

říjen 2015

**fresh**<sup>®</sup>  
**TIME**  
PROSPERITA

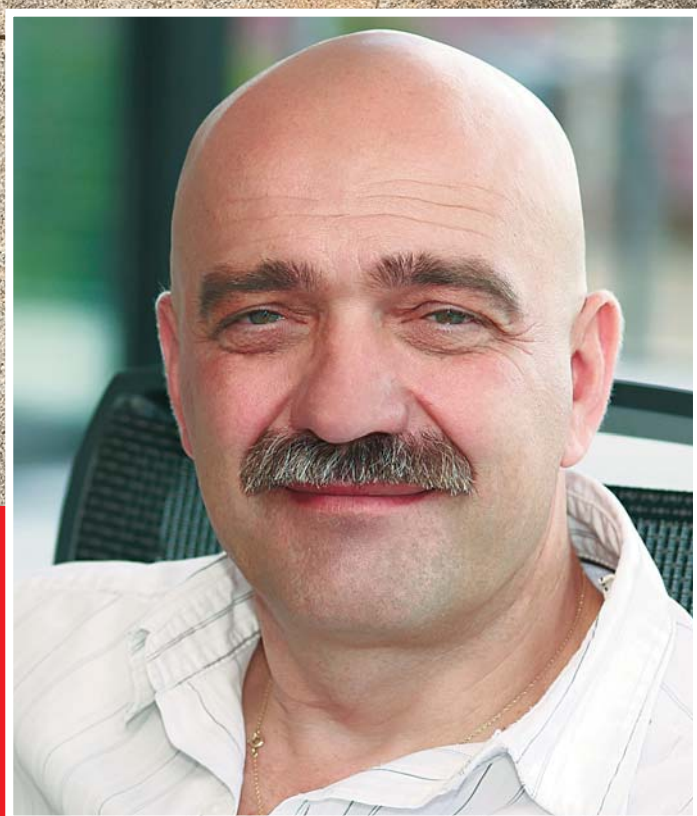
Osobnosti tohoto vydání:

Tomáš Březina

Evžen Reitschläger

Jan Novák

Jan Sedláček



## Tomáš Březina

Nikdo mně nezávidí,  
všichni mě mají rádi

rozhovor na stranách 2–4

# Nikdo mně nezávidí, všichni mě mají rádi

foto Miroslav Martinovský



Ing. Tomáš Březina

Rozhovory mívají zpravidla úvod do děje, odborně mu říkáme my, novináři, perex. Ten by měl být návnadou do čtení dalších řádků, startem tryskáče, který obejmě půl zeměkoule. Perexy píši nesmírně ráda, protože tak mám možnost vyjádřit trochu svých názorů na osobnost, jíž se ptám na všechno možné, a trochu emocí, protože tu osobnost zpravidla nesmírně ctím. Intuice mi však tentokrát říká, ať mlčím. A já na ni dám. Rozhovor, který jsme s Ing. Tomášem Březinou připravili, žádná má slova nepotřebuje. Je takřka nemožné správně vyjádřit, co všechno pro mne následující odpovědi znamenají. Asi štěstí: na pár stránkách kousek ekonomie, zkušeností, poučení, inspirace i nadšení a životní energie. A pravda. Kdo vám to dnes nabídne? Takže – podnikatel, zakladatel a vlastník firmy BEST, a.s. Tomáš Březina:

**Značka BEST je hodna svého jména. Je stále zářivější a úspěšnější. Jaký je v tom fígl?**

Moc vám děkuji za vaše hodnocení, strašně si ho vážím. A v každém případě to chápu tak, že na světě jsou minimálně dva lidé, kteří si myslí totéž. Kromě mě i vás...

Žádný zázračný recept neexistuje, a již vůbec ne nějaký fígl. Pouze práce. Usilovná a trvalá, denní. Od velkých rozhodnutí a věcí, až po maličkosti a detaily.

Musíme beze zbytku plnit čtyři klíčové činnosti: myslet, vědět, umět, dělat. Zejména poslední činnost je však krajně neoblíbená. Mám tím na mysli fakt, že za „dělání“ nelze považovat nekonečné žvanění nebo razení se (od slova porada), byť se odehrává celé dopoledne, a to dokonce pomocí velmi moderní videokonference...

**Pomáhá vám růst konkurence? Žene vás dál? Někteří podnikatelé tvrdí, že konkurenci vůbec neberou v úvahu, že je to tak lepší...**

Šťastní podnikatelé, kteří mohou nevnímat konkurenci a jít svou cestou. Jestli jsou úspěšní, pak nepochybně mají velké a oprávněné sebevědomí a skutečně zdravé konkurenční prostředí. Nepochybně do této kategorie patří např. oblasti tzv. nové ekonomiky, prudce rostoucí sektory ekonomiky.

My jsme však součástí tzv. staré ekonomiky. Výroba stavebních hmot, nic překvapivého. Náš úspěch je, a musí být, založen zejména na faktech, že známé a ověřené činnosti děláme



lépe, kvalitněji, rychleji a levněji než konkurence. Samozřejmě, že inovujeme, snažíme se inovovat nejvíce v našem sektoru, ale z technické a technologické definice oboru nemůže jít o skokové technologické revoluce.

Současně zijeme v době a v ekonomickém prostoru, které jsou zcela zničeny dotacemi, ekonomickými pobídkami, rotačkami, které masivně tisknou nové

peníze, jež se pak banky snaží natlačit na trh, aby samy žily... V našem oboru učebnicová, čistá konkurence a soutěž neexistují. Jak lze „soutěžit“ s někým, kdo obdržel masivní dotaci na stejnou technologii, kterou provozujete vy, ale kterou jste vy bezzbytku zaplatila ze svých prostředků? My musíme vše sledovat a vyhodnocovat, pak dle reálného stavu oboru jednat. Nestěžuji si však. Celých 25 let od vzniku oboru, který jsme v Česku založili, jsme národním lídrem a nevidím důvod tuto skutečnost měnit.

**Trend doby – společenská odpovědnost a udržitelnost. Soudě podle vašeho vztahu k ekologii vám není jedno, jak se co děje, jak se hospodaří s dary země. Ostatně tvrdíte, že každý kousek betonu snese i kousek zeleně. Jak vnímáte zmíněné pojmy?**

Vážně, odpovědně, s orientací na skutečný výsledek a smysl. Nejsem kavárenský povaleč nebo politický rétor, který za podstatné považuje vyprávění o problému, nikoliv jeho faktické

řešení. Navíc mám, na rozdíl od rétorů, skutečnou osobní odpovědnost za životní existenci tisíců lidí.

Všechny naše fabriky jsou vytápěny tepelnými čerpadly, povrchová voda ze zpevněných

ploch se řízeně vsakuje zpátky do půdy, odkanalizování a čištění sociálních vod je řešeno v biologických čističkách, které vyčištěnou vodu opět vsakují do podloží.

Nemáme žádný špinavý tovární komín, ani zamořující chemii. Máme před fabrikami zhruba hektarová okrasná a stavebně návodná Archcentra, která jsou plná zeleně...

Takto mám postaven i svůj rodinný dům. V životě jsem se však nepřivázel řetězem ke stromu v nějakém CHKO, ani netrávil noc za doprovodu televizních kamer na komíně elektrárny. Ani to neplánuji.

**Úvahy nad businessem vedou řadu osobností k nečekaným rozhodnutím, jež spočívají v uvědomění si, že peníze nejsou všechno a že hodnoty firmy lze spatřovat i jinde než v zisku. Hledáte také optimální rovnici? Jde to dnes u nás vůbec?**

To nejsou nečekaná rozhodnutí. Obvykle jde u těchto lidí o úvahy nad dosavadním životem, doprovázené strašlivou únavou. Protože

jen ten, kdo tento způsob života žije, ví, o jakou únavu jde. Energie, která je nám dána, není nevyčerpatelná, s věkem, ať máte sebelepší životospřávu, se prostě snižuje.

Obvykle nejde vůbec o peníze, a již vůbec ne o zisk. To mimochodem není sprosté slovo, bez zisku nelze podnikat. Tj. vyrábět, prodávat výrobky, živit tisíce lidí, inovovat, rozvíjet se a živit ostatní populaci formou odvážných daní.

**Také nejen slávou živ je člověk. Jaká byla vaše poslední prohra v roli majitele 24 fabriky? A umíte vůbec prohrávat?**

Prohrávat neumím, nechci umět. Myslím to v nejlepší slova smyslu. Mám v sobě stále sílu, která mě žene kupředu. Jsem typ starého podnikatele z filmů pro pamětníky, který se pro neúspěch v jeho závěrečné scéně zastřelí nad svým psacím stolem. Ani toto však neplánuji... Malé věci denně vyhrávám, denně prohrávám. V obou případech se snažím o noblesu. Velké vyhrávám.

**Čtete si občas knihy o tom, jak se stát úspěšným, bohatým a šťastným? Mají autoři ve svých návodech pravdu?**

Ano, občas čtu tyto knihy. Většinou mají autoři pravdu. Čtenář si však musí vždy uvědomovat, že tyto knihy jsou businessem autora, nikoliv charitativním návodem na můj úspěch. Hlavní

**Musíme beze zbytku plnit čtyři klíčové činnosti: myslet, vědět, umět, dělat. Zejména poslední činnost je však krajně neoblíbená.**

**Celých 25 let od vzniku oboru, který jsme v Česku založili, jsme národním lídrem a nevidím důvod tuto skutečnost měnit.**



foto Miroslav Martinovský

masakr je pak ve faktu, že autor popisuje již známé a odžité skutečnosti. Já však denně prožívám vždy nový, obvykle nepopsaný příběh. Na něj návod nikde nenajdu. To musím zvládnout sám bez autora a jeho bestselera...

**Připouštíte si celospolečenský zběsilý tlak na výkon, kariéru, komunikaci na sociálních sítích, management rodinného života, nutnost být in a být best? Anebo vás to zatím míjí?**

Míjí mě to. Nemám a nechci mít Facebook, telefon i počítač často a řízeně vypínám. Sociální sítě jsou fakticky asociální, časem na to při-

jdou všichni. Když ne, tak vyhyne. Všem mladým lidem popisují krásu a výhody posezení s dívkou na lavičce v parku oproti „sdílení se“ na Facebooku. Když tupě zírají, dávám jim telefonní číslo svojí manželky, aby vše potvrdila. Protože s ní jsem, hlavně za našeho mládí, na lavičkách posedával i polehával. Občas jim vysvětluji, že děti nejdu udělat virtuálně... a že jich tato země potřebuje hodně.

Tlak na výkon mám v popisu svojí práce. Celospolečenské zděšení z tohoto tlaku bohužel chápu jako naprosté nepochopení reality života, odmítání osobní odpovědnosti jedinců za svůj život, lenost, důsledek obrovského zbohatnutí naší společnosti a z toho vyplývající strašlivé změkčilosti současné populace...

**Vím, že ctíte zdravý selský rozum. Co se mu dnes v podnikání vymyká?**

V podstatě podnikání vůbec nic. Selskému rozumu se však zcela vymyká celospolečenské prostředí a atmosféra, ve kterých žijeme a podnikáme. Atmosféra nezpochybnitelných nároků každého z nás, bez ohledu, jak se sám zasloužil. Naprosté nepochopení a neznalost základních a logických ekonomických principů a vazeb našeho užití se. Které dříve chápal každý malý sedlák nebo řemeslník. Drobnou zmínku jsem uvedl v předchozí odpovědi. Je toho však nekonečně více. Nad rámec tohoto rozhovoru...

**Také se rád smějete a ostatní k úsměvu rád provokujete. Je to nakažlivé, ale slabší jedinci zpravidla nerozumí. Pomohl vám humor vyřešit nějakou, dejme tomu, zapeklitou obchodní situaci?**

Doslova každou obchodní situaci je nejlepší řešit s nadhledem, humorem, win-win stra-

tegií. Nemám rád morousy, nemohou být dlouhodobě úspěšní. Jsem vždy šťastný, když potkám obchodního partnera téhož ražení i názorů.

