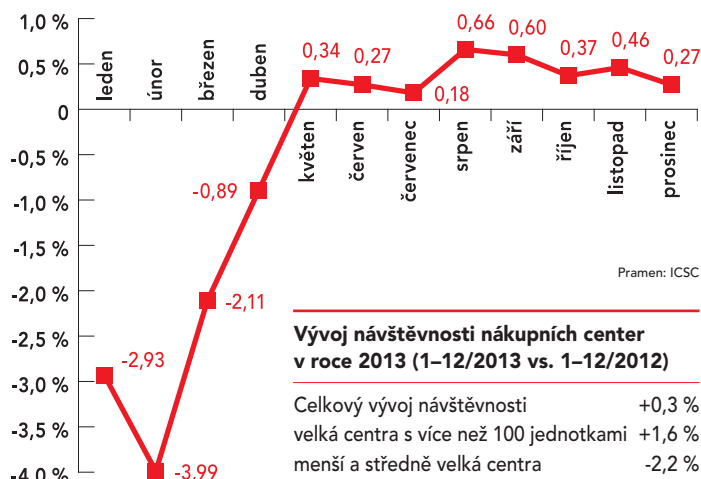
Návštěvnost nákupních center loni mírně rostla

Návštěvnost českých obchodních center v roce 2013 vzrostla oproti předchozímu roku o 0,3 %. Značný podíl na tomto výsledku měla především větší nákupní centra s více než sto jednotkami, jejichž návštěvnost se zvýšila o 1,6 %. Vydařený rok hlásí i centra pražská, která si polepšila o celá 3 %. Přinesl to nově zveřejněný Index návštěvnosti nákupních center vydávaný Českým výborem Mezinárodní asociace nákupních center (ICSC) pokrývající výsledky více než poloviny obchodních center v ČR.

Zatímco v roce 2012 zavítalo do nákupních center meziročně o 1,3 % méně návštěvníků než v roce předešlém, rok 2013 vrátil návštěvníky zpět do nákupních center a vykázal mírný růst o 0,3 %. Obdobím, které přitáhlo meziročně nejvíce návštěvníků, se stala jarní sezona, která přinesla obrat v novoročním propadu návštěvnosti a zahájila postupný růst v březnu (+1,4 %) a dubnu (+2,9 %) kulminující v květnu nejvyšším meziročním nárůstem (+5,4 %). Přestože se skvělé jarní výsledky podařilo zopakovat již pouze v srpnu (+4,1 %), kumulativní meziroční růst návštěvnosti se udržel na kladných procentech až do konce roku. Jan Kubíček, předseda českého výboru ICSC k tomu poznamenal: „Celkové výsledky našeho indexu za rok 2013 ukazují, že postupný meziroční růst návštěvnosti obchodních center byl předzvěstí celkového ekonomického oživení v závěru roku 2013. Pokud se letos po loňské stagnaci opět zvedne spotřeba českých domácností, lze předpokládat, že se to kladně projeví i v návštěvnosti obchodních center.“

Zajímavý trend, který lze vysledovat již od spuštění indexu ICSC, potvrdily také výsledky návštěvnosti ze závěru roku – větší nákupní centra s více než 100 jednotkami přitahují meziročně více návštěvníků než ta menší. V souhrnných číslech za celý uplynulý rok tak tato centra rostla o 1,6 % v porovnání s meziročním poklesem návštěvnosti center menších (-2,2 %). Obdobně se pak lépe dařilo i centrům pražským, která meziročně přilákala o 3,0 % více návštěvníků než centra moravská (-3,1 %). Index návštěvnosti nákupních center vydává ICSC ve spolupráci s auditorskou společností PricewaterhouseCoopers. V první fázi bylo součástí projektu 16 významných nákupních center, které představovaly 30 % trhu. V současnosti je do sběru dat zapojeno 27 nákupních center z celé České republiky reprezentujících již více jak polovinu trhu. ICSC je celosvětová nezisková organizace sdružující 60 000 profesionálů z 90 zemí světa zahrnující odvětví nákupních center, a to jak ze strany investorů, developerů, tak i z řad nájemců a poradenských a servisních organizací. V České republice je ICSC reprezentována českým výborem, jehož úkolem je podpora oborové diskuze i profesního růstu, a především zvyšování povědomí o tomto významném odvětví, které výrazně ovlivňuje českou ekonomiku a lokální zaměstnanost. (tz)

Kumulativní vývoj návštěvnosti nákupních center v r. 2013 (ve srovnání se stejným měsícem předchozího roku)



Otevřený prostor, vyspělé IT i dětský koutek

TO JE POBOČKA ČSOB NOVÉ GENERACE

Jak za klientem? Nejen novými produkty, ale také například zvyšováním komfortu služeb, hledáním toho, co je zákazníkovi nejpříjemnější. Významným prvkem, který emočně ovlivňuje vnímání člověka, jsou vhodné informace zabalené do pěkného designu. Nejen na to vsadili v ČSOB. Nový koncept poskytování služeb, příjemné prostředí s nadčasovým designem a pokročilé technologie – to jsou hlavní pilíře proměny stávajících poboček ČSOB.

