

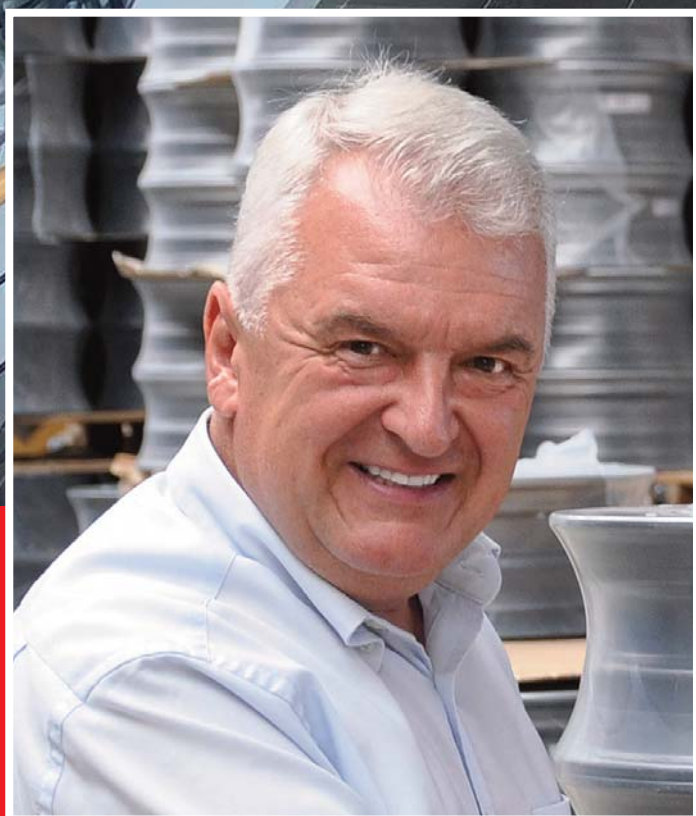
říjen 2023

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Libor Rajdl
Jakub Pok
Jakub Mertl
Sławomir Nitek
Pavel Stodůlka
Jiří Jemelka
Gerd Erharter
Libor Sedláček
Marco Venturini



Libor Rajdl

Už 25 let v jednom kole

rozhovor na stranách 2–3



Už 25 let v jednom kole

Mít automobil vyšperkovaný podle vlastních představ, těšit se tím, někdy třeba i trochu pochlubit před veřejností nebo před kamarády, ostatně, proč ne? Tak jako si muži dávají záležet na tom, v jakých botách chodí po tomto světě nebo jaké nosí hodinky, tak s láskou a náležitou pozorností pečují o vzhled svého automobilu. Dá se tímto vztahem ledacos vyjádřit, je to něco jako vizitka správného chlapa. Punc osobitosti, pocit, že je cosi kolem člověka dokonalé a podle jeho představ. Nevím, jestli by svého zákazníka zrovna takhle popsal jednatel a ředitel společnosti ALCAR Bohemia, s.r.o., Ing. Libor Rajdl, ale určitě by potvrdil, že příznivci designových kol jsou jeho krevní skupina.



ALCAR Bohemia je na trhu už čtvrtstoletí. K tomuto výročí máte vtipný slogan: 25 let v jednom kole. Kdo je autorem?

Slogan vzešel z naší interní debaty s kolegy, přišel nám opravdu přílehlavý. Důležité je, že jsme za tu dobu ušli dost velký kus cesty a že jsme si i v situacích, které nebyly nejjednodušší, uměli poradit a dobře se postarat o naše zákazníky, vydat ze sebe první poslední, být zde pro ně. Celou tu dobu, co působíme na českém trhu, těžíme z jednoho obrovského benefitu. Od našich majitelů jsme dostali značnou samostatnost a důvěru. Pro nás to znamená nezklamat ji, naopak rozvíjet náš potenciál. Přinášet stále něco nového, investovat, překvapovat. Objevovat, čím můžeme být ještě užiteční. A já osobně, když se do něčeho pustím, snažím se to vždy dělat pořádně, co nejlépe. To mne naplňuje, možná i proto dokážu nadchnout ostatní pro to, co je potřeba udělat. Určitě by to nemělo znít jako sebechvála. Jsem však poměrně energický člověk, a to se nějak na výsledcích projevit musí.

Veřejnost vás určitě i díky vašemu osobnímu založení a nasazení vnímá jako velmi akční firmu, kde se stále něco děje. Co je základem takové činnosti? Vás i váš celý tým tato práce asi nesmírně baví...

Baví nás moc. Pro každého z nás je důležité, aby se o ALCARu vědělo, že je na něj spolehnout. Chceme, aby naše kola dělala lidem radost a k tomu směřujeme veškeré naše úsilí. A tak se dá pracovat jen tehdy, když je jak v centrále, tak tady u nás v Nupakách, dobrá atmosféra. Mám pocit, že se tak trochu lišíme od mnoha jiných nadnárodních firem, že jsme týmem dělným, nikdo si na nic nehraje, jde nám jen o to, abychom splnili, co je zákaznickovým přáním, abychom uměli reagovat. A vytušili, co ještě ho bude příště zajímat. Těší nás také, že můžeme přinášet stále novinky a těmi naše fandky dál inspirovat, motivovat. Já osobně jsem srdcař a vůbec mi nevadí, že jsem občas nejen ředitelem a jednatelem, ale třeba i zahradníkem, vrátným nebo hlídačem. Baví mě to a věřím, že i všechny mé kolegy.

Hodně mluvíte o tom, že rádi děláte klientům a obchodním partnerům radost. Není to jeden z principů, proč se vám daří? Ne nadarmo se říká, že to, co člověk dává, to také dostává.

Víte, provozovat obchod jen proto, abych si vydělal, to moc nefunguje. Ta radost, kterou mohu ostatním přinést, je ten nejvyšší stupeň toho všeho snažení. To je ten smysl práce. Bez toho by si od nás nikdo nic nekoupil.

Také řidiči nákladáků si u vás přijdou na své...

Ano, již před lety jsme náš sortiment rozšířili i o kola pro nákladní vozidla, a letos jsme k nim přidali i univerzální senzor na měření tlaku v nákladních pneumatikách. Máme stále širší záběr.

Ujal se váš internetový 3D konfigurátor kol?

Určitě ano, motoristé ho hojně využívají. Každý má díky němu možnost získat dobrou představu, jak kola budou vypadat na konkrétním automobilu. Zákazník v něm má na výběr na každý vůz pestrou škálu různých designů. A je k dispozici 24 hodin denně.

Ostatně, jaký je český motorista? Konzervativní, milovník osobitého designu, kreativce, nebo škarohlíd?

To si netroufám hodnotit. Někdy bych řekl, že je víc konzervativní než v jiných zemích, že není tolik emotivní. Ale když mu ukážeme, co všechno může mít, zatouží, vyzkouší, a pak už se na úlohu designu dívá přece jen jinak.

Působit v automobilové branži není jen o tom být fandou aut, motorek, všeho, co má kola. Určitě to s sebou nese spousty starostí, improvizace, nejistot, ale i dobrých pocitů, když se daří. Jak se liší první rok podnikání od toho, do něhož jste vstoupili?

V prvních letech jsme rostli víc než trh, nad naše vlastní očekávání, nad stanovený rozpočet. To bylo samozřejmě velice příjemné. Ale v jednu chvíli se to zastavilo, to byl signál. Dovolte jen malou odbočku: naše mateřská firma vznikla před 45 lety čistě jako prodejce ocelových disků. Pak přidala litá kola a koupila značku AEZ. Mimochodem, pod tou zkratkou se skrývá Auto-Exklusiv-Zubehör. Pak fabriku na ocelová kola ve Švýcarsku, fabriku Dezent na litá kola v Německu a tak dále. Vše se tedy točilo kolem kol. Později jsme do svého sortimentu přidávali nové produkty – hybridní disky, nákladní kola, kola pro přívěsné vozíky a zejména dojezdová kola. Před šesti sedmi lety jsme

začali prodávat senzory TPMS, které dodáváme pod vlastní značkou a v souladu s novou legislativou, a nově nabízíme i senzory pro nákladní vozidla a motocykly. Takže pokud jsme v nejlepších letech prodávali přes 300 000 kol za rok, tak dnes to je 300 000 – 350 000 pomyslných kusů kol, ale část z toho nahradily také nové produkty. Třeba taková sada poklic stojí jako základní ocelové kolo. Takže stále se něco děje, je stále co informačně předávat, co školit.

V nabídce ALCARu se objevují také pneumatiky. Jak moc je pro vás toto zboží obchodně důležité?

Pneumatiky se do ALCARu dostaly ve chvíli, kdy jsme spojili naši logistiku se sestrou na Slovensku. Soukromá slovenská firma, která tehdy ALCAR zastupovala, dělala historicky i pneumatiky a slovenští kolegové se rozhodli je prodávat dál. Můj osobní názor je takový, že trh s pneumatikami je předimenzovaný, a my bychom rádi zůstali věrni našemu heslu Your Wheel Partner. Současně jsme ale zaregistrovali jistý zájem ze strany car importérů a car dealerů o komplety kolo-pneumatika. Řekli jsme si ano, zkusíme vytvořit novou službu a nabídnout naše kola nejen samostatně, ale i s TPMS senzorem a v kompletu s pneumatikou. Spolupracujeme nejvíce s japonskou značkou Falken, která patří ke špičce co do poměru cena/výkon, což je důležitý argument pro importéry aut. Naším partnerem pro kompletaci je společnost O.K. Trans, se kterou rozvíjíme tuto velmi zajímavou doplňkovou činnost.

Možná by neškodilo poskytnout pár čísel...

Dnes má ALCAR Bohemia obrát asi 400 milionů korun, dříve to bylo 250. Změny a rozšiřování sortimentu přirozeně souvisí s technologickým vývojem. Nové produkty tvoří přibližně 20 % obrátu, což je významný podíl a doklad toho, že člověk musí mít stále hlavu otevřenou a všimát si, jakým směrem se svět vyvíjí. I náš původní produkt, kola, se změnil. Dříve byl poměr prodeje ocelových a litých kol jedna ku čtyřem ve prospěch ocelových, dnes je to téměř padesát na padesát. A co je velmi důležité, za poslední roky kola ohromně narostla. Zatímco před dvaceti lety se na 17palcové kolo seběhla podívat celá dílna, dnes je to absolutní standard. Takže menší počet kusů větších kol obrátově nahradí větší počet roz-



měrově menších kol. Některá dražší auta dnes ani nemají alternativu v ocelových kolech a jako druhou sadu koupíte pouze kola litá.