**Co si myslíte o těch, kteří vám závidí?**

Nikdo mně nezavídí, všichni mě mají rádi.

**Sortiment vaší firmy je nejen o technologických inovacích, ale hodně o designu, tedy emocích, troufám si říci o radostech. Poznal to český zákazník?**

Věřím, že ano. Na letošní nejprestižnější stavební výstavě v ČR jsme v konkurenci téměř tisícovky vystavovatelů všech oborů vyhráli cenu za nejlepší expozici. Byl a jsem z toho velmi šťastný, protože je naprosto neobvyklé, aby výrobce betonových prvků „porazil“ např. výrobce exkluzivních koupelňových doplňků,

**Malé věci denně vyhrávám, denně prohrávám. V obou případech se snažím o noblesu. Velké vyhrávám.**

historických kamen, nejnádhernějších kamenných obkladů nebo nejúžasnějších výrobků ze dřeva.

Nejen v Lidlu však všichni vědí, že český zákazník je „citlivý“ na cenu, to je obvykle hlavní priorita. Snažíme se to chápat. Naší snahou je proto vyrábět co nejkvalitnější, nejkrásnější, ale i cenově velmi dostupné výrobky. Bez jakékoliv nadsázky německou kvalitu za české ceny. Pak, máte pravdu, emoce tryskají...

otázky připravila Eva Brixí ■■■





Šestibarevná kolekce Bar, design Rudolf Eschler, 1934

# Moser

## pro životní styl firem

**Rostoucí výroba, obrat, zisk, prosperující firma. Co jiného si přát? Starost o image pak bývá zpravidla až tou druhou v řadě. Přesto přibývá společností, které právě o ni začínají se vši vážností dbát. Vyplácí se to. Je to zdroj důvěryhodnosti, dobré pověsti. Pěče o to, jak o nás smýšlejí ostatní, jak se chováme navenek i sami k sobě umocňuje business cesty mnohých firem.**

Vytříbená firemní kultura je projevem moudrosti jako dobrá vizitka, již předáváte na obchodním jednání. Někdy je to sice složité definovatelný pojem, ale jeho obsah se dá tříbit až k dokonalosti samé. Blíží se originalitě, touze po krásě, vyjadřuje osobitost majitele či managementu. Firemní kultura by zároveň měla být zároveň cosi povznášejícího, prvkem, který odlišuje jednu firmu od druhé, hodna obdivu. Ať jsou to pěstěné mezilidské vztahy na pracovišti, nebo vybavení recepce.

Řadu podnikových interiérů doladuje umění. Pořádají se v nich výstavy obrazů, literární či divadelní večery, malé koncerty, besedy s výjimečnými osobnostmi. Do kanceláří i vstupních hal se vepisují příběhy, jež tvoří další generaci histo-

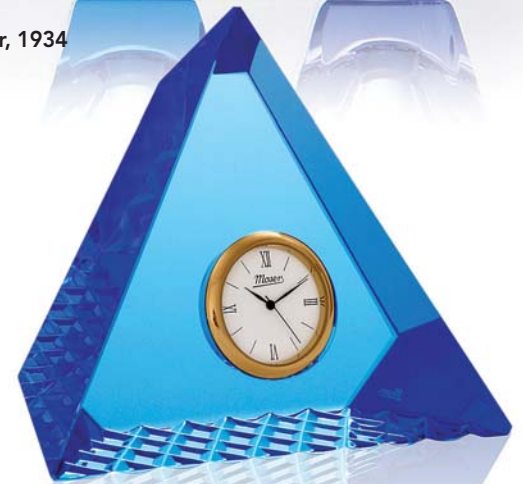
rie a které nejsou pouze o tabulkách hospodářských výsledků. Patří lidem, jejich prožitkům, jejich druhému já. Krása uměleckých děl je povznášející, inspirující a dává nadhled, učí vidět svět jinak, barevněji, prostřednictvím myšlenek jiných, odvážných a emotivních.

Mnohé reprezentativní prostory firem celého světa provází křišťál Moser. Špičková produkce, jež trh obohacuje téměř 160 let. Úcta k precizně odvedené práci, láska ke sklu a řemeslu – tak by se dalo shrnout dědictví sklárny, které máme dnes k dispozici. Společnost Moser náleží mezi elitu světových luxusních značek.

Interiérové doplňky a umělecké rytiny v charakteristických barvách a tvarech patří v oboru ruční výroby k celosvětovým unikátům. Křišťál



Váza Strom, design Milan Knížák, 2015



Ručně broušené hodinky s broušeným dnem se stanou ozdobou manažerského stolu

Moser svou nadčasovou uměleckou i užitnou hodnotou vytváří nezaměnitelný životní styl a je rovněž výhodnou investiční příležitostí. Jednotlivé kusy stále více začínají krášlit mnohé reprezentativní kanceláře a další prostory i v českých firmách. Je to pobídka, jak obohacovat naše kroky každý den. Je nelehká odpověď na to, zda umění patří do každodenního života, nebo pouze k nejslavnostnějším okamžikům. Myslím, že obě varianty v příslušném poměru jsou tím nejchutnějším koktejlem. Vnímat krásu kolem sebe potřebujeme. Inspiruje, doplňuje energii, nabízí touhu a vypovídá o našem vztahu k vlastnímu já.

Eva Brixí ■■■



Mísa Lady Hamilton, design Moser, 1934



Ručně broušená mísa Lea má v interiéru mnohostranné využití



Kolekce vázy a mísy Sweet, Lukáš Jabůrek, 2014

Muž, který ví, co chce

# Metalkov o odvaze slušně podnikat i daňcích vedle fabriky

Netušila jsem, o jakou firmu půjde. Dostala jsem pozvánku a jela. Na oslavu 25 let. Ostatně – proč ne. Podívat se, poznat, popovídat. Udělat si názor. A nelituji. Ta společnost se jmenuje Metalkov spol. s r. o., sídlí ve Vlašimi a moc se svými úspěchy dosud nechlubila. Škoda. Má totiž čím. Výsledky, referencemi, radostmi ze zakázek doma i v cizině.

Začátkem října se také otvírala nová výrobní hala, kde se začínají lakovat díly pro nejrůznější, zejména zahraniční, odběratele špičkovou technologií šetrnou k životnímu prostředí a za dodržování přísných ekologických norem. Ostatně ekologie je pojem, na němž Metalkovu hodně záleží. Podnik se nachází v lesním údolí, kde je zřízena podniková daňčí obora, přímo v areálu jako důkaz šetrného prostředí byl vybudován rybník, kde se prohánějí kapři a metroví tolstolobici.

Čtvrtstoletému Metalkovu nastal čas, aby se o něm psalo v superlativech. Jednatel a majitel Evžen Reitschläger by to sice ze zdvořilosti k ostatním formuloval o něco skromněji, ale snad mi promine pár otázek, jimiž bych ráda naznačila, že si takových firem s českým kapitálem, jakou postavil na nohy z ničeho právě on, nesmírně vážím.

**Jak jste začínal? Metalkov jste po revoluci koupil, včetně velkého pozemku, a pokračoval jste v tom, co kdysi kdosi zahájil?**

Bylo to úplně jinak. Jsem nedostudovaný tělocvikář, nedokončil jsem kdysi fakultu tělovýchovy a sportu Univerzity Karlovy, po určitou dobu jsem se živil jako dělník vlastníma rukama, oženil jsem se, a přemýšlel, jak rodinu zabezpečím v dalších letech. Společně s kamarády jsme nakonec založili firmu, později jsem odkoupil jejich podíl. Podnikám sám. Ale ne

tak úplně. Řadu povinností převádím v tom nejlepším slova smyslu na syna.

**Byly to rodinné boje? Nebo chtěl sám od sebe navázat na vaše zkušenosti?**

Do cesty nám vstoupila náhoda. Měli jsme problém s jednou zakázkou ve Spojených arabských emirátech. Bylo potřeba na místo vyslat jazykově a zdatně vybaveného člověka, kterému jsem mohl důvěřovat a na kterého byl spoleh. Neviděl jsem jiné východisko, než o to požádat syna, i když je jeho specializací bankovníctví. Nadšený zrovna nebyl. Když se po čtvrt roce vrátil, byl plný nově nabytých zkušeností. Našemu oboru přišel na chuť. A zůstal. Učil se, poznával, přemýšlel, přicházel s nápady.

**Z toho musíte mít radost!**

Mám. Opravdu. Dnes jsme dobrý rodinný tandem a vzájemně se inspirujeme a doplňujeme jeden druhého. Nebyť syna, asi bych se těžko dal do tak velké investice, která nás má zase o kousek posunout dál. Díky němu jsem se rozhodl zúročit vše to, čeho jsme zatím dosáhli. Dodal mi energii, podpořil mé zkušenosti i sebevědomí. Není to zrovna málo. Vážím si jeho pohledu na podnikání i nových přístupů.

**Hodně sázíte na kvalitu vztahů, serióznost a jméno české firmy. Vyplácí se to dnes?**

Pořád ještě věřím, že ano. Něco jsme již dokázali, nepatříme mezi neviditelné hráče trhu. Dodáváme pro řadu partnerů na celém světě, třeba i zprostředkovaně pro General Electric. Jsme tedy poměrně slušným exportérem, přímý i nepřímý export tvoří téměř 80 % našich zakázek. V oboru povrchových úprav ocelových konstrukcí tryskáním, metalizací a především lakováním jsme jméno získávali postupně, krok po kroku. Tuto pozici bychom neradi ztratili. Kvalita a serióznost, to je naše vize a mise do budoucnosti. Je to součást strategie naší značky, je to mé svědomí.



Evžen Reitschläger

**Právě jste dokončili největší investici ve své historii – spalovnu plyných emisí vznikajících při lakování a stavbu velkoprostorové lakovny, včetně vytěkáčieho a expedičního zázemí. To není málo...**

Věříme, že celé firmě budou nové prostory dobře sloužit. V současnosti využíváme areál o výměře 50 000 m<sup>2</sup>, z toho je 7000 m<sup>2</sup> zastřešených výrobních prostor. Současné technologické zázemí umožňuje povrchové upravovat i nadrozměrné díly a konstrukce limitované pouze přepravními možnostmi. Specializujeme se na povrchové úpravy takových dílců, jako jsou součásti mostních konstrukcí, ropné plošiny, protihlukové stěny, asi nejzajímavější zakázkou byla antikoroziční úprava jeřábů pro svého času největší výletní loď světa Queen Mary II, součásti turbín vodních elektráren, počítáme s větším rozsahem zakázek pro energetiku.

**Úzký vztah máte k ekologii. Proč?**

Myslím, že průmyslové podniky by měly přemýšlet, co mohou pro životní prostředí udělat. Příležitostí je dost. Jak jste se mohla na vlastní oči přesvědčit, pořídili jsme v areálu firmy rybník a v těsném sousedství máme daňčí oboru. Chceme ukázat, že soužití těžkého průmyslu a čisté přírody je možné. Plánů máme více, musíme je však uskutečňovat postupně a s rozvahou, aby byly skutečným přínosem. Najde o image, ale o podstatu.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl



# Měli by finanční ředitelé důvěřovat robotům?

**Ačkoli může zavedení automatizace ve financích představovat až 50% snížení budoucích nákladů, finanční ředitelé jsou k této otázce spíše skeptičtí. Podle poslední zprávy ACCA The robots are coming? však budou mnozí z nich v rámci dalších kroků vedoucích k zefektivňování funkčnosti firem nové technologie využívat a v budoucnu roboty „najímat“.**

„Robotika je sugestivní, technologicky vyspělá, a především symbolizuje to, co mnozí chápou jako další přirozený krok v evoluci obchodních procesů. V průběhu našeho výzkumu se však během rozhovorů s finančními řediteli ukázalo, že jim nejsou příliš jasné výhody automatizace tohoto typu. Mnozí z nich stále nechápou, co to ve skutečnosti pro finance znamená,“ vysvětlil Jamie Lyon, spoluautor zprávy a ředitel korporátního sektoru ACCA. Zastánci robotiky ve financích přicházejí s přesvědčivými čísly k její podpoře. Na před-

ním místě uvádějí zejména snížení budoucích nákladů, a to až o polovinu. Na druhé straně si je třeba uvědomit, že finanční oddělení stále nemají k dispozici dostatek informací o dopadech zavedení robotiky do financí. Údaje, které dokládají ušetřené náklady v důsledku snížení stavu zaměstnanců, jsou sice zajímavé, ale finanční ředitelé musí také vědět, jaké výhody kromě úspory nákladů robotika přinese ve srovnání s výhodami, jež vyplývají ze zaměstnávání lidí.