První takovou mohou klienti navštívit v Sokolovské ulici v Praze. Typický je pro ni otevřený prostor bez fixních pracovišť, samoobslužné systémy a maximální důraz na poradenství. Poprvé je zde použita inovativní marketingová komunikace, kdy jsou tištěné materiály nahrazeny promítáním na zeď a fólii a LCD obrazovkami. Jedním z důležitých aspektů proměny na pobočce nové generace je i úspora investičních a provozních nákladů. „Služby poboček jsou pro klienty vedle internetového bankovníctví a dalších distribučních kanálů důležitou alternativou. Očekávají však

servis na ještě vyšší úrovni než dřív, odpovídající požadavkům 21. století. Role a postavení poboček se tak zásadně mění,“ vysvětlil Marek Ditz, člen představenstva ČSOB a vrchní ředitel pro oblast Vztahy s klienty a dodal: „Klienti na pobočce požadují především poradenství a partnerský vztah neoddelitelný přepážkou. To vše se naším novým konceptem snažíme nabídnout.“

Na pobočce nové generace tak nejsou fixní pracoviště. „Bankéř může klienta obsluhovat kdekoli podle toho, jakou službu vyžaduje, a to jak v otevřené hale, tak v diskretních jednacích místnostech. Ve vstupním prostoru, který je oddělen od samotné banky, se jako v jediném pracuje s hotovostí. Tato část pobočky funguje 24 hodin, 7 dní v týdnu,“ řekl Ladislav Čížma, ředitel nově otevřené pobočky. K dispozici je standardní dotykový bankomat pro výběry a bankomat pro vklady a výběry. Lidé zde mohou využít tlačítka Help pro případ, že by potřebovali poradit s obsluhou. V této části je také 24/7 přístupná dotyková obrazovka, kde si lze prohlédnout webové stránky ČSOB, včetně produktových kalkulaček a domluvit si schůzku s pracovníkem banky. Důraz je kladen především na samoobslužný systém, což vychází právě z požadavků klientů.

Směrem do prostoru banky se zvyšuje míra soukromí. Pobočka je vybavena vizuální navigací. Na uvítacím totemu si mohou klienti vybrat, na kterého bankéře se chtějí obrátit. Otevřená hala se dělí na čtyři části. V první se návštěvník může posadit do pohodlného křesla, občerstvit se a využít tablet či notebook a wi-fi připojení. Na LCD obrazovkách může sledovat informace z ČSOB či zprávy na ČT24. S touto zónou se prolíná poradenská část, kde je umístěna dotyková obrazovka s obecnými informacemi o produktech a službách ČSOB, včetně produktových kalkulaček.



Ze slavnostního otevření pobočky ČSOB: Marek Ditz, člen představenstva a vrchní ředitel pro oblast Vztahy s klienty (vpravo) spolu s ředitelem pobočky Ladislavem Čížmou (vlevo) zahajují provoz nového pracoviště přestřižením pásky. Uprostřed Alice Špitálníková, manažerka útvaru Rozvoj pobočkové sítě ČSOB.

Dvouúrovňový pult, který se nachází v další části hlavní haly, slouží pro zodpovězení dotazů na běžné finanční produkty, vydání platebních karet nebo převzetí platebních příkazů. Poslední je diskretní zóna, kterou tvoří dvě místnosti. První z nich je méně formální a je určena především ke zjištění konkrétních potřeb klienta. Tomu je nízkým stolem a pohodlnými křesly přizpůsoben i prostor.

K uzavření a dokončení obchodu pak slouží jednací místnost. „V případě dotazů na speciální služby je v obou prostorech k dispozici produktový specialista – videobankéř, s nímž mohou zájemci společně se svým bankovním poradcem komunikovat přes internet,“ dodal Ladislav Čížma.

Pobočka bude sloužit i pro akce pořádané v okolí nebo neziskovými organizacemi, jako jsou vernisáže chráněných dílen. Koncept nezapomíná ani na nejmenší návštěvníky – děti, které mohou využít dětského koutku.

(rix,tz)



FIAT FREEMONT

Fiat s



OD ZÁKLADU SKVĚLE VYBAVENÝ!



V ZÁKLADNÍ VÝBAVĚ JIŽ ZA **524 900 Kč**:

- Automatická převodovka
- Rádio s MP3 a s dotykovým displejem
- Automatická 3zónová klimatizace
- 7 míst
- Kola z lehkých slitin

**FIAT 5 LET
ZÁRUKA**

Fiat Freemont 2,4 16v 170 k 4x2 Plus. Kombinovaná spotřeba: 9,0 l/100 km. Emise CO₂: 210 g/km.



www.fiat.cz

**AUTOCENTRUM
DOJÁČEK
SRO**

Vršovická 70, Praha 10, tel.: 272 735 233
U Seřadiště 7, Praha 10, tel.: 267 216 315
Kolbenova 31, Praha 9, tel.: 281 863 200

fiat.dojacek.cz