Od jara jste rozšířili sortiment o dojezdová kola pro každý vůz. Je o ně zájem?

Věříme, že i tento náš nový produkt bude úspěšný. Nabízíme škálu více než 200 artiklů a s více než 2000 aplikacemi na vozidla pokrýváme všechna běžně jezdící vozidla na našich silnicích. Balení obsahuje dojezdové kolo s litým nebo ocelovým kolem, zvedák, kolový klíč a praktický textilní obal na zip. Každé dojezdové kolo dodáváme nahuštěné na maximální povolený tlak a připravené k okamžitému použití.

Jak se chystáte na zimu?

Samozřejmě zásobujeme sklad ocelovými i litými koly a těšíme se, až vypukne sezóna přezouvaní. Pro motoristy, kteří si chtějí nechat litá kola doporučit, jsme opět předvybrali z naší bohaté nabídky osm designů vhodných pro zimní provoz a v rámci naší tradiční akce Elegance i v zimě je maximálně cenově ztraktivní. Před samotnou koupí si může každý prohlédnout, jak budou kola vypadat na jeho automobilu v unikátním ALCAR 3D konfigurátoru kol na www.alcar.cz. K sadě litých kol značek AEZ a DOTZ mohou motoristé získat ještě praktický bonus navíc. V případě, že si k jakémukoliv designu od značky AEZ nebo DOTZ objednají ke kolům bezpečnostní šrouby či matice Sicuplus, dostanou je až do 30. listopadu od ALCARu zdarma. A na co bych rád upozornil: v poslední době se mění způsob fungování STK směrem ke spolehlivějšímu posuzování technických nedostatků vozidel. S homologovanými koly od ALCARu mohou motoristé na STK, při policejní kontrole i v pojišťovně zůstat v klidu. Vedle tříleté záruky se mohou spolehnout na to, že v přípa-



dě potřeby jim rádi na zakoupená kola vystavíme Typový list zdarma, a to i po mnoha letech od jejich koupě. Všechna data a homologace, včetně těch k již nevyráběným designům, máme bezpečně uložena v naší databázi.

Mění se struktura vašich zákazníků, například spolupracujete více s velkoobchody, e-shopy?

Určitě se struktura zákazníků časem mění s tím, jak se proměňuje celý trh. Před 25 lety to byly čistě jen pneuservisy, autoservisy a několik málo car dealerů. Postupně vznikaly e-shopy, velkoobchody s náhradními díly na automobily atd. My jsme konzistentní v tom, s kým a jak spolupracujeme, nechceme nikoho předbíhat ani obcházet. Ve finále je nám jedno, jestli fakturujeme přímo, nebo přes velkoobchodního partnera, i když zásilka jde přímo na jeho klienta. Pro menšího zákazníka je důležité objednat si gumu a disk najednou a my to respektujeme a podporujeme. Velkoobchody si instalují náš konfigurátor do svého systému a část objednávky, která se týká kol, se pak rovnou překlápí do našeho systému. Pro nás má každý zákazník stejnou cenu, poskytujeme každému ochotně všechny naše služby, rádi ho pozveme na naše školení atd. A pro velkoobchody je zase důležité vědomí, že jejich zákazník od nás dostane plnou podporu.

Elektromobilita je diskutovaný trend, ale třeba se svět pohne úplně jiným směrem. Myslíte si, že jde skutečně o řešení, které planetě pomůže?

Všechno má svá pro i proti. Elektromobilita přináší do měst čistší vzduch, méně hluku, velké výzvy, učí řidiče vnímat auto jinak. Elektromobilita otevřela otázky ochrany životního prostředí ze všech možných úhlů pohledu. Lidé se ptají, jestli je přenosová síť kapacitně dostatečná k tomu, abychom všichni mohli dobíjet, přibývá dobíjecích stanic, vznikají nové projekty, o nichž se nám před pár lety ani nesnilo. Já osobně v elektromobilitě hledám to pozitivní. Jsem totiž svým založením věčný optimista.

Máte čas také chodit pěšky?

Jsem motoristický fanda a za volantem strávím spousty času, to ano. Ale pokud to časově jen trochu jde, snažím se nezanedbávat ani pohyb.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■



S dobrou pamětí přichází zdravé sebevědomí



Jakub Pok

foto Petr Kozlík

Jakou výhodu skýtá člověku dobrá paměť?

Podle mých zkušeností za 14 let vedení kurzů Školy paměti mohu říci, že s dobrou pamětí přichází zdravé sebevědomí – a s tím nevyhnutelně i větší úspěchy. Představte si, že jste na pracovním mítinku, kde je 30 lidí, a zapamatujete si jména všech přítomných – vzbudíte tím u nich neuvěřitelný respekt! Jste obchodník a máte v hlavě všechny informace o produktech a klientech. Už pro klienty nejste obchodník, ale profesionál a také přítel, za kterým příště přijdou, když si budou chtít něco koupit. Pamatujete si, co vám rodina a kamarádi říkají. Víte, kdy mají výročí a narozeniny, pamatujete si jména nových lidí a rychle získáváte nové přátele. Důležitá čísla nebo hesla si snadno zapamatujete a nemusíte si je neustále někým psát a hledat je. Můžete splnit jakoukoliv zkoušku bez trémy a stresu. Zkrátka všechno, co se chcete naučit, nový jazyk nebo jakoukoliv dovednost, se s dobrou pamětí naučíte rychle a bez problémů.

Když si toho ale pamatujeme příliš, nepřetěžujeme se?

Na paměťových technikách je skvělé, že je můžete použít právě v okamžiku, kdy si opravdu potřebujete něco zapamatovat. Na nedůležité

Nebudete mi to věřit, ale setkala jsem se více než před 30 lety asi s dvouletým hošíkem, který uměl z paměti všechna jména členů naší vlády. Bylo to těsně po sametové revoluci a jeho rodiče mívali celý den puštěnou televizi. A chlapec mimoděk poslouchal a poslouchal... Nevím, zda byl geniální, nebo zda tehdejší televizní zpravodajství bylo tak uhrančivé, že malé děcko dovedlo k nadstandardnímu výkonu, pravdou však je, že na to dodnes ráda vzpomínám. Zejména tehdy, když se zamýšlím nad tím, co dělám: záměrně jsem se naučila si toho moc nepamatovat. Jakub Pok, autor knihy *Dokonalá paměť*, již vydal Nakladatelský dům Grada v těchto dnech, by nade mnou asi kroutil hlavou. Možná by mne začal přesvědčovat, abych svůj vztah k paměti změnila. Je totiž výjimečným mužem. Díky technikám, které zvládl, si umí a chce, na rozdíl ode mne, zapamatovat opravdu cokoli.

věci je zkrátka nepoužijete. Samozřejmě, že si nemusíte pamatovat všechna telefonní čísla v telefonu, ale třeba PIN, rodná čísla dětí, číslo občanského průkazu, SPZ vašeho auta nebo IČO firmy by nebylo špatné mít v paměti. Základem je zkrátka vybírat, co je pro vás důležité, a co ne. Na druhou stranu bych paměť tolik nepodceňoval. Lidé mají často pocit, že by si informace měli raději zapsat do diáře nebo mobilu, aby svoji hlavu nezahltili. Kapacita naší paměti je ale mnohem větší, než si myslíme. Dá se říci, že je de facto neomezená. Aby nám ale paměť fungovala dobře, je třeba nespolehat se neustále jen na mobil a občas si informace jednoduše uložit do paměti. Uvidíte, že jakmile budete své paměti důvěřovat a mozek více zapojovat, budete bystřejší a informace si budete vybavovat rychleji.

Vy jste paměťový fenomén. Prý jste schopni si zapamatovat 52 kanastových karet v přesném pořadí za méně než dvě minuty nebo 25 telefonních čísel do pěti minut. Nezblázníte se z toho za čas? Umíte své paměti také ulevit?

Zapamatovat si takto na rychlost čísla nebo karty zvládnou, ale vězte, že je to otázka správné techniky a tréninku. Účastníky kurzů Školy paměti takové paměťové techniky učím a s trochou péle je podobných výkonů schopný každý. Tím, že techniky používám cíleně, není problém paměti „ulevit“. Prostě je použiji jen na to, co si chci nebo potřebuji zapamatovat. Já k tomu z profesních důvodů techniky někdy používám cíleně i pro trénink. Třeba ráno před kurzem si většinou ukládám do paměti všechna telefonní čísla účastníků školení. Ne že bych čísla potřeboval, ale potrénuji si paměť a také jim mohu

ukázat, co vše je s technikou možné. Po školení ale čísla už nepotřebuji, takže je neopakují, až sama postupně z paměti zmizí. Nejsem jako Kim Peek, který byl předlohou pro film *Rain Man* – ten si pamatoval úplně vše, ale bohužel neuměl mazat. Umět vybírat důležité věci, a ty nepotřebné upozadit, je důležitou schopností naší paměti. Bez toho bychom se asi opravdu zbláznili. Pokud se někdy člověk cítí přeci jen trochu „přetížen“ množstvím informací, je dobré umět se uvolnit a relaxovat. Vypnout mobil a všechny přístroje, které na nás chrlí další informace, a dopřát si digitální detox. Já to dělám pravidelně, k tomu ještě přidávám pár technik na zklidnění mysli a lepší koncentraci, a člověk se hned cítí mnohem lépe.

Jste mnohem zdatnější než většina z nás. Nelákalo vás někdy tyto schopnosti a dovednosti využít více, než je obvyklé? Zneužít jich?

Je pravda, že někteří lidé se paměťové techniky naučili záměrně proto, aby zvládli počítat karty v kasinu. Přiznám se, že to mě vůbec nelákalo. Maximálně jsem se kdysi párkrát sázel se známými, kolik si zapamatuji čísel, karet nebo binárních čísel do pěti minut, ale to spíš pro pobavení u piva. A hlavně teď už by se se mnou asi nevsadili! Mně spíš připadalo, že je škoda, že se o paměťových technikách moc neví. Proto jsem se rozhodl před 14 lety založit Školu paměti, kde lidem dáváme nástroj, jak si zapamatovat cokoli rychleji a trvaleji.

Co se v ní mohou účastníci všechno naučit?