Jak se ve zprávě uvádí, v současnosti relativně slabé zastoupení robotiky ve financích lze vysvětlit přístupem k prodeji této technologie, a to jak ze strany externích prodejců, tak ze strany tvůrců rozpočtů. Dodavatelé robotiky ve financích by proto měli myslet na to, že nejde o prodej produktu v běžném smyslu slova, ale že prodávají úplně nový způsob práce a podle toho k tomu také musí přistupovat.

„Nestanovujte cenu softwaru jako nízkonákladovou alternativu k zaměstnancům. Vytvořte cenovou nabídku, která odráží poměr nákladů a výnosů ve vztahu k TCO

(celkovým nákladům na vlastnictví). Finanční ředitelé vždy hledají lepší postupy a komplexní řešení. Pokud se má robotika prosadit ve finanční funkci (a mnozí mají za to, že by měla), hodnotová nabídka musí obsahovat i relevantní řešení transformace,“ řekla Deborah Kops, výkonná ředitelka Sourcing Change.

ACCA (Asociace certifikovaných účetních) je globální organizace sdružující profesionální účetní se 178 000 členy a 455 000 studenty ve 181 zemích celého světa. Snaží se nabízet prvotřídní kvalifikaci relevantní pro pracovité, schopné a ctížádostivé lidi po celém světě, kteří usilují o uspokojivou kariéru v účetnictví, financích a managementu. Pracuje prostřednictvím sítě více než 95 kanceláří a center a s více než 7110 schválenými zaměstnavateli po celém světě, kteří svým zaměstnancům poskytují vysoký standard v učení a rozvoji. (tz)



INZERCE

**\* artesa**  
SPOŘITELNÍ DRUŽSTVO

Nechte své peníze **růst**

až **3,25 % ročně**

- \* Vyšší úročení v porovnání s bankami, ale stejnou ochranou vkladů
- \* Termínované vklady s výhodnou pevnou úrokovou sazbou
- \* Unikátní možnost zhodnocení členského vkladu

Členský vklad znamená větší podíl na zisku, vyšší majetkovou účast v družstvu a také více hlasů na osobu při hlasování na členské schůzi.

Staňte se členem spořitelního družstva a začněte využívat výhody členství.



foto Freemages

# Polovina českých podnikatelů chce předat svou firmu potomkům

**Podnikat s vlastními příbuznými považuje v Čechách za velkou výhodu každý druhý podnikatel (48 %). Stejně tak polovina českých businessmanů (53 %) plánuje přenechat svou firmu vlastním potomkům. Hlavními schopnostmi, které se jim pokouší předat, jsou pak nejčastěji odvaha (53 %), trpělivost (52 %) a správný odhad na lidi (35 %). Ty považují za klíčové faktory svého podnikatelského úspěchu.**

Tyto a další závěry vyplynuly z exkluzivního průzkumu mezi českými podnikateli nominovanými do soutěže EY Podnikatel roku, který zveřejnila společnost EY při příležitosti zahájení nového ročníku soutěže.

„Nedostatek zkušeností a vhodných spolupracovníků byly pro většinu úspěšných podnikatelů největšími překážkami na začátku jejich podnikatelské kariéry. I proto dnes, kdy se musí rozhodnout, komu firmu předají, hledají své nástupce mezi těmi, kterým důvěřují nejvíce – mezi vlastními dětmi,“ řekla Magdalena

Souček, vedoucí partnerka EY v České republice a ve střední a jihovýchodní Evropě.

Pracovat s příbuznými považuje za výhodné polovina (48 %) oslovených českých podnikatelů. Opačný názor zastává jen třetina z nich (36 %). Právě díky pozitivnímu pohledu na práci s rodinou zaměřují čeští podnikatelé svůj pohled na vlastní potomky. Až čtvrtina z nich (25 %) již aktivně pracuje na tom, aby jejich děti firmu v blízké době převzaly a dál rozvíjely. Další téměř čtvrtina (26 %) stejný krok výhledově plánuje. Důraz

na rodinu potvrzuje i to, že po předání žezla další generaci se čeští podnikatelé chtějí nejčastěji věnovat právě svým nejbližším. A to nejen ženy podnikatelky (50 %), ale i jejich mužští protějšci (40 %).

Při dalším srovnání názorů dle pohlaví jsou pak na první pohled patrné rozdíly v důvodech, které jednotliví respondenti považují za klíčové pro svůj podnikatelský úspěch.

U mužů převažují odvaha a schopnost zaryskovat (52 %), u žen pak hraje důležitou roli nejen odvaha, ale i víra a oddanost své myšlence (60 %). Významné rozdíly lze nalézt i v důvodech, proč se do podnikání lidé vůbec pouštějí – u mužů kromě potřeby seberealizace převažují spíše pragmatické důvody, jako jsou příležitost na trhu (34 %) či nespokojenost v zaměstnání (25 %). U žen se pak kromě seberealizace objevují spíše emotivní pohnutky, jako jsou možnost změnít část společnosti (40 %) či chuť pomáhat druhým (30 %). Zajímavá shoda pak naopak panuje





### 5 nejčastějších překážek v začátcích podnikání

Nedostatek financí

68 %

Nedostatek zkušeností

53 %

Nalezení vhodných spolupracovníků

28 %

Jednání s úřady

21 %

Legislativní překážky

18 %

### 5 hlavních klíčů k úspěchu v podnikání

Odvaha a schopnost zariskovat

53 %

Trpělivost a vytrvalost

52 %

Správný tým

35 %

Strategie a správně vytyčené cíle

28 %

Unikátní nápad / Odbornost a profesionalita

20 %

### Je pracovat s příbuznými v podnikání velkou výhodou?

Spíše nesouhlasím

28 %

Spíše souhlasím

26 %

Určitě souhlasím

22 %

Neutrální názor

17 %

Určitě nesouhlasím

8 %

u „dědičné“ podnikavosti v rodině – tu jako důvod svého podnikání uvádí jak pětina žen, tak i mužů.

Zajímavé srovnání nabízí i pohled do zahraničí, kde se EY rovněž zaměřila na podnikatele, kteří se chystají předat firmu svým potomkům. Z průzkumu shrnujícího data z 21 zemí světa vyplývá, že nástupnictví řeší dokonce 9 z 10 oslovených podnikatelů, kteří svou firmu již nyní považují za rodinnou. Stejně tak ti, kteří již s rodinou podnikají, jí dávají jednoznačnou přednost i do budoucna. Zhruba 70 % rodinných podnikatelů dokonce zavedlo pravidelná setkání se členy své rodiny, kde řeší problémy spjaté s nástupnictvím.

**Na základě celosvětových zkušeností vyhodnotila společnost EY sedm faktorů, které vedou k úspěšnému předání firmy potomkům:**

**1. Úspěšní podnikatelé řeší otázku nástupnictví včas** – Téměř 9 z 10 oslovených společ-

ností má jasně určeno, kdo se stará o nástupnictví, tedy kdo zodpovídá za předání „vlády“.

**2. Ve vedoucích funkcích má rodina přednost** – Drtivá většina (90 %) společností zařazených v průzkumu má fungující představenstvo, v němž často zasedají členové rodiny vlastníka. Téměř v polovině z nich (49 %) jsou členové výhradně z řad rodiny, jen v necelé třetině (28 %) jsou členové rodiny v menšině.

**3. Zdravá komunikace a řešení konfliktů znamená zdravý podnik** – 90 % účastníků průzkumu se pravidelně účastní schůzek s rodinnými příslušníky nebo akcionáři, kde se prodiskutovávají problémy podniku, 70 % zavedlo rovnou pravidelná rodinná setkání, kde se řeší rodinné problémy.

**4. Budování rodinné značky posiluje důvěru** – 76 % respondentů v průzkumu uvedlo, že o svém podnikání v reklamách, na webových stránkách, v sociálních médiích, v tiskových zprávách a propagačních materiálech hovoří jako o rodinném podniku.

**5. Rodinné podniky jdou s dobou a dostatečně vnímají aktuální rizika** – Účastníci globálního průzkumu akcentují kybernetická rizika. Tři čtvrtiny z nich se jim účinně brání, 83 % respondentů předpokládá, že jejich výdaje na kyberbezpečnost ještě porostou.

**6. V rodinných firmách se ženy prosazují lépe** – V 70 % rodinných firem zařazených v zahraničí do průzkumu je kandidátem na příštího generálního ředitele žena. Na vysokých postech mají v průměru pět žen a další čtyři se na některou z vedoucích funkcí připravují.

**7. Rodinné podniky kladou důraz na udržitelnost** – Účastníci průzkumu považují sociální odpovědnost a udržitelný rozvoj za důležité hodnoty a snaží se je prosazovat. Více než polovina z nich se intenzivně zabývá aktivitami v oblasti sociální odpovědnosti, charitě se věnuje dokonce 81 % respondentů. Téměř polovina dotázaných založila vlastní rodinnou nadaci. (tz)

## Jména, která charakterizují dekády naší historie

**Křestní jméno si sami vybrat nemůžeme, provází nás ale celý život. Někteří jsou s ním spokojeni, jiní méně, většina se s ním naučí žít. Bylo právě to vaše jméno ve své době „in“? Díky analýze projektu Česko v datech snadno zjistíte, která jména byla nejpobulárnější v dané dekádě. Tak jak jste na tom?**

Aby tvůrci projektu zajistili skutečně vypovídající vzorek jmen, zahrnuli do něj pouze muže a ženy, kteří na našem území dosud žijí. Kvůli této metodě také ve výčtech chybějí třeba jména německá, jejichž nositelé v drtivé většině vymizeli z našeho území po roce 1945. Už od 70. let se na prvních příčkách popularity drží jméno Jan, které ale v poslední dekádě přepustilo vedoucí pozici Jakubovi. Mezi další

stálce patří už od 70. let Tomáš nebo Martin (který ale po roce 2010 klesl až na 20. místo). Mezi dívkami pak největší vzestup zaznamenala Eliška, která se ještě v 90. letech pohybovala ve čtvrté desítky popularity, v současné dekádě je ale vůbec nejpobulárnějším dívčím jménem. Mezi žijícími obyvateli naší země můžeme najít i dnes už poměrně raritní jména. Ze samého počátku století jsou to třeba Klementina, Adelaida, Tekla nebo Brunhilda. Někteří dříve tradiční jména pak postupně mizí. Zatímco třeba Božen narozených ve 40. letech bychom dnes mohli potkat přes 12 000, těch narozených po roce 2000 jen něco kolem stovky. Podobně na ústupu je třeba i Marie. Ta sice stále patří mezi pobulárnější česká jména, v porovnání s polovinou minulého století jde ale o čísla řádově nižší. Nejčastější příjmení v českých zemích asi není pro nikoho překvapením. Při hledání tan-

demu Nováková – Novák bychom napočítali téměř 70 000 výsledků. Fiktivnímu klubu Nováků pod vedením Jiřího Sováka z filmu Co je doma, to se počítá, pánové... by se pak nejvíc dařilo v okolí Telče, Dačic a Valašských Klobouků. Svobodovi se na druhé příčce umisťují „jen“ s 50 000 výskytu, Novotní jsou pak bronzoví s počtem výskytů zhruba o tisícovku nižším. Pokud se podíváme na současné trendy u bratrů Slováků, zjistíme jednu zajímavost. Zatímco nejčastější chlapecká jména se od těch v Česku příliš neliší – v první desítky najdeme Jakuba, Adama, Lukáše nebo Martina (ale i Samuela nebo Matúše) – u dívčích jmen je situace odlišná. Mezi nejoblíbenější slovenská dívčí jména současnosti totiž patří Sofia, Nina, Nela, Ema nebo Viktória. Jediná dvě dívčí jména, na kterých by se Češi a Slováci shodli, jsou Kristýna a Natálie. (tz)

# Aby měl zákazník pocit, že jeho volba nemohla být lepší



Ing. Jan Novák (druhý zprava), ve společnosti modelky Andrey Verešové, Klause Magele, ředitele společnosti Salamander Austria, designéra Osmanyho Laffity a stylisty Martina Gruntoráda

Někdo si myslí, že manažer či podnikatel sedí dny a hodiny za počítačem a u mobilu. Opak je pravdou. Naběhá se přes den jako málokdo – z jednoho jednání na druhé, z jedné konference na jinou, tu na úřad, tu k obchodnímu partnerovi, který sídlí o půl kilometru dál. A ne všude se dá či je nutno dojet autem. Takže v nohách mají šéfové docela dost kilometrů. A proto také potřebují dobré boty. Nejen módní, kvalitní a pěkné, ale takové, které prostě vydrží všechno, někdy i špatnou náladu. Ženy v roli majitelek a manažerek na to jdou rafinovaněji: jehlové lodičky do kabelky se vždy vejdu. Hned je důvod, proč mít ne jedny, ale dvoje luxusní... Avšak – kde právě takovou obuv vybírat? Třeba v prodejnách Salamander. Ty má v České republice na starost Ing. Jan Novák, ředitel a jednatel firmy Salamander ČR, spol. s r.o.:

**Před pár týdny jste otevřeli nově zrekonstruovanou prodejnu v Praze Na Příkopě. Svým způsobem je unikátní architektonicky i komfortem pro nakupování. V čem tkví princip?**

Nový design prodejny Na Příkopě 23 opravdu předbíhá svou dobu i vše, co jsme doposud realizovali. V duchu tohoto nového konceptu budou postupně rekonstruovány i další prodejny Salamander. Typický je přechodem od moderního tvarosloví k módním retroprvkům, oblejšími tvary a využitím spíše střízlivějších přírodních tónů s převahou hnědé. Základem, a vlastně principem, je vytvoření atmosféry „útluného luxusu“, která v zákaznících probouzí dojem obývacího pokoje. Tím se cítí příjemněji. Sám jsem byl překvapen, kolik soukromí tento nový prostor skýtá.

**Nabízíte zde luxusní obuv dámskou i pánskou, také koženou galanterii, ale i zážitek z luxusu. Jak by to měl klient vnímat?**

Tady vás musím poopravit. Nová prodejna Na Příkopě 23 patří jen ženám. Takže pro pánskou obuv musí muži zamířit do protější prodejny Na Příkopě 16. Tento koncept dvou specializovaných prodejen nám úspěšně funguje už pátým rokem. Rozdělením sortimentu nám tak vznikl větší prostor pro rozmanitost a širší nabídku.

Tím se vlastně dostávám k vaší otázce. Samozřejmě, že si přejeme, aby si zde přišly na své milovnice luxusní obuvi. Ale také chceme, aby si u nás vybraly např. ženy hledající klasiku či upřednostňující pohodlí. Proto ta rozmanitost. V dvoupodlažní prodejně naleznete obuv, kabelky a doplňky luxusních i klasických zna-

ček jako např. Aigner, Hugo Boss, Versace, Zocal nebo Clarks, Hispanitas, Paul Green, Peter Kaiser, Salamander, Tommy Hilfinger a mnohé další.

Naším cílem je, aby měl zákazník pocit, že jeho volba nemohla být lepší. Proto se vždy snažíme o tu správnou kombinaci módy, služeb a kvality.

**Určitě jste chtěli novým pojetím prodejních prostor sdílet nějaké pěkné poselství...**

Prvotní důvod byl určitě prozaický, prodejna rekonstrukci potřebovala. A na řadu se dostala v době, kdy byl již nový prodejní koncept World of seven senses společnosti Salamander na svém vrcholu. A jak název napovídá, poselství – v tomto případě věnované ženám, je především o pocitech zákazníka. Je to o tom, jak se cítíte, a o dojmu, který si odnášíte spolu s nákupem domů. A v neposlední řadě o atmosféře, za níž se rádi vrátíte.

**Pro věrné zákazníky máte klubový prodej, určité benefity. Co nabízíte především?**

Řada firem se snaží udržet si stále zákazníky jen prostřednictvím slev. Když jsme náš věrnostní systém tvořili, věděli jsme, že to není jediné, co chceme naši věrné klientele nabídnout. Proto jsme program nastavili jako bonusový. Stálá sleva, kterou členové Salamander Clubu mají, je symbolická. V rámci členství

**Na druhou stranu jsou ženy schopny čekat na ten svůj vysněný model týdny, aby ho mohly pořídit se slevou. Cena je zajímavá, i kdyby si za ušetřené peníze místo jednoho páru obuvi měly pořídit dva. Stávají se z nich lovkyně a lov si užívají.**

však mohou čerpat celou řadu výhod a odměn, např. i v podobě dárkových poukázek. V rámci akčních nabídek či pořádaných akcí mají přednostní práva či exkluzivitu. Spolu s rozvojem technologických možností hlavně v elektronické komunikaci jim poskytujeme rychlejší a kvalitnější informace o našich aktuálních nabídkách či kolekcích. Pracujeme se systémem bodů, v němž je třeba pro udržení členství splnit určitý limit. Naším cílem totiž bylo vyprofilovat opravdu věrné zákazníky, kteří u nás nakupují často, a hýčkat si je. Což, jak se ukazuje, se nám daří.

## Máte více příznivců z řad mužů, nebo žen?

Jednoznačně máme více zákaznic. Ženy si nákup módy – obuvi či oděvů, mnohem více vychutnávají. Je pro ně zdrojem potěšení. My muži víme, co chceme – tmavé polobotky se šněrováním! (smích)

**Salamander je značka, která má zvuk. V České republice ji vnímají generace jako základ pohodlí, módnosti a kvality se vším, co k takovému premiantu patří. Jak se vlastně profiluje v poslední době?**

Správná otázka. Marketingovou řečí by se dalo říci: Salamander patří mezi nejvýznamnější evropské prodejce značkové obuvi. Ve svých prodejnách nabízí, kromě vlastní značky, obuv, kabelky a doplňky od předních výrobců z celého světa, s nimiž ho pojí především kvalita, luxus a pohodlí.

Svémi slovy bych řekl, že do roku 2008 společnost Salamander v Česku i na Slovensku prošla velkým rozvojem. Ostatně většině firem se dobře prodávalo. Soustředili jsme se na kvalitu, rozmanitost a šíři sortimentu ve snaze nabídnout zákazníkům to nejlepší. Což samozřejmě činíme a chceme činit dále. Jen se domnívám, že se výraz luxus či kvalita stal synonymem pro vysokou cenu. Což zcela neodpovídá realitě.

V našich prodejnách naleznete jak luxusní značky, tak ty klasické, kvalitní výrobky cenově dostupných značek.

## Chystáte nějaké vánoční překvapení?

Naše branže patří do světa módy a ten běží stále tak trochu dopředu. Již nyní se prakticky tvoří kolekce na příští zimu. Takže jaké vánoční překvapení si představujete?



Trojice celebrit Dana Morávková, Jan Čenský a Jolana Voldánová se přišla podívat, jak to v nové prodejně vypadá



**Vždy jsem si přála mít pár jednoduchých, nezdobených lodiček, každou botku v jiné barvě, ale už je to překonané, není to nic nového pod sluncem... Proto raději k věci: nakupují u vás podnikatelé, manažeři, celebrity. Co mají společného? Třeba nedostatek času?**

To bych neřekl. Nedostatek času mají dnes asi všichni. Myslím, že naše zákazníci spojuje něco daleko prozaičtějšího – kvalitní, pohodlná obuv, která se navíc líbí.

**Jen se domnívám, že se výraz luxus či kvalita stal synonymem pro vysokou cenu. Což zcela neodpovídá realitě. V našich prodejnách naleznete jak luxusní značky, tak ty klasické, kvalitní výrobky cenově dostupných značek.**



**Jakou chybu při výběru obuvi nejčastěji děláme?**

V našich prodejnách neuděláte žádnou. Máme kvalitní, zkušený a školený personál, který vám vždy poradí. Ale nyní vážně. Takové ty obecné nešvary se samozřejmě týkají správného výběru velikosti. Hodně lidí si myslí, že velikost nohy se v dospělém věku nemění.

Ale noha se mění i během dne po celodenním chození. Navíc číslování obuvi se mezi jednotlivými výrobci často liší. Proto radím zkoušet a zkoušet, a to na obou nohách.

**A jak charakterizovat kulturu obouvání u nás? Patří k ní marňivost, přílišná šetřivost, konzervativní vnímání barev nebo něco úplně jiného?**

Úroveň obouvání za posledních dvacet pět let určitě prošla řadou změn jak u žen, tak mužů. Ženy se však určitě více naučily experimentovat a barev se nebojí. Obuv z dobré prodejnosti barevně výrazných modelů bych čekal spíše u výrobců obuvi. Na druhou stranu jsou ženy schopny čekat na ten svůj vysněný model týdny, aby ho mohly pořídit se slevou. Cena je zajímavá, i kdyby si za ušetřené peníze místo jednoho páru obuvi měly pořídit dva. Stávají se z nich lovkyně a lov si užívají. Muži jsou konzervativnější. Zatímco svět okolo nás dává přednost výraznějším trendům a casual obuvi, čeští muži sázejí na jednoduché polobotky. Ale faktem také je, že máme řadu dobrých zákazníků, kteří neochvějně sáhnou po vysoké módě značek Moreschi, Aldo Brué či Hugo Boss.

ptala se Eva Brix

# Tvrz Třebotov: vnímání času, luxusu i harmonie místa



Ing. Jan Sedláček, Ph.D., MBA

**Kousek za naším hlavním městem západním směrem najdete obec Třebotov. Proslavila se tvrzí, která dnes patří Mgr. Ingu Janu Sedláčkovi, Ph.D., MBA. Za své peníze zachránil kousek našich dějin, poctivě tu s porozuměním dávným časům odpracoval mnoho hodin, a nabídnul současnosti k využití prostory hodné obdivu.**

## Tvrz Třebotov – co bývala a čím je dnes?

Třebotovská tvrz má stejně pohnutou historii jako mnoho dalších českých nemovitých kulturních památek. Její původ lze dohledat někdy na konci 10. století, kdy vznikla v době Slavníkovců a šlo o klasičtější kolovou tvrz s nárožní kamennou věží. Proto bychom se mohli zcela samostatně rozsáhle zabývat její historií z hlediska stavebně historického či vlastnického. Tak pouze pro jednoduchou orientaci v téměř tisícileté historii uvedu podstatné události či osoby, které měly vliv na její vývoj. Poprvé, po faktickém vzniku v 10. století, se objevila zapsaná v zemských knihách v polovině 13. století, tedy o sto let dříve, než byl postaven např. Karlštejn. To již šlo o klasičtější kamennou tvrz s charakteristickými prvky opevnění, a proto se stala součástí manského opevnění královského hradu. Valdekové a následně Hovorčovští z Kolivé hory změnili stavební charakter z tvrze na renesanční stavbu palácového typu již s jistým komfortem užívání a velmi cenným a čistým charakterem důstojné představ-

by na šlechtické sídlo českých panských rodů. To si v podstatě zachovala tvrz až do dnešní doby charakteristickým arkádovým uspořádáním chodeb okolo čtvercového nádvoří.