Naučíme je všechny základní i pokročilé paměťové techniky. Každý si zde najde jejich po-

Aby nám ale paměť fungovala dobře, je třeba nespolehat se neustále jen na mobil a občas si informace jednoduše uložit do paměti.

užití pro to, co zrovna potřebuje. Účastníci kurzů se naučí, jak si zapamatovat jména, termíny, výročí, ale třeba i to-do list, prezentaci nebo odborný text. Jde mi hlavně o praktické využití technik, které se jim hodí v každodenním i pracovním životě. Studenti se pak naučí nejrůznější techniky, které jim pomohou pamatovat si lépe čísla, komplikované pojmy, zeměpisné názvy, pravopis, ale také se dovědí, jak se připravit na jakoukoliv zkoušku a jak správně opakovat, aby informace zůstávaly v paměti. Oblíbený je také specializovaný Kurz zrychleného učení cizích jazyků, kde si lidé osvojí paměťovou techniku na slovíčka a postup, jak správně zpracovat jazykovou učebnici a naučit se cizí jazyk za 6–12 měsíců.

Kdo je vaším nejčastějším žákem?

Nejčastěji přicházejí lidé ve středním věku, kteří mají pocit, že se jim paměť zhoršuje. Myslí si, že je to věkem, ale většinou je to způsobeno tím, že v práci často používají paměť spíše pasivně. Takže je potřeba ji trochu nakopnout. Hodně kurzy navštěvují studenti středních a vysokých škol, kteří se musí vypořádat s obrovským množstvím informací, které je potřeba se naučit. Nikdo jim ale ve škole neřekl, jak se to mohou naučit! A to se dovědí u nás na kurzu. Samozřejmě přicházejí i aktivní senioři, kteří chtějí zůstat mentálně fit. A stále více se na kurzech a firemních školeních setkávám s velmi úspěšnými lidmi – manažery, podnikateli, kteří na sobě chtějí dál pracovat a být ještě lepší. Uvědomuji si, že důležité je zůstat aktivní, neustoupit na vavřínech a posouvat se neustále dál.

Potřebují lidé z businessu trénovat paměť? Proč především?

Znám nespočet příkladů, kdy lidem paměťové techniky pomohly v jejich práci a podnikání. Na kurz třeba kdysi přišel generální ředitel jedné velké firmy – velmi úspěšný člověk, který na sobě neustále pracuje. Po nějaké době objednal několik školení pro všechny zaměstnance. Říkal mi, že chce všem ve firmě zprostředkovat možnost osvojit si techniky, které jemu umožnily pamatovat si, co kdo řekl na předchozí poradě, pozdravit jménem zaměstnance, které potká na chodbě, nebo pamatovat si detaily o svých obchodních partnerech. To vše způsobilo, že měl u ostatních obrovský respekt. Podle mě zkrátka obchodník, který nemusí lovit informace o produktech neustále v katalogu, získá u klientů důvěru. Člověk, který často prezentuje a zvládne to bez čtení slajdů, dělá rozhodně větší dojem. Projektový manažer, který má stěžejní úkoly a termíny v hlavě, je mnohem efektivnější. Přesně ví, co kdy udělat, a neplánuje věci nahodile. A asistentka, která si pamatuje věci, které na ni šéf vychrlí, je zkrátka poklad.

Jaké výhody to skýtá?

Myslím, že firma s motivovanými zaměstnanci s dobrou pamětí bude mít jednoznačně větší

úspěch. V některých firmách školíme pravidelně a na kurzy máme perfektní ohlasy – jsou jedny z nejvíce oblíbených a nejlépe hodnocených. Účastníci se sice dva dny maximálně soustředí, ale zároveň se u toho i baví a odcházejí s řadou prakticky aplikovatelných technik, které využijí v každodenním i pracovní životě.

A funguje lépe paměť žen, nebo mužů?

Je známo, že mužský a ženský mozek se liší nejen svou strukturou, ale i biochemií. S otázkou, zda funguje lépe paměť mužů, nebo žen, jsme ale spíše v rovině spekulací. Jak krásně píše profesor Medina ve své knize Pravidla mozku, neurovědci jsou schopni se málem poprat o to, jaký má určitá struktura mozku vliv na jeho funkčnost. Konkrétní zjištění různých studií ohledně paměti mužů a žen jsou velmi



kontroverzní, jelikož se pak často ukáže, že vědci zkoumali pouze jeden faktor. Občas se tedy objevují studie, že ženy mají lepší paměť než muži, ale velmi zde záleží, jaký typ paměti se testuje. Ženy si obecně pamatují emocionálně významné události, lépe si zapamatují třeba to, co kdo říkal nebo jak vypadal. Z pohledu paměťových technik je to naprosto logické – techniky využívají právě toho, že pokud je něco zajímavého a nabitého emocemi, mozek má tendenci si takovou informaci zapamatovat lépe. Většinou si velmi dobře pamatujeme situace, jak jsme před mnoha lety přede všemi zkopli na maturitním plese, ale už nevíme, co jsme měli včera k obědu. První situace na plese je plná emocí a budeme si ji pamatovat i po letech, kdežto co jsme měli k obědu, náš mozek nijak nezaujalo. Pokud tedy ženy při zapamatování zapojují více emoce, není divu, když si pak danou informaci zapamatují lépe. Je zajímavé, že když bych srovnával výsledky mezi muži a ženami, pokud si mají něco zapamatovat pomocí paměťové techniky – například seznam pojmů nebo čísla, nevidím mezi pohlavími žádný velký rozdíl. Já se tedy domnívám, že rozdílné schopnosti jsou spíše než pohla-

vím způsobeny tím, zda dotyčná osoba používá mozek více v souladu s tím, jak funguje naše paměť, a zda při zapamatování informací zapojuje představivost a emoce.

Hodně se mluví o rekvalifikacích starší generace, aby byla lépe využitelná v naší ekonomice. Myslíte si, že když by tito lidé, třeba zájemci nad 50+, svoji paměť zdokonalili, že by byli lépe zaměstnatelní, že by se lépe uplatnili na trhu práce? Jaké obory by o ně stály?

Důležité je se neustále dál vzdělávat. Ukončením střední nebo vysoké školy zkrátka proces učení nekončí. V dnešní rychlé době je zapotřebí se stále něco nového učit a přizpůsobovat se novým okolnostem. A k tomu patří jednoznačně i dovednost se další věci rychle naučit. Často právě lidé nad 50 let přicházejí na můj kurz s tím, že musí „na stará kolena“ kompletně změnit obor a osvojit si velké množství informací z úplně nové oblasti. Nebo jejich firmu koupila německá společnost a musí se do půl roku naučit německy. U nás si osvojí paměťové techniky, a mají tak nástroj, jak se rychle naučit prakticky cokoliv nového. S tím přichází i větší sebevědomí a chuť pustit se do jiné oblasti. Takový zaměstnanec je pro každou firmu jednoznačně víc než využitelným.

Ve kterých odvětvích lidské činnosti je tedy vycvičená paměť velkým přínosem? Třeba je to výhoda pro historiky, vysokoškolské studenty, matematiky, lékaře? Využívá se neobvykle dobrá paměť při práci tajných služeb nebo v činnosti hackerů?

Měl jsem na kurzech a školeních za posledních 14 let tisíce studentů nejrůznějších oborů a mnoho lékařů, učitelů, ale i obchodníků, manažerů, vědců, techniků, pracovníků v sociálních službách, úředníků, daňových poradců, nebo třeba i herců. Není oblast, kde by techniky nepomohly. Obávám se, že u tajných služeb a hackerů je jejich práce příliš utajená na to, abych přesně věděl, jaké techniky používají. Nicméně Jamese Bonda by špatná paměť v jeho práci určitě limitovala, když by si nezapamatoval kód nebo adresu, kterou mu někdo sdělí těsně před tím, než naposledy vydechne. Minimálně u tajných služeb je dobrá paměť stěžejní a domnívám se, že ve své práci tito lidé některé paměťové techniky určitě využívají.

Mohla by mi takřka dokonalá paměť pomoci k výhře ve Sportce?

Jestli máte na mysli naši novou knihu Dokonalá paměť – Jak si zapamatovat úplně cokoliv, která právě vychází v Nakladatelském domě GRADA, tak myslím, že vám přinese do života více než výhra ve Sportce. A teď vážně – málo komu výhra ve Sportce přinesla v životě dlouhodobě spokojenost a úspěchy. Na rozdíl od dobré paměti!

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Dobrý time management je absolutní základ



Mgr. Ing. Jakub Mertl, Ph.D.

Jak být zodpovědným manažerem i tátou na pravém místě? Otázka, která v mnohých případech teprve hledá svoji odpověď. Sladit kariéru s rodinnými povinnostmi nebývá vždy jednoduché, ne každý to dokáže. S naplněním představ bojují ženy i muži. Šéfky i šéfové. Existuje mnoho různých knížek, rad, metod, jak na to. Ani ty však nemusí být pro praxi přínosem. Jednodušší možná bývá, když se člověk seznámí se zkušeností. Když sám o sobě trochu přemýšlí a ujasní si své místo pod sluncem. A rozhodne se, že udělá vše pro to, aby i jeho život byl příběhem plným radosti, povzbuzením pro ostatní i zážitkem pro něj samotného. Mgr. Ing. Jakub Mertl, Ph.D., zastává ve finanční skupině UNIQA pozici Chief Risk Officer. To samo o sobě znamená umět ukočírovat čas, prostor i emoce. Zvládat sám sebe, svůj tým, nespočet pracovních povinností. Jako otec čtyř malých dětí ale potřebuje plnit i roli plnohodnotného táty, který je organickou součástí velké rodiny, ale také manželem, parťákem do nepohody. Jak na to? Zkuste se inspirovat:

Vysoká manažerská pozice nejen dotváří profil muže, ale bývá to i naplnění jeho podvědomé touhy, potřeby, seberealizace, zkouška jeho schopností a dovedností. Čas i cesta jeho seberozvoje. Čím je pro vás?

Osobně vnímám svoji pozici člena představenstva jako, směle řečeno, jakési vyústění posledních 15 let, které ve finanční skupině UNIQA započalo již při studiu na vysoké škole. Postupně jsem se kariérně posouval, získával odbornost, a samozřejmě i manažerské zkušenosti.

Jaká úskalí vnímáte na tomto modelu života?