Dalším zlomovým bodem je rok 1630, kdy objekt byl prodán Zbraslavskému klášteru a sloužil jako jeho opatství s charakterem venkovského kláštera a kdy byl současně využíván pro pěstování zemědělských produktů a chov domácího zvířectva. Z gotického období si stavba ponechala rovněž některé typické historicky cenné stavební prvky. Na konci 19. století byla odstraněna dominantní hodinová věž s cibulovou bání nad hlavním vchodem a stavbě se vrátil zvenku typičtější charakter pevnosti při zachování luxusu renesančního paláce uvnitř objektu.

## I další léta naznačila, že osud poznamená řada zásahů...

Devastující požár poškodil v roce 1942 stavbu tak, že její využití i pro potřeby církve bylo velmi omezené. To však nebránilo tomu, aby ji socialistický stát pro své potřeby nevyužíval deklasujícím přístupem, následovalo tedy období lazarétní (OÚNZ), skladové a další devastující záměry, které stavbu dovedly do roku 2000, kdy jsem ji zakoupil od obce.

Z hlediska vlastnických vztahů lze doložit významné české rody, které se podílely na českých dějinách, jako jsou např. Bavorové, Valdekové, Hovorčovští, Kateřina s Fliesenbachu a nakonec Zbraslavský klášter jako představitel katolické církve. Podrobnější detaily lze dohledat na webových stránkách [www.tvrztrebotov.cz](http://www.tvrztrebotov.cz).

Od roku 2001 do roku 2003 následovala masivní a úplná rekonstrukce objektu, kdy se stavbě vrátil původní lesk a sláva, při zachování všech historicky cenných detailů ze všech stavebních slohů, které stavbu v její tisícileté historii charakterizovaly. Avšak při využití moderních technologií dneška, které stavbu posunuly do statusu velmi luxusního objektu, včetně vybudování nového zázemí, stavby tenisového a squashového kurtu, krytého bazénu, rybochovného rybníku a mnoha dalších benefitů.

## Patří vám, brzy po sametové revoluci jste tedy objekt koupil, zrekonstruoval, dal ho novodobé historii, a nejen to.

Také jsme si s rodinou vyzkoušeli žít na zámku a zjistili jsme, že není všechno tak růžové, jak si často představujeme. Provázanost domácího zázemí s očekávanou určitou intimitou bere za své při nutnosti stálé přítomnosti pracovního personálu a další kombinací při využití objektu jako společenského centra s koncerty, divadelními představeními, vernisážemi, svatbami apod.

Proto jsme s pokorou opustili objekt jako prostor pro bydlení a preferujeme jeho společenský a reprezentativní charakter.

## Staráte se o toto místo, odhalil jste pobýdky dějin, naučil jste dnešní generaci užívat si krásu starobylých zdí – to je docela pěkné poselství...

Pocit hrdoosti a nadšení z rekonstrukce nevyprchal. Množství vynaložené energie na rekonstrukci a energie vlastního místa s geniem loci stále přetrvává a pocitují ho návštěvníci objektu, kteří mají příležitost tvrz při různých akcích poznat. Záměrně postrádá prvky vnější okázalosti fasády a prvního dojmu o velikosti prostor. Celková užitná plocha je však skoro 3000 m<sup>2</sup> a je obrovskou příležitostí se seznámit s jednotlivými stavebními slohy a způsobem citlivé rekonstrukce původně zdevastovaného objektu.

A právě při prohlídkách interiéru mnozí dodatečně zjišťují, jak komfortně je objekt vybaven s přihlédnutím k jeho vývojovým etapám a jednotlivým historickým unikátnostem.

## Jde však o národní památku, takže ne vše je dovoleno. Co pro vás jako vlastníka, architekta, stavitele či investora toto zařazení znamená?

Nemovitá kulturní památka je pod zákonnou ochrannou památkové péče, která je dle mého názoru velmi rozporuplná. Na jedné straně neopakovatelné dědictví minulosti a na druhé administrativně byrokratický přístup z hlediska památkové ochrany, co se týče projednávání, omezování, nařizování bez toho podstatného a tím je finanční podpora pro snahu zachránit



toto kulturní dědictví pro budoucnost. Nutno říci, že ale v našem případě jsme měli štěstí ve velmi vstřícném přístupu tehdejších odpovědných „památkářů“, kteří uvěřili poctivému záměru a přístupu k rekonstrukci objektu se snahou co nejvíce zachránit. O tom se přesvědčili již po první návštěvě při probíhajících pracích. Finanční stránka však zůstala pouze na nás.

**Jak byste tvrz charakterizoval – jako místo nevšedního zážitku? K čemu především slouží, co se zde odehrává, kdo může zdejších prostor využít?**

V současné době slouží k reprezentativním účelům, pronajímá se na svatební obřady, společenská setkání, koncerty, vernisáže, prezentace a vrcholová manažerská setkání. Přestože má i poměrně velkou ubytovací kapacitu, tak ta se využívá pouze pro účastníky těchto výše uvedených akcí.

**Místo se přímo nabízí pro konání firemních setkání, konferencí, seminářů, módních předhlídek, křtů nových modelů aut. Čím Třebotov láká? Polohou kousek za Prahou, komfortem, atraktivitou prostředí?**

Výhodou je skutečně poloha v bezprostřední blízkosti Prahy, unikátní prostředím s možností přímého kontaktu s prvky historie a bezprostřední blízkosti okolní přírody Českého krasu. Veškeré prostory jsou vybaveny originálním nábytkem, artefakty, předměty sbírkové hodnoty. A to vše je k dispozici účastníkům akcí, kteří si využití místa objednájí.

**Odehrávají se zde také například svatby celebrit, organizujete svatby na klíč, včetně oblečení, květin či hostiny. Základem vztahu k významným osobnostem je úcta k soukromí a diskrétnost. Co ještě můžete svatebčanům nabídnout? Třeba i prstýnky? Výslužku pro hosty?**

Co se týče svateb a svatebních obřadů, tak to si ponechává v organizační režii manželka, která



má svatební agenturu. Smyslem však není masovost, ale naopak unikátnost životního okamžiku pro svatebčany a jejich hosty. Nejen vlastní obřad civilní nebo církevní se tak doslova dělá na míru klientům, kteří si náš objekt zvolí. A jeho rozsah může být od prostého obřadu v zahradě pouze se svědky nebo v obřadních vnitřních prostorách až po luxusní velkou svatební veselici pro 200 lidí s využitím celého prostoru objektu. A tak mohou přijíždět unikátní automobily, koňská spřežení či lze pořádat zahradní piknik s pečněním selete apod., zkrátka nic není nemožné! Tedy – dokážeme příslušnou společnost ochránit i od novinářů a před nebyvalým mediálním zájmem. Hradební zeď a jakýsi ochranný charakter původní pevnosti si bere zpět svůj kdysi určený účel a nikdo nezvaný nemá šanci do míst proniknout.

**Výtečnou akustiku tvrze prý také využívají muzikanti a pořizují zde nahrávky. Platí to stále?**

Všichni hudebníci, kteří zde pořádali svá vystoupení, velmi oceňovali akustiku některých prostor, pro výjimečnost a přirozenost šíření zvuku a dozvuků. A to nejen producenti vážné hudby, která by se k objektu jaksí sama nabízela, ale i zpěváci nebo kapely moderních proudů. Příležitost zde dostali k natočení nejen vlastní hudby nebo pořádání koncertů, ale i k natočení videoklipu, protože vnější i vnitřní prostory jsou výrazně fotogenické a vhodné pro tuto oblast umění a záznamu.

**Co chystáte na dny sychravé a předvánoční? Prý také pálite speciální kořalku ze žlutých a červených špendlíků a trnek, která nese hrdý název Tvrzovice. Při jaké příležitosti se ochutnává?**

V období předvánočním či vánočním dáváme prostor také místním sdružením nebo škole, aby měla možnost si zde uspořádat divadelní představení nebo nějakou výstavu výtvarných dovedností. A co se týče naší pálenky, tak ta se stala již takřka tradicí. Velké množství keřů se žlutými nebo červenými špendlíky nás přivedlo na myšlenku pokusit se z macerátu těchto plodů vypálit místní specialitu s názvem objektu. A tak vznikla Tvrzovice s chráněným názvem a jejíž výrobu, mimo sklizně, ponecháváme na profesionálech. Lihovina není prodejná a slouží pouze

pro dárkové účely nebo na slavnostní setkání návštěvníků tvrze. První veřejnou ochutnávkou je zpravidla místní masopustní veselice, která se koná v únoru a kdy objekt slouží jako občerstvovací zastávka pro masopustní průvod, který prochází celou obcí.

**Vzpomínka s nádechem exkluzivity a pocit z příjemně prožitých okamžiků je to, zůstává v duši. Vracejí se klienti?**

Krásný pocit ze všech akcí zůstává, a jak si manželka libuje, pořádně vlastně samé radostné záležitosti, ať již svatby, večírky, narozeninové oslavy, kde jsou lidé šťastní s veselí v unikátním prostředí. A tak nám dále doporučují své známé a blízké k obdobným akcím.

ptala se Eva Brixí

## Závěrečné zamyšlení

Problémem trochu je, že všechny tyto akce zajišťujeme organizačně vlastními silami, nemáme žádného provozovatele a je to velmi časově a provozně náročné. Jak víte, máme velkou rodinu s malými dětmi a spoustu dalších aktivit, investiční a developerskou společnost, Muzeum historických nočníků a toalet, věnujeme se sběratelské a vzdělávací činnosti a občas zjišťujeme, že život nabral neuvěřitelné tempo. Tedy zvažujeme i další vývoj a jak s objektem naložit. Jednou z možností je i jeho prodej nebo pronájem s tím, že jde o poctivé dílo s tisíciletou historií, která by mohla sloužit ještě velmi dlouhou dobu s mnohem větším potenciálem, než jak je dosud využíván. Před určitou nedávnou dobou mi moje ego nedovolilo objekt prodat jednomu italskému zájemci, který bezelstně sdělil účel budoucího využití. Tím bylo privátní kasino, blízko na letiště, blízko do centra Prahy, krásné a diskrétní prostředí... A to se ve mně cosi zaseklo. Neprodal jsem. Doba možná přinese nový pohled na toto místo, kde se snoubí česká historie se současnou kulturou, moderním způsobem života, a přináší tak neočekávanou harmonii v bezprostřední blízkosti naší metropole.

Jan Sedláček



# Dvě třetiny Čechů mají nedostatečně zabezpečený počítač

**Dvě třetiny (70 %) počítačů v tuzemských domácnostech mají jen základní ochranu proti virům a škodlivému softwaru. Svá data si pravidelně zálohuje sotva polovina uživatelů (42 %). Do počítače se pod heslem přihlašuje více než polovina Čechů (57 %), ale pravidelně si heslo mění sotva čtvrtina (24 %).**

Zabezpečení uživatelů by však mohlo podstatně zlepšit biometrické ověření identity, o které projevila zájem necelá polovina (40 %) Čechů. Tyto a další závěry vyplývají z průzkumu společnosti Intel mezi tisícovkou tuzemských uživatelů počítačů ve věkovém rozpětí 15–70+ let.

„Biometrické ověření tváře uživatele prostřednictvím technologie Intel RealSense začíná být dostupné v nových počítačích a nabídka se bude dále rozšiřovat,“ řekl Martin Vařbuchta, technologický expert společnosti Intel.