Vysoká manažerská pozice s sebou logicky přinesla celou řadu aktivit, které se dějí mimo „standardní pracovní dobu“, tedy množství pracovních večerů, služebních cest, či dokonce víkendů, znamená výrazně více cestování. Z čehož automaticky plyne i výrazně méně času na rodinu, nebo spíše nemožnost plánování si pravidelných aktivit, jak jsem byl v minulosti zvyklý. Dneska už těžko mohu garantovat,

že budu vozit nejstaršího syna na šachy či florbal v pravidelném čase každý týden. Na druhou stranu si ale mohu kalendář do jisté míry flexibilně upravit a zároveň na řadu pracovních akcí se snažím rodinu brát s sebou.

Obecně totiž UNIQA podporuje sladování rodinného a pracovního života a snaží se, nejen ve vztahu ke svým zaměstnancům, být maximálně prorodinnou společností.

A naopak, čím vás role vrcholového manažera naplňuje, co vám dala a měla by dát?

Je úžasné být součástí moderního směřování společnosti s 30letou historií a pomáhat nastavovat strategii jejího rozvoje i sledovat, jak se postupně mění z původně velmi tradiční na moderní, maximálně orientovanou na zákazníka a jeho potřeby. I za své relativně krátké působení vnímám, jak zásadně se změnil můj úhel pohledu z čistě odborného matematického na prakticky jen manažerský s nutností dělat rozhodnutí, kdy máte relativně málo času a musíte spoléhat na ostatní kolegy. Mám velké štěstí, že jak můj vlastní tým, tak kolegové z představenstva jsou odborníky na svém místě a mohu se na ně vždy spolehnout.

Takže ano, zápasíme s časem úplně všichni, protože den má jen 24 hodin a vedle práce chceme trávit čas s rodinou, nebo dokonce se věnovat i svým koníčkům atd. Ale základ je umět se v daném „neřádu“ dobře orientovat a nebrat to jako nějaké selhání, ale naopak jako běžný chod věcí.

Zápasí opravdu všichni manažeři s časem tolik, jak se to o nich tvrdí?

Osobně se domnívám, že je to velký mýtus. Jako všechno v životě je i tato otázka priorit a vlastního nastavení. Samozřejmě, že jsou období, kdy to nejde jinak, než danému problému nebo situaci věnovat ohromné množství času v relativně krátké době, ale takových je minimum a s dobrým plánováním a kolektivem je lze výrazně omezit. Já osobně jsem zvyklý řídit paralelně hned několik projektů již z minulosti, kdy jsem vedle svojí vlastní práce v oblasti pojistné matematiky vedl velký neziskový projekt zaměřený na pomoc lidem s hendikepem a který vedu i nadále.

Z osobní zkušenosti vím, že i ti odborníci, kteří se efektivním využitím času, jeho správnou organizací, zabývají, s tímto fenoménem zápasí stejně jako ti, kteří se touto veličinou nezaobírají... Spěchají a improvizují jako všichni ostatní. V čem je háček?

Improvizace je nezbytná a neoddiskutovatelná součást manažerské pozice. A je do velké míry právě ukázkou schopností každého jednoho manažera. Ten dobrý ale v daný náročný čas dokáže vyřešit mnohonásobně více než kdokoli jiný. Takže ano, zápasíme s časem úplně všichni, protože den má jen 24 hodin a vedle práce chceme trávit čas s rodinou, nebo dokonce se věnovat i svým koníčkům atd. Ale základ je umět se v daném „neřádu“ dobře orientovat a nebrat to jako nějaké selhání, ale naopak jako běžný chod věcí. Nejdůležitější je se tím nestresovat a nenechat se rozhodit. Věci se prostě mění a vyvíjejí, a my na to musíme reagovat.

Máte čtyři syny, které vychováváte s manželkou, jež podniká. Jak zvládáte takové soužití, povinnosti i radosti? A co je při tom všem nejdůležitější?

Dobrý time management je absolutní základ. Někdy se s manželkou jenom potkáme ve dveřích, nebo si dokonce měníme někde cestou auta, abychom dokázali splnit všechny své povinnosti. Ale oba jsme si velkou rodinu přáli, jsme neskutečně šťastní, že se nám to podařilo, máme nádherné a neuvěřitelně skvělé, chytré kluky a hrozně rádi s nimi trávíme čas. Cestujeme s nimi po celém světě, jezdíme v zimě na lyže, chodíme po horách a celkově se oba s manželkou snažíme být opravdu aktivními rodiči. A zároveň si moc dobře uvědomujeme, že je zásadní pečovat i o náš partnerský vztah, takže se pravidelně snažíme trávit určitou dobu jen my dva spolu. Na druhou stranu někdy je to na úkor právě spánku.

A kolik hodin spíte?

Většinou se snažím aspoň šest hodin. Jsou dny, kdy je to méně, někdy i výrazně, ale o to více se pak snažím to dopsat o víkendu, kdy klidně usnu u čtení pohádky synům nebo si s nejmenším dám „dvacet“ při poledním klidu.

Co vám pomáhá k tomu, abyste vše a bez výčitek svědomí skloubil? Umíte v práci myslet jen na své profesní úkoly a doma se věnovat pouze rodině? Nebo se to prolíná a je to pro vás úplně normální, možná i příjemné?

Právě koncentrace vždy buď na pracovní problematiku, nebo naopak na rodinu. Naučil jsem se během covidu velmi dobře zvládat pracovat z domova a při důležitých

Až rodina mi ukázala, co je v životě zásadní a co jsou ty nejdůležitější priority. A díky tomu už mne v práci jen máloco skutečně rozhodí, a naopak díky mnohým manažerským dovednostem dokážu kolikrát lépe zorganizovat leccjakou rodinnou aktivitu...



jednáních dokážu absolutně „ignorovat“, že se kluci vedle perou nebo se něčím polili. Opačně je to někdy složitější, když přijde třeba zásadní e-mail si ho u večere nepřečíst, ale řekl bych, že se to hodně zlepšuje a maximálně se snažím volný čas s rodinou věnovat skutečně jen jí a práci neřešit. Ne vždy je to však možné. Ale například již dokážu nevzít si na dovolenou pracovní notebook. Většinou.

Skoro nemám odvahu zeptat se, jestli máte náladu a možnost věnovat se nějaké zálibě, ať už je to sport, knížky, vaření...

Když jsme ještě neměli děti, tak jsme s manželkou pravidelně sportovali, chodili jsme běhat, do fitka nebo třeba na volejbal či badminton, teď už je toho času tak málo, že když si ve středu vyrazíme sami na rande, jdeme většinou jen na večere-

ři. Ale pořád rád odjedu s partou kamarádů z gymplu na čundr, s dětmi pod stan, v zimě miluji lyžování. A vaření je moje oblíbená odpočinková aktivita. Večere pro rodinu většinou připravuji já. Manželka se stará o jídlo dětí během dne, ale večere bývá moje. Je to moje hobby a odreagování zároveň.

Obohatila vaše profesní dráha rodinný život? Máte například na některé záležitosti větší nadhled? Stal jste se pro své děti vzorem úspěšnosti?

Věřím, že jsme s manželkou pro děti vzorem, že člověk by měl jít za svými sny, věnovat se svojí práci poctivě, pečlivě, a hlavně být trpělivý. Úspěch, obecně, nepřichází přes noc a je nutné pro něj něco (mnoho) udělat. Každopádně až rodina mi ukázala, co je v životě zásadní a co jsou ty nejdůležitější priority. A díky tomu už mne v práci jen máloco skutečně rozhodí, a naopak díky mnohým manažerským dovednostem dokážu kolikrát lépe zorganizovat leccjakou rodinnou aktivitu...

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■

Každý je rád příjemně překvapen

Action, nejrychleji rostoucí evropský diskontní řetězec s nepotravinovým zbožím, dosáhl dalšího významného milníku na českém trhu: v červenci otevřel svoji již 50. lokální prodejnu. Nová pobočka Action se nachází v pražském obchodním centru Šestka. Řetězec Action vstoupil na tuzemský trh v srpnu 2020. Od té doby si jeho autentický koncept založený na bohatém výběru 6000 položek ze 14 produktových kategorií, skvělé kvalitě zboží a nejnižších cenách získal přízeň zákazníků napříč kraji České republiky. Například více než 1500 artiklů lze u Action pořídit za méně než 25 Kč, průměrná cena produktu nepřesahuje 50 Kč. V době silné konkurence si Action našel svou cestu rozvoje jednoznačně a nekompromisně. Proč funguje, mi naznačil Sławomir Nitek, regionální ředitel Action pro Polsko, Českou republiku, Slovensko a Rakousko:



Sławomir Nitek

Jste nejrychleji rostoucí evropský diskontní řetězec s nepotravinovým zbožím. Jak se podařilo dosáhnout takové mety?

Jedinečnost Action zákazníci milují bez ohledu na to, kde se právě nacházejí – v Nizozemsku, Belgii, Lucembursku, Francii, Německu, Rakousku, Polsku, České republice, Itálii, Španělsku nebo na Slovensku. Autentický koncept je založen na široké nabídce výrobků ve 14 různých kategoriích za nejnižší ceny, přičemž dvě třetiny sortimentu se neustále mění. Návštěva prodejny je tak vždy překvapivá, a právě to mají zákazníci na Action rádi. Dostanou zde téměř vše, co potřebují pro svůj každodenní život, a také mnoho položek, které jim život usnadní, zpestří nebo udělají zá-

bavnější. Zároveň ale vědí, že za ty nejnižší ceny je stále více výrobků pocházejících z udržitelných zdrojů.

Také v České republice si vedete velmi dobře a v červenci jste otevřeli svoji 50. prodejnu. Je zároveň sedmá na území Prahy. Jaký je zájem kupujících?

Od našeho vstupu na lokální trh pozorujeme, že Češi obecně rádi utrácí méně, zato za kvalitní výrobky. Proto je zde náš koncept tak úspěšný. Při současné inflaci je pro zákazníky stále důležitější poměr ceny a kvality, a to u všech produktových kategorií. V Action přitom věříme, že svíčky, zápisníky nebo bytové dekorace mohou být pro zákazníka stej-

ně podstatné jako prací prášek, zubní pasta nebo nové spodní prádlo. Myslíme si, že v tomto složitém období bychom se měli i nadále soustředit na to, co nás odlišuje, a tím jsou především kvalitní výrobky za co nejnižší cenu. Mezi ně patří jak známé značky, tak ty privátní, které se snažíme nabízet levněji než konkurence.

Základním principem Action a naší cenové strategie jsou nejnižší ceny na trhu. V roce 2021 jsme zlepšili naši relativní cenovou pozici vůči konkurenci a očekáváme, že si ji udržíme i v budoucnu.

Neobáváte se konkurence? Přece jen nepotravinářský sortiment najdeme v každém hyper a supermarketu, v každém řetězci, na trhu je rovněž spousta menších papírnictví, kancelářských potřeb apod. Přes e-shopy se dá pořídit už skoro všechno, nač si člověk vzpomene...

Action nemá jednoho konkurenta. Konkuruje si konkrétními produkty ve 14 různých kategoriích s mnoha různými prodejci (např. osobní hygiena – drogerie, potraviny/nápoje – supermarket, barvy, nářadí – obchody pro kutily). Svým zákazníkům nabízíme více, než očekávají, za méně, než si představují. Každý je rád příjemně překvapen. A přesně to děláme každý den: Překvapujeme naše zákazníky širokým, neustále se měnícím sortimentem a jedinečnou kombinací zmíněných 14 produktových kategorií. To vše opravdu za nejnižší ceny bez kompromisů v oblasti kvality, bezpečnosti či odpovědného přístupu k získávání surovin.

Lidé jsou stále pohodlnější, také hodně šetří časem, v covidových letech hojně nakupovali online. Nebojíte se, že za čas opustí kamenné prodejny?

Pro mnoho lidí je návštěva Action více než jen nakupování. Je to pro ně způsob, jak strávit čas. Při prohlížení výrobků se mohou inspirovat, seznámit se s naší širokou nabídkou a po každé objevit nové zboží. Proto Action nejlépe funguje jako kamenný obchod. Nicméně rozvoj e-commerce pozorně sledujeme a digitální služby jsou důležitou součástí komunikačního mixu Action. Naše webové stránky jsou ústředním kontaktním místem: zákazníci se

Zákazníci u nás najdou široký, překvapivý a neustále se měnící sortiment s více než 6000 různými produkty, z nichž dvě třetiny se neustále obměňují. Každý týden představujeme více než 150 nových výrobků.



zde mohou inspirovat, prohlédnout si nejnovější nabídku a sepsat nákupní seznam.

Na domácím trhu nejste dlouho, vlastně teprve třetím rokem. Co návštěvníky prodejen láká především?

Za největší konkurenční výhodu považujeme náš koncept, který se vyznačuje překvapivým sortimentem a nejnižšími cenami. Prodáváme základní věci pro každodenní spotřebu i drobnosti, které usnadňují život, dělají ho pestřejším nebo zábavnějším. Zákazníci u nás najdou široký, překvapivý a neustále se měnící sortiment s více než 6000 různými produkty, z nichž dvě třetiny se neustále obměňují. Každý týden představujeme více než 150 nových výrobků. Hodnotu pro nás ale neztělesňuje jen nejnižší cena. Kupující oceňují kombinaci nízkých cen bez ústupků, pokud jde o kvalitu nebo odpovědné získávání surovin, jak jsem již naznačil.

Jaká je tedy filozofie prodeje, váš koncept? Dá se shrnout do několika vět?

Představte si obchodní dům s mnoha druhy zboží v různých odděleních. Stejně jako Action. Avšak se dvěma výraznými rozdíly: Action nabízí nejnižší ceny a dvě třetiny sortimentu se neustále mění. Každý týden najdou zákazníci v našich obchodech 150 nových produktů. Ve 14 kategoriích, od dekorací, DIY a kancelářského vybavení přes kutilství, sport a osobní péči až po hračky. Kupující zde pořídí vše, co potřebují pro svůj běžný život, a nejen to. Nízké ceny navíc nemusí být v rozporu s dobrou kvalitou nebo odpovědným přístupem k získávání surovin. Neustále pracujeme na zlepšování kvality našich výrobků díky rostoucímu týmu řízení kvality. A díky naší politice etického získávání surovin i několika směrnicím pro jejich udržitelné získávání vytváříme základ dodavatelského řetězce, který respektuje a podporuje životní prostředí i lidi.

Čím hodláte překvapit návštěvníky před Vánocemi? A bude otevřeno i na Štědrý den?

Sezónní produkty jsou důležitou součástí naší nabídky. Vidíme, že zákazníci si oblíbili náš sezónní sortiment, což samozřejmě platí i pro ten



Myslíme si, že v tomto složitém období bychom se měli i nadále soustředit na to, co nás odlišuje, a tím jsou především kvalitní výrobky za co nejnižší cenu. Mezi ně patří jak známé značky, tak ty privátní, které se snažíme nabízet levněji než konkurence.

je i vánoční sortiment pečlivě vybírán našimi nákupčími. Hledáme zboží, jež osloví velkou skupinu zájemců. Proto naši nákupčí neustále sledují nadcházející trendy i sezónní novinky.

Udržitelnost podnikání je pro vás již samozřejmost. Prozradíte plány do blízké budoucnosti?

Věříme, že se na základě snížení produkce odpadu a emisí CO₂ Action stane ekologicky neutrální společností. Naši strategii jsme postavili na čtyřech pilířích: Lidé, Planeta, Produkt, Partnerství. Pracujeme na neustálém zlepšování výrobků, jež nabízíme, i dodavatelského řetězce a na snižování naší ekologické stopy. Pro náš budoucí a odpovědný růst je zá-

sadní udržitelné získávání zdrojů i výroba. Proto jsme ke konci roku 2022 snížili spotřebu energie v prodejnách, zvýšili podíl obnovitelné energie a zavedli bionaftu HVO pro provoz našich vlastních nákladních automobilů. Výsledkem bylo snížení emisí CO₂ v rozsahu 1 a 2 o 40 %. Do roku 2022 naše prodejny, distribuční centra a kanceláře využívaly z 90 % zelenou energii. A pokračujeme dále: naším cílem je vybavit všechny naše prodejny LED osvětlením, přičemž aktuálně je instalováno v 95 % z nich. Chceme také, aby všechny naše prodejny fungovaly bez závislosti na plynu. V současné době to platí pro 85 % prodejen a milník 100 % chceme pokořit v příštím roce.

Řídíte Action v Polsku, Česku, Slovensku a Rakousku. Je zajímavé srovnávat potřeby zákazníků v jednotlivých zemích a jejich chování? Liší se od sebe? Kdo je spíše uvážlivý, kdo zase více akční a emocionální?

Účel, s nímž k nám chodí naši zákazníci, je stejně rozmanitý jako oni sami: někteří přicházejí bez nákupního seznamu a chtějí se jen inspirovat. Vědí, že každý týden nabízíme něco nového. Jiní potřebují věci pro konkrétní příležitost, například narozeninovou oslavu nebo svatbu nejlepšího přítele, a hledají dekorace, dárky nebo DIY produkty. A pak jsou tu ti, kteří jdou pro konkrétní výrobek nebo přijdou s nákupním seznamem čítajícím třeba prací prostředky, domácí nebo školní potřeby.

Můžete i vy sám, osobně, ovlivnit sortiment nabízeného zboží? A co byste ještě velmi rád v České republice prodával?

Action má centralizované nákupní oddělení, které sídlí v mezinárodní centrále v nizozemském Zwaagdijku. Nakupuje zde produkty pro všech našich v současnosti více než 2300 prodejen v 11 evropských zemích. Zaměřujeme se spíše na podobnosti našich evropských zákazníků než na jejich odlišnosti, což nám umožňuje mít v zemích, v nichž působíme, přibližně z 90 % shodný sortiment. V 5–10 % může být nabídka lokálně upravena o místní značky nebo jiné produkty, které jsou v dané zemi typické.

ptala se Eva Brix

Největší oční klinika v Česku slaví 20 let

Statistice spokojených pacientů, nejmodernější vybavení, 11 klinik, přes 400 zaměstnanců, stamilionové obraty – takových bylo 20 let zlínské oční kliniky Gemini. Jaké s ní má plány do budoucna její zakladatel, majitel a světově uznávaný oční chirurg Pavel Stodůlka?



MUDr. Pavel Stodůlka, Ph.D.

Historie oční kliniky Gemini, která je momentálně největší sítí očních klinik v Česku, se začala psát ve Zlíně v roce 2003. Tehdy v budově bývalé banky působilo jen několik lékařů. V jejich čele stála kapacita české oční chirurgie Pavel Stodůlka, pod jehož vedením se klinika rychle rozrostla na 11 pracovišť, a ambice stát se nejmodernějším pracovištěm v Česku se světovým renomé se začaly velmi rychle naplňovat. „První oční kliniku jsme otevřeli před dvaceti lety ve Zlíně v budově bývalé banky. Takovou kuriozitou a památkou na bývalou peněžní instituci je stále přítomnost funkčního obrovského trezoru, který dnes slouží jako stylová zasedací místnost i s nerezovými bankovními schránkami na jedné stěně a souhvězdím Gemini na stropě. Vůbec prvním zákrokem oční kliniky Gemini byla laserová operace k odstranění dioptrií. I když podstata operace je stále stejná, je až neuvěřitelné, jak se tento zákrok během dvaceti let vylepšil. Je výrazně rychlejší, přesnější a bezbolestný. Ostatně oční chirurgie je jedním z nejrychleji se vyvíjejících medicínských oborů na světě, což nám neustále dává prostor pro zlepšování zákroků a zkvalitňování péče a služeb pro pacienty,“ řekl Pavel Stodůlka, světově uznávaný oční chirurg a přednostka sítě očních klinik Gemini.