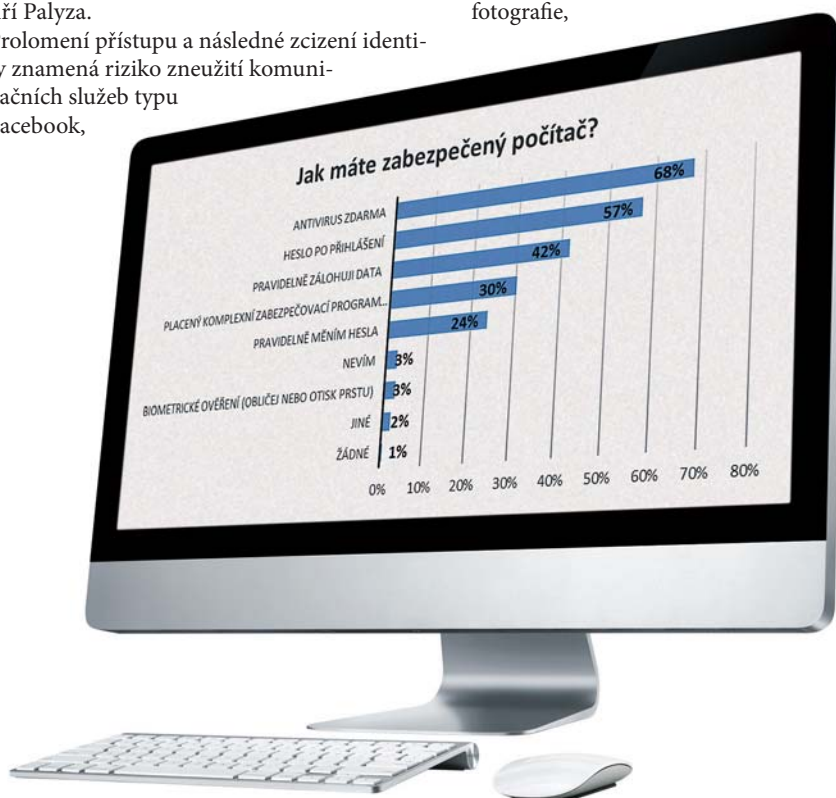
Biometrické prvky, tedy jedinečné biologické charakteristiky uživatelů, jsou obtížně kopírovatelné, a především se během života mění jen minimálně. „Schopnost počítače poznat uživatele podle rysů obličeje podstatně zlepší zabezpečení domácích počítačů. Uživatelé už nebudou muset používat hesla, jen se podívají do kamery počítače a ten neomylně pozná svého majitele,“ sdělil Jiří Palyza, ředitel Národního centra bezpečnějšího internetu (NCBI).

Rozšíření biometrie do osobních počítačů zásadně posílí bezpečí uživatelů. „Více než tři čtvrtiny případů zneužití počítačů jsou způsobeny právě vinou uživatele. Používání jednoduchých hesel a jejich nepravdělná či nu-

lová obměna jsou notoricky známé. Biometrie podstatně zlepší ochranu, pokud ji budou aktivně využívat i výrobci softwaru: například internetové bankovníctví nepůjde spustit bez biometrického ověření,“ dodal Jiří Palyza.

Prolomení přístupu a následné zcizení identity znamená riziko zneužití komunikačních služeb typu Facebook,

sobil: „Zaznamenali jsme letos desítky takových případů,“ doplnil Ivan Janoušek. Vyděrači navíc nemusí disponovat jen choullostivými fotografiemi. Stačí, aby zcizili nezálohovaná data, například fotografie,



Twitter, Skype a dalších, včetně e-mailu. „Zločinci pak zablokují přístup ke službám a mohou je zneužít. Odblokování může trvat i několik dní. Během této doby se může zloděj vydávat za dotyčnou osobu a způsobit jí značné škody. Rozšířené jsou zejména bankovní podvody,“ varoval soudní znalec Ivan Janoušek ze společnosti Apogeo Esteem. Počet případů se oproti loňskému roku téměř zdvojná-

o které nechtějí majitelé přijít. Řada lidí si uvědomí hodnotu informací až v okamžiku ztráty. Pro záchranu dat jsou ochotni udělat téměř cokoli: „Vyděrači zablokují přístup k datům a po majiteli pak chtějí zaplatit řádově desítky tisíc korun za odblokování. Platba obvykle musí proběhnout v internetové měně bitcoin, takže pachatelé jsou prakticky nedohledatelní,“ uzavřel Jiří Palyza z NCBI. (tz)

INZERCE

## vita<sup>PR</sup>

Komunikací rostete!

PR plné vitality.

[www.vitapr.cz](http://www.vitapr.cz)



# Proti podzimní únavě v manažerském křesle MatchaTea

Podzim udeřil v plné síle a s ním nás provází i těžké ranní potácení z postele, nedostatek energie, ale zato dostatek splínu. Pomoci nám může třeba originální japonský MatchaTea. Je nabitý vitaminy a dalšími zdravými prospěšnými látkami. Důvody, proč vyzkoušet tento unikátní mletý čaj, prozradili odborníci ze společnosti Čajová květina s.r.o., která je největším dodavatelem BIO MatchaTea v Česku.

Necítíte se úplně fit? Pronásleduje vás slabost, nedostatek energie a nedokážete se soustředit? Trpíte depresí, nespavostí a celkově zhoršeným zdravotním stavem? Tělo není stroj a reaguje na přírodní biorytmy, ať už s tím člověk souhlasí, nebo ne. Sychravé počasí má záporný vliv na energii. Provází je útlum, vyčerpání, smutek a nervozita společně s leností a ospalostí. To je pro podzim typické.

Pokud s tím bojujete, zapomeňte na chvíli na kávu či energetické nápoje a jiné povzbuzovače. Jde to i bez nich. Pokud to totiž budete s kávou přehánět, dostaví se naprosto opačný efekt – budete nervózní a vaše schopnost soustředění se razantně sníží. Připravte se raději na podzimní neduhy pitím tradičního čaje MatchaTea.

„Díky tradičnímu zpracování zeleného čaje Matcha můžeme v tomto jedinečném nápoji nalézt velké množství důležitých prvků, které působí blahodárně na naše zdraví. Mezi látky, které nám v sychravém podzimním počasí přijdou vhod, patří antioxidanty, thein, neboli čajový kofein, alkaloid theofylin, který má podobné vlastnosti jako kofein a L-theanin,“ vyjmenoval Petr Patočka, ředitel společnosti Čajová květina s.r.o., která BIO MatchaTea dodává na český trh.

Tento velmi silný zelený čaj, který se na rozdíl od běžného zeleného čaje připravuje z jemně mletého prášku získaného z celých listů, se u nás stává hitem. Podle Petra Patočky není divu – nabudí nás podobně jako káva, avšak energie z čaje se uvolňuje postupně a dodá tělu sílu na tři až šest hodin. Při pravidelné konzumaci MatchaTea pocítíte psy-



chické i fyzické povzbuzení, které je nezbytné při náročných pracích či zkouškovém období ve škole. Dostupné studie navíc prokázaly, že kvalitní japonský čaj obsahuje mnohem více antioxidantů než například káva.

Právě nevlídný podzim si často pohraje s odolností organismu. Je to tradiční období chřipek, neustálých nachlazení a onemocnění dýchacích cest. Prevencí je konzumace dostatečného množství ovoce, zeleniny, odpočinek i duševní hygiena. Dostupné výzkumy ukázaly, že katechiny (až 60 procent tvoří EGCG – epigalokatechin galát) v MatchaTea mají antibiotické vlastnosti, které podporují celkové zdraví člověka. Mohou odvrátit vznik virových onemocnění, jako

je právě chřipka či nachlazení. Jediná miska zeleného čaje poskytuje dostatečné množství draslíku, vitaminů A a C, železa, bílkovin a vápníku. Uvolněnost a dobrou náladu má na svědomí

aminokyselina L-theanin. Zvyšuje totiž hladinu dopaminu a serotoninu. Látka se vyskytuje téměř výhradně jen v zelených listech čajovníku. Výsledkem je snížení úzkosti a podpora dobré nálady a mozkových alfa vln, které jsou znatelné ve stavu bdělosti a momentech bez námahy. Přes více než tisíc let používají mniši zen budhizmu MatchaTea k meditacím i uvolnění.



Aminokyselina L-theanin obsažená ve stoprocentním zeleném čaji z Japonska přirozeně zlepšuje duševní bdělost a soustředění a zlepšuje paměť.

A kde je MatchaTea k dostání? V dnešní době je již prodej poměrně rozšířen. Nakoupit jej lze v prodejnách se zdravou výživou, lékárnách, kavárnách nebo wellness & fitness centrech. Zvýšenou pozornost však věnujte tomu, abyste koupili pravý MatchaTea. (tz)



# Mezinárodní program Superbrands

## vyhlásil nejlepší značky České republiky pro rok 2015



**Celosvětový program Superbrands, který je nezávislou globální autoritou v oblasti hodnocení a oceňování obchodních značek, představil v rámci galavečera Superbrands Tribute Event některé nejúspěšnější obchodní značky pro rok 2015. Právo užívat pečeť kvality Superbrands si odneslo 42 firem, z nichž 30 získalo titul Consumer Superbrands a 12 titul Business Superbrands.**

Poprvé v tomto roce byla navíc vyhlášena i kategorie Superson – Superbrands osobnost roku 2015, v níž uspěli dva srdcaři – hokejista Jaromír Jágr a přednosta Kardiocentra a Kliniky kardiiovaskulární chirurgie IKEM v Praze prof. MUDr. Jan Pirk, DrSc. Speciální cenu Superbrands Most Innovative Brand získala značka Air Bank. Ocenění Superbrands Honorary patří neziskové organizaci Člověk v tísni.

Od roku 2014 získávají společnosti titul Superbrands jak v kategorii týkající se spotřebitelského segmentu, tak v kategorii zaměřující se na tzv. B2B segment. Zatímco podnikatelské značky jsou důležitými hráči ve specializo-

vaných odvětvích průmyslu, zemědělství a obchodu, se spotřebitelskými značkami se zákazníci setkávají dennodenně v maloobchodním sektoru či sektoru služeb.

Udělení titulu Superbrands je podmíněno náročným třífázovým výběrovým procesem, na jehož počátku stojí více než milion značek registrovaných v ČR. Jeho podstatnou součástí jsou preference zákazníků a názory odborné poroty (Brand Council). „Ocenění Superbrands tak pro firmu znamená důkaz, že se jejich značka ubírá správným směrem a jejich kvalita si všímá nejen odborná, ale i široká veřejnost,“ řekl Roman Sovják, ředitel programu Superbrands pro Českou republiku.

Premiérové ocenění Superson – Superbrands osobnost roku 2015 (udělené na základě výzkumu GfK mezi širokou veřejností) se dostalo do rukou hokejisty Jaromíra Jágra a kardiochirurga prof. MUDr. Jana Pirka, DrSc., které lze vnímat nejen jako velké osobnosti, ale jejich jména již nabyly i statutu značky. „V oblasti profesionálního sportu je prezentace osobnosti jako značky dnes již naprosto úmyslnou součástí, ve světě medicíny se s takovým záměrem setkáváme velmi zřídka. Svou veřejnou účastí, celosvětovými úspěchy a záviděníhodnými schopnostmi patří oba ocenění v konečném důsledku mezi unikátní osobní značky oplývající silnými hodnotami,“ sdělil András Wiszki-denszky, regionální ředitel Superbrands pro Střední a Východní Evropu.

Vedle výše uvedených ocenění byla letos poprvé udělena i cena Superbrands Most Innovative Brand, kterou si odnesla značka Air Bank. Superbrands Honorary získala nezisková organizace Člověk v tísni.