Jméno zlínské kliniky získalo brzy po jejím otevření věhlas i v cizině, a o toto centrum tak začala velmi záhy jevit zájem i zahraniční klientela. Po otevření dalších pracovišť v regionech po celém Česku přišla v roce 2010 na řadu i nová klinika ve Vídni, která sídlí na prestižní adrese naproti Vídeňské opeře. „Počet

zahraničních pacientů stále roste. Česká oční chirurgie patří ke světovým špičkám, přitom ceny laserových operací jsou oproti západní Evropě podstatně nižší. Pacienti ze zahraničí míří na všechny naše pobočky. Značku Gemini aktuálně nese deset klinik v Česku a 13 let i jedna v Rakousku. Otevření kliniky v zahraničí bylo logickým krokem, protože právě Rakušané patřili k velké skupině pacientů, která do Česka přijížděla vyřešit své problémy se zrakem. Vídeňská klinika se v rakouské konkurenci úspěšně prosadila a počty pacientů zde každoročně narůstají. Lékaři zde ročně provedou kolem tisícovky zákroků. V příštím roce plánujeme otevřít další kliniku v zahraničí,“ řekl Pavel Stodůlka. Rostla i mateřská klinika ve Zlíně. V roce 2012 bylo otevřeno sítní-

cové centrum. To je od počátku vybaveno operačními přístroji a lasery, které pomáhají lékařům zvládnout i nejsložitější zákroky. V roce 2013 bylo slavnostně otevřeno nově vybudované laserové centrum. Uvedením do provozu se zlínská klinika stala největší oční klinikou v Česku se šesti operačními sály na více než 5000 m², kde zkušení lékaři provedou přes 13 000 zákroků ročně. V roce 2022 zde byla otevřena tkáňová banka zajišťující materiál pro transplantace rohovky. „V Česku se ročně provede kolem 500 transplantací rohovky neboli keratoplastik. Spolu s transplantací srdce, ledvin a jater patří transplantace rohovky k celosvětově nejčastějším transplantacím. I když se u transplantace rohovky na rozdíl od většiny jiných transplantací nemusí hledat shoda antigenů mezi dárce a příjemcem, čekací doba na návrat zraku nebo lepší vidění může být dlouhá až jeden rok. Vzhledem k nedostupnosti očních rohovkových tkání a dlouhé čekací době na transplantaci můžeme díky vlastní bance pomoci zlepšit zrak více pacientům a v kratším čase,“ uvedl Pavel Stodůlka.

Všechny kliniky Gemini staví své jméno na dvou pilířích – nejmodernějším vybavení operačních sálů a individuálním přístupu k pacientům. „Právě ten je velmi zásadní. Kdyby za mnou přišel sebelepší lékař, který však k pacientům přistupuje, řekneme, strojově, nepřijal bych ho. Každý pacient přichází na zákrok s jistými obavami. I když jsou laserové operace očí v dnešní době považovány za jeden z nejbezpečnějších zákroků na světě, stále jde o operaci, a je přirozené, že jsou pacienti před zákrokem nervózní a mají obavy. Naším úkolem je nejen pomoci jim od jejich problému, ale především je zbavit jejich strachu, což zvládne jen empatický lékař,“ vysvětlil Pavel Stodůlka.

Kdy se otvíraly jednotlivé kliniky Gemini?

Časová posloupnost byla tato: 2003 Zlín, 2005 Průhonice, 2006 České Budějovice, 2009 Brno a Vyškov, 2010 Ostrava-Bělský Les a Vídeň, 2013 Praha, 2016 Ostrava-Hrušov, 2017 Nový Jičín a 2019 Liberec.

(tz)



Co bych na začátku podnikání **udělal jinak**

Nedávno jsem byl na jisté konferenci a jeden z účastníků se mě zeptal, co bych udělal jinak, kdybych budoval JPF Czech se všemi znalostmi, které mám nyní. Je to otázka čistě hypotetická a vyčerpávající odpověď na ni by byla hodně komplexní, ale po krátkém zapřemýšlení mi na mysli vytanuly dvě oblasti, které bych dnes rozhodně uchopil jinak než dřív.



Ing. Jiří Jemelka, MBA

Není to soutěž v tom, kdo se zvládne uštvat kvalitněji

Tak především bych mnohem dříve přestal přemýšlet jako živnostník a stal se podnikatelem. Ze začátku jsem se neuvěřitelně pachtil. Byly časy, kdy jsem sám řídil tři projekty, aby všechno dopadlo dobře a zákazníci byli spokojeni. Měl jsem pocit, že co si sám neurvu, to se nestane. Neuměl jsem delegovat. A ono se není čemu divit. K tomu je potřeba dozrát. Jen málokdo má takový dar od Boha, že mu to sepne před třicátým rokem jeho života. Většina lidí začne delegovat až v momentě, kdy už prostě víc nezvládne. A ze začátku zvládneme opravdu hodně, jsme supermani,

kteří jedou na plný plyn každý den celý den. Samozřejmě úplně zbytečně. A kontraproduktivně.

Kdybych začínal dnes, už bych věděl, že podnikání není soutěž v tom, kdo dokáže denně odpracovat více hodin nebo kdo se zvládne kvalitněji uštvat. Podnikání je soutěž v tom, kdo dokáže věci lépe zorganizovat. Věděl bych, že bez lidí nejde vybudovat firma. A začal bych špičkové kolegy mnohem dříve hledat. A až bych je našel, mnohem rychleji bych jim důvěřoval a předal bych jim zodpovědnost za klíčové věci. Nebál bych se je nechat dělat chyby, a díky tomu se učit a posouvat dál. Byl bych taky mnohem trpělivější. Někdy věci po-

třebují chvilku, aby si sedly, ale pak vše jede jako namazaný stroj. Vytvořil bych si seznam činností, které běžně vykonávám, vybral bych pro sebe 20 % nejdůležitějších a zbytek předal kolegům. Vytáhl bych tak mnohem dříve hlavu z nikdy nekončící operativy a začal se plně věnovat strategickému řízení firmy.

Odvážnější marketing

Druhou věcí, kterou bych dělal jinak, je marketing. Již od začátku jsem si uvědomoval jeho důležitost, ale naprosto jsem podceňoval, jak efektivní dokáže být, pokud se dělá dobře. Investoval bych do něj každou volnou korunu, protože bych věděl, že se mi v čase několikrát vrátí zpět. Nebál bych se být odvážnější a jel až na úplnou hranu.

Zrada externího financování

To jsou dvě věci, které bych změnil. Ale ani při všech znalostech, které teď mám, bych nešel do externího financování. I když dnes zakládám nové firmy nebo do některých vstupuji jako spolupodnikatel, náš cíl je na začátku vždycky stejný. Vytvořit bezvadně fungující obchodní model na zdravém fundamentu. Ověřit, že nám vše funguje v malém, vyladit všechny procesy, odstranit chyby, a až pak začít expandovat.

Tato část se nedá přeskočit ani uspěchat. Když se o to někdo pokusí a hned od začátku do neověřeného modelu foukne velkou finanční injekci, hraje vabank. I za předpokladu, že neudělá fatální chyby a vše bude nějakým způsobem fungovat, ho čeká období zbesílého růstu s nadějí, že to ve finále někdo koupí.

Já nebuduji firmy na roky, ale na desetiletí. Nehodlám je prodat. Chci, aby tu byly dlouhá léta a přinášely hodnoty v ideálním případě i další generaci. Pokud je váš cíl podobný, co nejrychleji delegujte, investujte do efektivního marketingu a vše stavte na zdravém jádru. Pak uspějete.

Ing. Jiří Jemelka, MBA,
jednatel společnosti JPF Czech s.r.o.

Kaiserwinkl: zážitkové léto skončilo, zima láká běžkaře



Gerd Erharter

Váš region je pro rekreaci lidí jako stvořený. Co je zde unikátního?

Čtyři města Kaiserwinkl Walchsee, Kössen, Rettenschöss a Schwendt leží na idylickém místě mezi pohoří Kaiser a Chiemgauškými Alpami. Kombinace přírody, kultury, ale i snadné dostupnosti, tradice, akce a klidu činí náš region pro návštěvníky výjimečným.

Rádi během dovolené poznáváte jiná místa než v Čechách a na Moravě? Nechce se vám ale jezdit daleko, šetříte drahocenný čas? Baví vás objevovat krásná zákoutí jen kousek od našich hranic? Pokud ještě neznáte Rakousko a jeho turistické možnosti, vyzkoušejte. Prostřednictvím rozhovoru s Gerdem Erharterem, předsedou Turistického svazu Kaiserwinkl, zavítejte spolu s námi do míst, která učarovala již mnohým. V tomto alpském regionu najdete mnoho příležitostí, jak zklidnit mysl rozkolísanou nespočtem pracovních povinností, stresem či nedostatkem času k odpočinku. Všechna roční období mají co nabídnout, mezi atrakcemi najdete mnohé unikáty, spousty vzrušení, ale také ticho strání a luk, čistý horský vzduch.

Jezdí k vám více i čeští hosté? Nebo krásy Kaiserwinklu teprve postupně objevují?

Přestože Kaiserwinkl navštěvuje řada pravidelných hostů, zejména v zimě, máme velký zájem na tom, abychom mohli inspirovat české hosty i na léto.

Oč mají především zájem?

Hlavními důvody v zimě jsou lyžování, běžky a zimní turistika. V Rakousku patříme k nejvyhledávanějším oblastem pro běžky vůbec. V létě je to turistika, cyklistika a koupání v krásném přírodním jezeře Walchsee.

Co byste doporučil turistům na podzim?

Rozhodně bych uvedl pěší turistiku nebo horská kola na více než třiceti alpských pastvinách, na podzim a za pěkného počasí je tu nádherně. Když se dostanete nahoru, do

hor, můžete se odměnit kulinářskými lahůdkami. Jako tip bych uvedl naše túry s průvodcem, které jsou možné dvakrát týdně až do konce října.

Ano, váš kraj je známý výrobou nejrůznějších regionálních potravin. Lze si některé firmy také prohlédnout a nakoupit si?

Ano, existuje například Kaiserweis Genussradroute, taková cyklotrasa po místních lahůdkách, která vede přes celý Kaiserwinkl do sousedního Kufsteinerlandu. Na této trase najdete mnoho místních výrobců, kteří na požádání rádi představí své produkty, někteří provozují i farmářské obchody.

Jaká řemesla jsou zachována?

Velkým tématem v Kaiserwinklu je zejména regionální zpracování mléka a masa. Naší specialitou je sýr Kaiserwinkl ze senného

Golf mezi Tyrolskem a Bavorskem bez hranic

Golfisté mají v Kaiserwinklu z čeho vybírat. Čtyři golfová hřiště leží v dosahu čtvrt hodiny a čtyřicet dalších do hodiny jízdy. Unikátní ve střední Evropě je 18jamkové hřiště, překračující státní hranice.

Golf bez (státních) hranic: to je motto golfového klubu Reit im Winkl – Kössen. Po odpalu jedeme do Bavorska, abychom se na posledních pár jamek vrátili do Tyrolska. Kaiserwinkl, zasazený mezi mírné podhůří Chiemgau a impozantní přírodní kulisu Wilder a Zahmer Kaiser, se etabloval jako jeden z nejoblíbenějších golfových regionů v Rakousku. Areál, snadno dostupný z oblastí Mnichova a Salcburku, boduje nejen fantastickými panoramatickými výhledy, ale také jamkami,

kteří jsou citlivě začleněny do krajiny pro širokou škálu požadavků. Osmnáctijamkové hřiště Kaiserwinkl Golf Kössen – Lärchenhof v Kössenu, které navrhl golfový hvězdný architekt Donald Harradine, je oblíbené zejména u profesionálních hráčů a zapálených amatérů. Konají se tu také soutěže v rámci golfového týdne Kaiserwinkl. Golfové hřiště Walchsee Moarhof je ideální pro začátečníky, ale i hráče s handicapem. Toto devítijamkové hřiště leží na úrovni stejnojmenného jezera, obklopené přírodními rezervacemi a vysokým vřesovištěm. Nabídka zahrnuje testovací, začátečnické kurzy i kurzy pro pokročilé a intenzivní kurzy pro hráče s handicapem. Golfový a country klub Lärchenhof-Erpfendorf sousedí s Kaiserwinklem. Golfové hřiště



je tu architektonickým mistrovským dílem, které získalo řadu ocenění a nese čestné tituly jako druhé nejkrásnější golfové hřiště v Rakousku a třetí nejlepší golfové hřiště. (tz)



mléka. Tak se říká mléku od dojníc, které jsou od května do října pouze na pastvě, a tím pádem se krmí senem a obilovinami, žádnou silází. Protože tu působí mnoho chovatelů krav, máme v Kaiserwinklu enormní množství sýráren, produkující pochoutky vynikající kvality.

Ne každý turista touží sportovat, je mnoho těch, kteří si chtějí jen na procházce užít čistý vzduch, obdivuhodnou přírodu, dobře se najíst, poznat pár pozoruhodností. Co byste doporučil v tomto případě?

Pro návštěvníky, kteří rádi chodí na procházky a užívají si krajinu, jsme navrhli vlastní Dorfrunden, taková vesnická kolečka. Pod heslem Procházky mezi nebem a zemí jsme vybudovali různé dlouhé trasy se zastávkami, jako jsou například kapličky, kostely atd. Podél těchto cest najdete také dostatek laviček s krásnými výhledy.

Lidé z businessu, vytižení podnikatelé a manažeři, hledají na dovolené klid, ticho, nicnedělání. Mohou ve vašich penzionech využít masáže, jógu, meditační cvičení, speciální programy pro zklidnění mysli?

Velmi oblíbená je například jóga, procházky s lamami a alpakami, v létě bylinkové workshopy a mnoho dalšího. Máme tu spoustu možností pro to, jak zpomalit.

Najdou zájemci i včelaře a včelí produkty?

Ano, v Kaiserwinklu je několik včelařů, kteří své produkty také prodávají.

O rozvoj cestovního ruchu velmi pečujete. Jakou zkušenost jste zatím udělali? Vrací se vám vložené úsilí?

Cestovní ruch se neustále vyvíjí. Zatímco dříve dovolená trvala jeden až dva týdny, dnes



jsou v módě krátké dovolené v délce třech až čtyřech dnů, častěji v průběhu roku. V současné době věnují hosté stále více pozornosti regionálním produktům, a udržitelnost cestování a ubytování je pro ně stále důležitější.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl

Největší vřesoviště severního Tyrolska ve Walchsee

Schwemm je se svými 65 hektary největší souvislou slatinnou oblastí v severním Tyrolsku. Rozmanitost vlhkých oblastí a jedinečná flóra a fauna z něj dělá skutečný přírodní klenot. Záplavové území je od roku 2003 klasifikované jako oblast Natura 2000 a od roku 2009 zapsané jako přírodní rezervace, chránící stanoviště volně žijících živočichů a vzácných rostlin. Původně byly Walchsee a Schwemm souvislou vodní plochou, která se časem zanesla a změnila v rašelinnou krajinu.

Flóra a fauna rezervace Schwemm je mimořádně vzrušující: žije v ní přes třicet tři různých druhů vážek, řada ptáků, skokani obecní, skokani vodní, čolci alpští i hladcí a ropuchy. Ideální podmínky tu nacházejí

vzácné druhy rostlin jako například leknín, bavlník, tři různé druhy rosnatky (masožravá rostlina) a vzácné druhy orchidejí. Nedaleko Moarhofu leží 16 m vysoká rozhledna. Odtud můžete vidět úchvatnou pravěkou krajinu. Schwemm obejdete za hodinu a půl, idylická, 5 km dlouhá cesta vede kolem



luk, lesů a statků. Po cestě narazíte na několik laviček k odpočinku a pokochání se přírodou. U kaple Koasara je malý rybník s dřevěnou plošinou, ze které můžete zahlédnout vzácné rostliny a živočichy. Další cesta vede k domku pro pozorování ptáků, který byl postaven ze dřeva a nachází se přímo na břehu řeky Schwemm.

Zajímavý program pro celou rodinu můžete absolvovat od června do října každou neděli od 14 do 17 hodin. Do fascinujícího světa vřesoviště zasvěťte malé i velké Manu, Steffi, Andi a Gerhard. Zábavnou formou zprostředkovávají vzrušující informace o žábách, čolcích, vážkách nebo vodních broucích. Kromě zábavných a poučných her si zalovíte obyvatele vřesoviště, samozřejmě poté, co se vybavíte ochrannými sítěmi. (tz)

Obliba e-shopů v segmentu B2B roste

Čím dál více lidí si uvědomuje, jak drahý je čas. Veličina, hodnota, cosi, co se dá někdy těžko definovat. Ať s ním umíme dobře, či hůře nakládat, stále nám chybí. Proto některé činnosti měníme. Třeba nakupování. To online je čím dál běžnější. Podle průzkumu Ipsos například až 43 % zákazníků nakupuje elektroniku raději přes internet než v kamenném obchodě, necelá třetina pak preferuje online nákup knih (32 %) a dárků (29 %). Obliba e-shopů se projevuje i v segmentu B2B. Firmám přináší pořizování věcí online jednoduchý výběr zboží, rychlé dodání, a v neposlední řadě i možnost porovnání cen. Jak se na možnost nakupovat přes internet dívá Libor Sedláček, spolumajitel společnosti GUMEX, spol. s r.o., která se specializuje na výrobu produktů z pryže a plastů a jejich prodej? Vyčtete to z následujících řádků:

Co je podle vás rozhodující?

Při nákupu v e-shopu mají firemní zákazníci k dispozici detailní informace o produktu i příslušenství, mohou si přečíst recenze a snadno srovnat nabídku s konkurencí. To jsou podle mne jednoznačné výhody internetových nákupů.

Nejsou zákazníci až příliš zhýčkaní, nechťeli by toho internetového komfortu až příliš?

Možná chtěli, ale je to logické. Jedním z hlavních trendů oblasti e-commerce je personali-



Libor Sedláček

zace. Zákazníci očekávají, že jim firmy nabídnou produkty a služby uzpůsobené jejich potřebám a preferencím. V našem případě, abychom nákup v e-shopu ještě více usnadnili, jsme vytvořili zákaznickou zónu. Po přihlášení do svého zákaznického účtu vidí uživatel nejen historii objednávek a související dokumenty, jako jsou faktury, účtenky a dobropisy, ale také individuální ceny určené pro konkrétního odběratele. Ze zákaznické zóny GUMEX lze též zadat poptávku na výrobek na míru či objednat vzorník.

A není to moc složité? Třeba administrativně?

Registrace vyžadovaná v našem e-shopu je možná trochu komplikace, protože nelze přijít a rovnou naklikat položky do košíku. Na dru-

hou stranu umožňuje cílení na potřeby kupujícího a lepší zákaznický servis. A zvažíte-li, jaký máme sortiment, dojdete k závěru, že je naše filozofie prodeje opodstatněná. Na rozdíl od B2C segmentu zkrátka potřebujeme mít jistotu, že zákazník není registrovaný dvakrát a data o nákupech nám souhlasí. Naše statistiky ukazují, že celých 77 % odběratelů se k nákupům přes internet vrací. Tedy převážně většinu lidí náš systém vyhovuje.

Je pravdou, že váš e-shop využívají hlavně menší firmy?

V GUMEXU se online odehrává přibližně 12,5 % všech objednávek. Data říkají, že na e-shopu u nás nakupují především firmy do 20 zaměstnanců – dlouhodobě tvoří 42 % zákazníků našeho internetového obchodu. Také samozřejmě platí, že čím dále od pobočky firma sídlí, tím je větší pravděpodobnost, že nakoupí online. Na tržbách se nákupy přes internet podílejí minimálně, z čehož vyplývá, že objednávky na e-shopu se řadí k těm menším. To bychom v GUMEXU ale rádi změnili. Bude ještě třeba více bojovat o zákaznickou náklonnost, investovat do marketingu, zdokonalit skladový systém apod. Tím vším se nyní zabýváme.

Jak postupují do tohoto záměru požadavky udržitelnosti?

Jedním z důležitých trendů v oblasti e-commerce je rostoucí význam udržitelnosti. V průzkumu Ipsos pokládá tento aspekt chování e-shopů za důležitý více než 40 % respondentů. Až 65 % zákazníků pak bere v potaz udržitelnost samotných produktů, které nakupují. Dvě třetiny nakupujících by uvítaly recyklované nebo dříve použité obaly. Ani v GUMEXU nám vztah k životu na planetě není lhostejný. Například zákazníci mohou při objednání zvolit možnost druhé šance pro obaly. Zboží pak zabalíme do dřívě použitého, nicméně plně zachovalého a funkčního obalu. Výhodou je sleva 10 Kč a dobrý pocit, že obaly neskončí po prvním použití v kontejneru. Kromě toho máme také unikátní program na eliminaci zbytkového materiálu. Na základě algoritmu mají zákazníci možnost vybrat si zboží z více délek. Díky tomu nakoupí levněji, my využijeme zbytkové délky a všichni společně těžíme z menšího množství odpadu. Od počátku rovněž používáme obaly z vlnité lepenky, která se snadno recykluje. A pokud náhodou dojde k jejímu rozkladu ve volné přírodě, nezatíží životní prostředí škodlivými látkami. Produkuje se obvykle z recyklátu nebo dřevní hmoty, jež má původ v udržitelně obhospodařovaných lesích, což potvrzuje certifikace FSC.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi



DZ Dražice zahájila spolupráci s italskou společností Argoclima

DZ Dražice, největší český výrobce ohřivačů vody a výhradní dovozce tepelných čerpadel NIBE, zahajuje spolupráci s renomovanou italskou společností Argoclima. Na 34. ročníku mezinárodního stavebního veletrhu FOR ARCH představí cenově výhodná, ekologická tepelná čerpadla Argo iM, která jsou plně kompatibilní s dražickou vnitřní jednotkou – hydromodulem HM09A.