V rámci galavečera Superbrands Tribute Event byla pokřtěna ročenka Czech Superbrands 2015, která obsahuje prezentaci některých oceněných firem a partnerů. Jako keynote speaker vystoupil šéf studia Dynamo design Michal Richtr s přednáškou na téma Co dokáže design, design jako konkurenční výhoda. Superbrands je nejuznávanější nezávislou globální autoritou v oblasti hodnocení a oceňování obchodních značek. Titul Superbrands je znakem speciálního postavení a uznáním speciální pozice značky na lokálním trhu. Pečeť Superbrands získávají značky s vynikající pověstí – zákazníci si s nimi spojují významné hodnoty a mají k nim osobní vztah. Od svého vzniku ve Velké Británii si projekt získal celosvětové uznání a dnes je cena Superbrands uznávána jako ocenění, které na základě sjednocených kritérií a metod každoročně identifikuje nejlepší z nejlepších značek v téměř 90 státech na pěti kontinentech. (tz)



Prof. MUDr. Janu Pirkovi (uprostřed) patří mohutný potlesk a sympatie všech přítomných





# Doplatek zaměstnavatele na ruku **není výhodný**

**Práce na černo je sankcionována, velké pokuty hrozí zaměstnavateli i zaměstnanci. Povinné odvody na zaměstnance se však některým zaměstnavatelům zdají příliš vysoké. Proto někteří z nich ve vidině úspory sjednávají se zaměstnancem minimální mzdu a volí doplatek na ruku. Zaměstnanci by však s tímto postupem rozhodně souhlasit neměli.**

Při prokázaném doplatku na ruku musí zaměstnavatel i zaměstnanec počítat se sankcemi od veřejných institucí, například od finančního úřadu, zdravotní pojišťovny nebo OSSZ. Prokázat doplatek na ruku je však poměrně složitější než prokázat práci na černo, při níž nejsou žádné doklady a vykonavatel této práce nemá žádnou smlouvu. Občan nelegálně vykonávající práci může obdržet pokutu ve výši až 100 000 Kč, zaměstnavatel dokonce až ve výši 10 mil. Kč. Pro závislou práci musí být mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem vždy sjednána pracovní smlouva nebo dohoda. Kontroly pověřených institucí v posledních letech velmi zpřísnily, někteří postižení zaměstnavatelé se mylně odvolávají na sjednání dohody o provedení práce ústně. Uzavřít DPP tímto způsobem bylo přitom možné pouze do konce roku 2010.

## **Finanční výhody pro zaměstnavatele**

Neseriózní zaměstnavatelé, kteří svým zaměstnancům doplácí peníze na ruku, významně ušetří na povinných odvodech. Zaměstnavatelé platí za své zaměstnance 25 % na sociálním pojištění a 9 % na zdravotním pojištění, v souhrnu tedy 34 %. „Z každé na ruku vyplacené tisícikoruny tedy zaměstnavatel na povinném pojištění ušetří 340 Kč, což je hlavním motivem pro toto protiprávní jednání,“ vysvětlila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars. Kupříkladu náklady zaměstnavatele na zaměstnance pracujícího oficiálně za minimální mzdu 9200 Kč a dostávajícího doplatek na ruku ve výši 10 800 Kč činí 23 128 Kč (9200 x 1,34 + 10 800), na zaměstnance pracujícího za hrubou mzdu 20 000 Kč potom 26 800 Kč (20 000 x 1,34), finanční úspora při protiprávním doplatku na ruku činí v tomto případě 3672 Kč měsíčně.

Finanční úspora na straně zaměstnance z důvodu neodvedení daně z příjmu, sociálního pojištění a zdravotního pojištění je nižší.

## **Nevýhody pro zaměstnance**

Nižší oficiální hrubá mzda je pro zaměstnance nevýhodná z mnoha důvodů. Všechny státní dávky totiž závisí na dosaženém příjmu a všechny se počítají ze zúčtované mzdy. Doplatek na ruku samozřejmě nemá žádný vliv na výši těchto dávek. Zaměstnanec pracující oficiálně za nízkou mzdu s doplatkem na ruku musí počítat s tím, že bude mít nižší nemocenskou, mateřskou, ošetrovné, podporu v nezaměstnanosti nebo důchod. V případě zdravotních problémů by byl nižší i invalidní důchod a v případě úmrtí by obdrželi nižší pozůstalostní důchod i manželka nebo děti. Nižší by však bylo též odstupné vyplácené zaměstnavatelem nebo náhrady mzdy za dovolenou či pracovní

hodné rychlé půjčky od některých nebankovních institucí, které své klienty neprověřují,“ řekla Gabriela Ivanco.

## **Pozor na švarcsystém**

K porušování zákona dochází i při takzvaném švarcsystému. Tedy tehdy, jsou-li pracovní činnosti pro zaměstnavatele vykonávány formou samostatné výdělečné činnosti, ačkoli jde jednoznačně o závislou práci. Pro zaměstnavatele je totiž finančně výhodné, jsou-li pracovní činnosti fakturovány, neboť ušetří na povinném pojištění. Navíc jde v tomto případě o obchodní vztah, nikoliv o ten pracovní, při němž musejí být striktně dodržována ustanovení zákoníku práce. Aby mohlo jít o „skutečnou“ samostatnou výdělečnou činnost, nesmí v ní být vztah nadřízenosti a podřízenosti, měla by být během roku vykonávána pro více firem a musí být konána samostatně pod vlastním jménem, s vlastním náradím a vybavením, dle vlastního časového



foto Freeimages

nou či pracovní neschopnost v prvních 14 dnech pracovní neschopnosti, kterou vyplácí zaměstnavatel. „Pro zaměstnance tedy není výhodné dostávat doplatek na ruku, vždyť jenom státní důchod se pobírá v průměru 25 let a po celou tuto dobu by byl nižší,“ sdělila Gabriela Ivanco.

## **Dosáhnout na výhodnou půjčku je problém**

Pořízení vlastního bydlení, ať už domu, nebo bytu, je jedním z nejdůležitějších finančních rozhodnutí. Současná situace na trhu s hypotečními úvěry je velmi příznivá. Banky si však své klienty prověřují a zjišťují jejich finanční situaci.

Častým důvodem, proč není hypoteční úvěr schválen, je pak nedostatečná bonita klienta. Pro její posouzení je samozřejmě rozhodující pracovní smlouvou či dohodou doložená mzda, doplatky na ruku nikoliv. S oficiálně nízkou mzdou s doplatkem na ruku je velmi problematické získat nejen výhodný hypoteční úvěr na pořízení vlastního bydlení, ale i jakýkoli jiný bankovní úvěr. „Měsíční úspora v řádech stokorun pro zaměstnance na povinných daních při doplatku na ruku pak může být důvodem, proč se zaměstnanec dostane do velkých finančních problémů, neboť čerpá nevý-

rozvrhu a na vlastní zodpovědnost. Zda jde o švarcsystém, či nikoliv, posuzuje při případné kontrole Oblastní inspektorát práce, resp. Státní úřad inspekce práce. Ten může udělit pokutu jak zaměstnavateli, tak i OSVČ, která je zapojena do švarcsystému. Navíc může ještě finanční úřad doměřit nedoplatky na daních a penále. A stejně tak orgány sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovny doměří odvody na sociální a zdravotní pojištění. Žádá-li tedy zaměstnavatel po zaměstnanci práci takzvané na IČO, je důležité zvážit, zda nejde právě o švarcsystém. Pokud ano, hrozí zde pozdější sankce v podobě pokuty.

## **Cestovní náhrady lze proplácet**

Zaměstnanci používající pro služební účely vlastní auto mají nárok na náhradu jízdných výdajů za každý kilometr jízdy a za spotřebované pohonné hmoty. Zaměstnavatel však musí s použitím soukromého auta zaměstnance souhlasit. Legislativou je náhrada za každý kilometr osvobozena od daně z příjmu a povinného pojistného do hodnoty 3,70 Kč za kilometr. Do stropu stanoveného legislativou je tedy náhrada cestovních výdajů pro zaměstnavatele i zaměstnance daňově výhodná, a je tedy legální možností, jak zvýšit příjem zaměstnance bez povinnosti placení povinných odvodů. (tz)



## Změny, které přinese čas

Že byly tři dny volna? Nevím o tom, a doma se mnou nemluví, napsala mi do mailu jedna známá poté, co jsem se jí omlouvala, že nestihnu jistou společenskou akci a že budu mít čas se s ní potkat až v listopadu. Na podobné téma se uskutečnil výzkum Kooperativy pojišťovny – zajímalo ji, jak žije česká rodina. Že je to píchnutí do vosího hnízda, bylo zřejmé již ze zájmu novinářů na tiskové konferenci v září. Ať jde o čas, který rodina prožívá společně, o stravování, které díky překotnému životnímu stylu šidíme, o priority, jež před nás staví kariéra a nutnost zabezpečit se finančně. Zdánlivě nic nového pod sluncem, na druhé straně prostor k nekonečné diskuzi. Většina z nás cítí, že bude potřeba vztahy s nejbližšími i na pracovišti radikálně měnit. Ve jménu moderního trendu udržitelnosti, která naznačila, že jinak to prostě nepůjde.

Eva Brixí, šéfredaktorka

### čtete s námi

## Delta zahájila předprodej letenek Praha – New York na léto 2016

**Letecká společnost Delta Air Lines začala v září s předprodejem letenek na letní sezonu 2016 na svoji každodenní přímou linku z Prahy – Letiště Václava Havla do New Yorku – JFK.** Provoz na pravidelné lince bude zahájen 27. května 2016. Létat na ní bude Boeing 767-400 s kapacitou 245 míst, který společnost Delta nasadí ve spolupráci s partnerskými aeroliniemi Air France KLM a Alitalia. Letouny jsou vybavené bezdrátovou sítí Wi-Fi, která poskytne cestujícím připojení k internetu i ve výšce 10 km. V New Yorku mohou cestující pohodlně přestoupit na spoje do více než 60 destinací, včetně Los Angeles, Orlando nebo San Francisca. „Investice, které jsme na našem domovském letišti New York – JFK uskutečnili, nám umožňují nabízet lepší návaznost spojů pro ty, kdo z Prahy cestují do Spojených států a dalších zemí,“ řekl Nat Pieper, viceprezident Delta Airlines pro Evropu, Blízký východ a Afriku. „Spojené státy jsou jednou z nejnávštěvovanějších zemí, kam lidé z Prahy cestují. Příští léto jim na lince mezi Českou republikou a USA týdně nabídneme kapacitu 3400 míst, kterou jsme navýšili s ohledem na poptávku v tomto ročním období a na podporu nadcházející turistické sezony.“ Cestující na lince mezi Prahou a New Yorkem se mohou ve třídě Delta One těšit na sedadla sklopná do plně horizontální polohy, přímý přístup do uličky z každého sedadla, pestré menu inspirované regionálními kuchyněmi a na komfortní ložní výbavy Westin Heavenly značky Westin Hotels & Resorts. Cestující ve třídě Delta Comfort+ mají prostor pro nohy větší až o 10 cm a náklon větší o 50 % než u sedadel ve standardní ekonomické třídě. Další výhodou je prioritní nástup na palubu. Všichni cestující na palubě mají rovněž k dispozici osobní zábavní zařízení s volitelným programem. (tz)

### Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, říjen 2015

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

Šéfredaktorka: Eva Brixí, e-mail: brixí@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.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

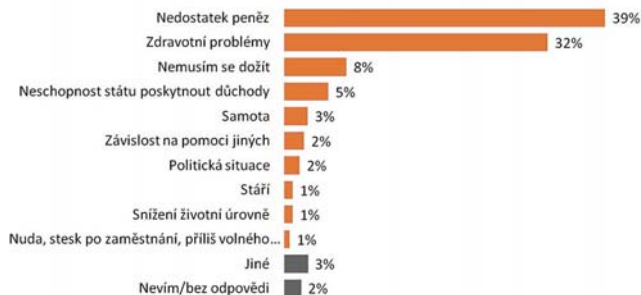
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

[www.freshtime.cz](http://www.freshtime.cz)

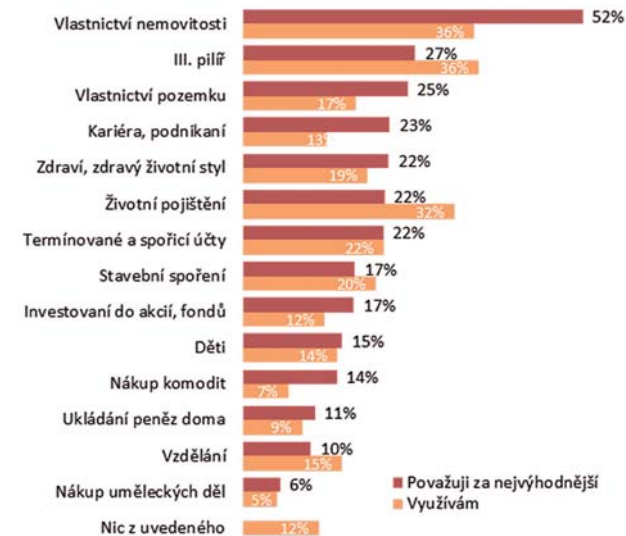
## Češi se v penzi nejvíc bojí nedostatku peněz

**Podle nedávného průzkumu NN pojišťovny a penzijní společnosti se Češi v penzi nejvíc obávají nedostatku peněz. Obavy ze zdravotních problémů jsou až na druhém místě.** Penze je pro Čechy spojena s řadou obav. Tou největší je pro 37 % nedostatek financí, 30 % se bojí zdravotních problémů. Období penze se přitom obávají více ženy než muži. „Vychází pozice žen pro období penze je oproti mužům zhoršená – v průběhu kariéry vydělávají méně, roky stráví doma s dětmi. Tomu pak odpovídají i v průměru o 2500 Kč nižší důchody žen. Sledujeme také mírně zvýšené obavy u lidí mezi 40 a 50 lety – ti si již uvědomují naléhavost začít se na penzi finančně připravovat a zároveň cítí jistou frustraci z toho, že se jim to pravděpodobně nepodaří v takové míře, v jaké by si přáli,“ vysvětlila Kateřina Štěrbová, ředitelka marketingu a vývoje produktů NN. Pro šťastný důchod by si více než polovina Čechů představovala mít k dispozici částku 10 000–15 000 korun měsíčně. Otázku zabezpečení v penzi považují dvě třetiny Čechů za důležitou, tento pocit navíc roste s věkem a vyšší příjmu. Stejný podíl populace nad touto otázkou často přemýšlí. „V penzi si chceme užívat, trávit čas s rodinou nebo jen relaxovat, zkrátka dělat věci, na které jsme během pracovní fáze života neměli čas. A uvědomujeme si, že abychom mohli důchod prožít podle vlastních představ, musíme být na něj připraveni i finančně,“ doplnila Kateřina Štěrbová. V penzi se drtivá většina populace (91 %) bude spoléhat jen na sebe a své úspory. Od rodiny, tedy dětí a vnoučat, očekává pomoc 21 % Čechů, stejné množství předpokládá podporu státu. Nejvýhodnějším způsobem zabezpečení na důchod je podle 52 % Čechů vlastnictví nemovitosti, druhým nejvýhodnějším pak soukromé spoření na penzi v rámci tzv. III. pilíře. „Oba tyto způsoby přitom podle našeho průzkumu využívá stejně lidí, shodně 36 %. Za nimi následuje životní pojištění, které jako nástroj zabezpečení na penzi využívá 32 % Čechů,“ uzavřela Kateřina Štěrbová. (tz)

### Čeho se v penzi Češi nejvíc obávají



### Zabezpečení na důchod



# Eurojackpot slaví první české výročí

**Bezmála 2,7 miliardy korun vyplaceno na výhrách, vsazeno více než 18 milionů sloupců za 1,1 miliardy korun. Taková je bilance nové loterní hry Eurojackpot, kterou Sazka uvedla na český trh před 12 měsíci.**

Miliardářská loterie Eurojackpot loni v říjnu vstoupila do českého prostředí ve velkém stylu a nabídla nejvyšší výhry v tuzemské historii. Minimální výše jackpotu v této loterii dosahuje 10 milionů eur, což je v přepočtu zhruba 270 milionů korun. Maximálně lze v Eurojackpotu vyhrát 90 milionů eur, tedy přes 2,5 miliardy korun. „Chtěli jsme našim hráčům dát možnost hrát i o takto astronomické sumy, což jde jen ve sdílené loterii. O úspěchu Eurojackpotu svědčí i to, že letos přistupuje do hry i slovenská loterie TIPOS,“ vysvětlil Václav Friedmann, tiskový mluvčí Sazky.

## Češi už vsadili přes šest milionů tiketů

Během ročního fungování miliardářské loterie v České republice už Češi u Sazky vsadili přesně 18,2 milionu sloupců loterie Eurojackpot. Téměř třetina všech sázejících podala tiket ve Středočeském kraji, kde jedna sázka vychází v průměru na 196 korun, tedy více než tři sloupce. Nejmén Eurojackpot sázejí v severních Čechách, průměrná sázka tam činí 172 korun. „Nejvíce Češi sázeli Eurojackpot na přelomu dubna a května, kdy byl rekordní jackpot 2,466 miliardy



korun. Průměrná sázka byla 202 korun,“ doplnil Václav Friedmann.



## Rekordní výhra padla na východě Čech

V oblíbě musí mít Eurojackpot především český hráč, který v květnu do-

sáhl na jackpot v hodnotě neuvěřitelných 2,466 miliardy korun. Stal se tak výhercem doposud nejvyšší sumy v historii miliardářské loterie. Druhé místo drží sázející z Finska (1,7 miliardy), třetí je hráč z Německa (1,61 miliardy korun).

„Velmi nás těší, že už během prvního roku svého působení v České republice Eurojackpot přinesl českým hráčům tolik radosti. Na výhrách jsme za toto období vyplatili celkem 2 695 362 451 Kč,“ podotkl Václav Friedmann. Souhrn vkladů v rámci ČR přitom činil necelou polovinu této sumy, v premiérovém roce Eurojackpotu zde dosáhl celkové hodnoty 1 095 681 240 Kč. (tz)

## Zajímavosti k 1. výročí Eurojackpotu v ČR:

- ✓ Eurojackpot do Česka uvedla společnost Sazka. Premiérového slosování se čeští hráči mohli zúčastnit 10. 10. 2014
- ✓ Miliardářská loterie Eurojackpot je sdílená v 17 zemích, na výhry se skládají sázející ve všech z nich
- ✓ Během prvního roku působení Eurojackpotu v ČR místní hráči podali celkem 6 246 611 tiketů (18 261 354 sloupců)
- ✓ Souhrn vkladů do Eurojackpotu u Sazky v prvním roce dosáhl hodnoty 1 095 681 240 Kč
- ✓ Souhrn vkladů do doplňkové hry Extra 6 během stejného období dosáhl hodnoty 164 800 680 Kč
- ✓ Během prvního roku Eurojackpotu v ČR Sazka českým hráčům vyplatila celkem 2 695 362 451 Kč
- ✓ V rámci doplňkové hry Plus Mega (běžela v 19.–25. týdnu 2015) bylo vylosováno celkem 35 výher po jednom milionu Kč
- ✓ Výhercem rekordního Eurojackpotu v hodnotě 2,466 mld. Kč se v květnu 2015 stal Čech, který vsadil v Pardubickém kraji
- ✓ Český výherce rekordního Eurojackpotu vsadil čísla 12, 14, 18, 38 a 46 a dvojici doplňkových čísel 9 a 10

## Eurojackpot v krajích

Kraj	Průměrná sázka	Podíl na celku
Středočeský	196 Kč	29,2 %
Severomoravský	158 Kč	18,0 %
Jihomoravský	180 Kč	17,7 %
Severočeský	172 Kč	11,4 %
Východočeský	178 Kč	9,4 %
Západočeský	178 Kč	8,3 %
Jihočeský	177 Kč	5,9 %

# Proměňte svůj styl se značkou Stones

**Muži pozor! Už dávno je ta tam doba, kdy jste vystačili s poloprázdňou skříní a se svým šatníkem jste si nelámali hlavu. I na kratičké obchodní jednání je třeba dostavit se tak, abyste zaujali. Nejen svými vědomostmi, šikovností a šarmem osobnosti, ale také padnoucím oděvem, který jde s dobou.**



V centru pozornosti nové kolekce Stones na sezonu podzim/zima 2015/16, kterou máte možnost vybírat v prodejnách Steilmann v celé České republice, jsou jak moderní a pokrokové modely, tak i nezbytná smart city casual kolekce pro muže sledující módní trendy. Jednoduchost, nenucenost a svěžest jsou hlavními rozpoznávacími prvky.

Řada nových kombinací osloví velkým množstvím zajímavých pojetí či překvapivých zvrátů. Stones představuje dva různé střihy – modern fit (uvolněný střih) a shape fit (slim fit). Vzhledem k tomu, že stylový vzhled je ovládán zejména jemnými barvami, tak vyznívá velké množství akcentů, které podtrhují živé a barvitě materiály s trojrozměrnými strukturami.

Formální i neformální oblečení je umocněno příjemnými lehkými kousky s inteligentními a měkkými povrchovými úpravami. Pokrokové žerzeje mají v kolekci své vlastní místo v podobě jednobarevných nebo v mnoha variantách designu, včetně těžkých pulovrů. Nápadné a okouzující materiálové mixy zůstávají stále klíčovým a stylovým rysem, který se objevuje jak na celém povrchu, kde vytváří plastické struktury, nebo pouze v určitých oblastech, ale neustále to kontrastuje s jemnými a přírodními barvami. Typická kombinace zahrnuje rozdílné struktury, mat a lesk, přírodní a technické materiály. Sportovní pojetí je podtrženo odepínacími vložkovými vestami v protichůdných odstínech.

Výrazným rysem všech produktových skupin jsou mikrografické vazby v šedých/černých tónech, částečně kontrastující s neutrálními jílými tóny. Vzory v modernizovaných mini designech nebo strukturované vzory pokračují. Stones opět a stále boduje svou láskou k detailu.

Na přechodné období začátkem sezony se nejvíce hodí lehké prošíváné bundičky, které nabízí jak v krátkých a módních stylech, tak i v tradičních. Různorodé materiály přidávají svérázný dotyk inovace.

Nejvíce prodávané kusy jsou interpretovány pomocí nových materiálových směsí. Pěřové bundy plněné skutečným kachním peřím nebo technickým peřím poskytují zvýšený komfort při nošení.

Těžké pulovry nebo outdoorové úplety vyplňují mezeru sportovních bund, zatímco stylové krajky s otevřeným taglio vivo se aplikují jako viditelný lem.

**Jako každou sezonu máte na výběr tři barevná témata kolekci:**

**Downtown – Centrum města – Městský styl**

Toto téma je inspirované zejména stylem ulic rušného Manhattanu. Barevná paleta se soustřeďuje na odstíny šedé okořeněná černou a bílou. Tyto neutrální barvy jsou rozbity modrou v barvě stmívání, borůvkovou a zlatou, která je přidána jako podmanivý kontrast.

**Carnaby Cool neboli Anglický chlad**

Velmi britské. Tato kolekce je inspirována ulicemi Carnaby a Savile Row v anglickém Londýně a náladou z moderních šedesátých let. Modré tóny se pohybují od navy až po kobaltovou a jsou spárovány s rubínově červenou, taupe a koženými tóny.

**Green Island neboli Zelený ostrov**

Návrat k autentickým odkazům. Barvy a materiály jsou inspirovány Irskem a Islandem. Zelené odstíny, jako je tmavě olivová a mechová, jsou spojeny dominantní kanárkově modrou a barvou břidlice. Barva moře dodává jemné akcenty.

(rix, tz)