Podpisem smlouvy s novým partnerem firma odpovídá na boom poptávky po obnovitelných zdrojích energie, který v minulých letech vyvolaly rostoucí ceny komodit, přísnější legislativní požadavky na stavbu nových rodinných a bytových domů a štedré dotační programy Nová zelená úsporám a kotlíkové dotace (aktuální situaci na trhu nejlépe ilustruje analýza Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, podle níž se za první pololetí letošního roku prodalo zhruba 40 000 kusů tepelných čerpadel: tedy o 60 % víc než za stejné období minulého roku). Obě firmy – DZ Dražice a Argoclima – mají mnoho společného, což s sebou přináší velký potenciál pro budoucí rozvoj jejich spolupráce. Vedle více než 70leté historie vývoje a výroby či celkového obrátu přes 2,5 miliardy Kč (resp. 100 miliónů eur v případě společnosti Argoclima) je poji rovněž členství ve skupině NIBE.

„Firemní strategií DZ Dražice je poskytovat zákazníkům komplexní ekosystém moderního udržitelného bydlení. Do svého produktového portfolia, složeného z dražických ohřivačů vody a akumulčních nádrží či švédských tepelných čerpadel NIBE, jsme proto vloni zařadili komponenty pro střešní fotovoltaické elektrárny. Letos jsme se rozhodli rozšířit nabídku tepelných čerpadel o italskou značku Argo, která je zpřístupní ještě širšímu okruhu domácností. Zahájení spolupráce s italskou společností Argoclima, významným mezinárodním výrobcem v oboru vytápění, chlazení a větrání, považujeme za důležitý strategický krok, který s sebou nese velký potenciál dalšího rozvoje. To je dobrá zpráva pro naše zákazníky, protože jim budeme schopni nabídnout ještě bohatší výběr produktů než dosud,“ komentoval Karel Pačourek, generální ředitel DZ Dražice. (tz)



O společnosti DZ Dražice a skupině NIBE:

Společnost DZ Dražice, člen skupiny NIBE, je největším výrobcem ohřivačů vody v České republice, známým po celé Evropě. Své výrobky s jedinečným systémem topných keramických těles vyvážá do 30 zemí světa. V Česku má více než 50% podíl na trhu. Historie společnosti se píše již od roku 1900: ohřivače vody pod značkou Dražice začala vyrábět v roce 1956. V roce 2006 se stala součástí švédského koncernu NIBE Industrier AB a výhradním dodavatelem produktů značky NIBE (např. tepelných čerpadel a rekuperačních jednotek) do České republiky a na Slovensko. Aktuálně je jejich největším prodejcem ve střední Evropě. V roce 2023 zahájila spolupráci s italskou společností Argoclima a prodej jejich tepelných čerpadel Argo iM.

Základní činností společnosti DZ Dražice je výroba a prodej ohřivačů vody a akumulčních nádrží. Jde o modely v provedení svislém, vodorovném, stacionárním, elektrickém a kombinovaném o objemech od 5 l do 1000 l. Dále nabízí nepřímotopné stacionární zásobníky vody o objemech od 100 l, ohřivače vody, které lze napojit na elektrinu ze sítě i na fotovoltaické panely, a klimatizace AIR a AIR Plus. Neméně důležitým předmětem její činnosti je výroba zásobníků vody s nepřímým ohřevem pro výrobce plynových kotlů. DZ Dražice vlastní výrobní závod s několika linkami v Dražicích a Luštěnicích nedaleko Benátek nad Jizerou a plně automatizovaný sklad.

Od roku 2022 je součástí DZ Dražice divize DZD Solar zaměřená na fotovoltaická řešení, která nabízí komponenty pro realizaci fotovoltaických elektráren, jako jsou síťové a hybridní měniče a akumulátory. Samotná kompletní řešení, včetně vyřízení dotací a další administrativy dodává na trh prostřednictvím prověřených, pravidelně školených a certifikovaných montážních firem.

www.nibe.cz; www.dzd.cz; www.dzd-solar.cz; www.klima-drazice.cz; www.dzd-argo.cz

O společnosti Argoclima:

Renomovaná italská společnost Argoclima byla založena v Itálii v roce 1929. Dnes se s ročním obrátem přesahujícím 100 miliónů eur řadí k nejvýznamnějším světovým producentům v oboru vytápění a klimatizace. Dlouholetá tradice vývoje a výroby, použití prvotřídních komponent společně s výparníkem vyrobeným ve vlastním výrobním závodě jsou zárukou kvalitního zpracování a dlouhodobé životnosti.

Na český trh přijíždějí faceliftované modely 508 a 2008 značky Peugeot

U nového Peugeotu 508, který je k dispozici ve verzích fastback, SW a PSE (Peugeot Sport Engineered), představuje značka nový design modelů určených pro nejnáročnější klientelu. Přední část je dynamičtější a v jejím středu se nachází nové logo značky.

Vůz působí moderně i díky tomu, že se mřížka chladiče opticky prolíná s celkovým objemem nárazníku. U těchto modelů se poprvé objevují nové charakteristické přední světlomety se třemi drápy. Jsou zabudovány do extrémně štíhlých světlometů Matrix LED s jedinečným designem. Tento prvek je charakteristický pro všechny úrovně výbavy. Vzadu je součástí nových LED světel typický podpis se třemi drápy a směrovky s posuvem světla. V kabině nových modelů 508 a 508 SW je patrný jasný posun směrem k luxusnějším kategoriím produktů. Důraz je kladen na kvalitu a modernost materiálů nového čalounění stejně jako na nové zjednodušené ovládání převodovky přinášející lepší zážitek a propracovanější ergonomii.

Systém Peugeot i-Cockpit nového modelu 508 nabízí opět více technologií, a to díky novému systému infotainmentu Peugeot i-Connect Advanced se středovým desetipalcovým displejem s vysokým rozlišením, online navigací, rozpoznáváním hlasu, bezdrátovým připojením a aktualizacemi „over the air“.

Vozy 508 představují to nejlepší od značky Peugeot, pokud jde o potěšení z jízdy a pohodlí. Samozřejmostí jsou vyspělé asistenční systémy, které zajišťují bezpečnost jízdy. Mezi ně patří zejména noční vidění (Night Vision), které řidiče upozorní na přítomnost zvířat, chodců nebo cyklistů v jízdním pruhu dříve,



Peugeot 508 SW

Když auto není nuda

Před několika dny uvedla značka Peugeot na náš trh faceliftované modely 2008 a 508. Dva zcela odlišné vozy s rozdílnou filozofií. Zajímalo nás proto, komu především budou dělat radost a zda se tuzemští zákazníci orientují při výběru stále převážně racionálně, nebo zohledňují i jiná kritéria. Na otázky nám odpovídal Marco Venturini, ředitel značky Peugeot v ČR.



Marco Venturini

Dva faceliftované modely. Co nového zákazníci přinesou?

Začnu 2008, je to můj oblíbený model. V mé vlasti, v Itálii, používáme k popsání designu aut dva výrazy. Říkáme, že karoserie ukáže buď svaly, nebo je nervózní. Peugeot 2008 je nervózní. Jeho tvary nedefinuje přehnaná oblost. Dokáže liniemi upoutat, jsou zdravě drzé, což přitahuje pozornost. Působí sportovně, dynamicky. Není to nuda. Na to bych v případě tohoto vozu rád poukázal. A vedle toho se zákazníci mohou těšit na interiér, kterým se dostávají na úroveň vyšších segmentů. I se svým krásným atletickým tělem je Peugeot 2008 pořád automobil segmentu B,

patří mezi menší. Spojuje ale technologie, které už máme u vyšších segmentů. A v neposlední řadě jde o opravdu pohodlný vůz, v němž se bude dobře cítit řidič i posádka. Peugeot 508 je zase úplně jiná planeta. Je to auto snů, zejména modelová verze PSE, která bude specialitou mimo běžnou nabídku a bude dostupná pouze na vyžádání u našich koncesionářů. Má pod kapotou úžasný motor, kombinující klasický spalovací agregát s elektromotorem, je to tedy plug-in hybrid. Ale zdaleka nejde jen o pohonné ústrojí nebo propracovaný a sebevědomý design. To hlavní je pocit z jízdy, který v tomto voze člověk zažije. To jsou emoce. A právě ty jsou pro nás v Peugeotu už na prvním místě.

Vybírají i muži auta na základě emocí?

Říká se, že český trh je velmi racionální. Nasvědčují tomu i statistiky, z nichž vyplývá, že víc než 70 % prodeje se registruje na IČO, jde tedy o převahu zákazníků ze světa B2B, a jen 25–30 % jsou soukromníci. Jako Ital si ale nedokážu představit, že si vybírám bez emocí věci, které mě mají provázet na každodenní bázi. Je to něco, co mám zažité od raného věku. Svět aut a emoce k sobě patří, tak to vnímáme u nás v Peugeotu. Ale mám-li být upřímný,

než se objeví v záběru dálkových světlometů; poloautonomní řízení druhé úrovně, které tvoří adaptivní tempomat s funkcí Stop and Go, a systém udržování automobilu v jízdním pruhu, parkovací asistent s HD kamerami či řízené odpružení se třemi režimy (Normal, Comfort a Sport).

Nabídka motorů pohánějících nové vozy Peugeot 508 a 508 SW zahrnuje dvě plug-in hybridní verze, jednu novou o výkonu 180 k a další o výkonu 225 k. Dále lze volit diesellovou variantou o výkonu 130 k. Všechny motory jsou kombinovány s osmistupňovou automatickou převodovkou EAT8. Vlajkovou lodí strategie Neo-Performance je plug-in hybridní 508 Peugeot Sport Engineered s výkonem 360 k a pohonem všech kol, který není součástí běžné nabídky a je dostupný u koncesionářů na vyžádání.

Peugeot 2008, který byl uveden na trh koncem roku 2019 a vyrobilo se ho již téměř 700 000 kusů, se vždy umísťoval na stupních vítězů, pokud jde o prodeje SUV segmentu B v Evropě.

V roce 2021 dokonce obsadil první místo. Na úspěchu tohoto modelu se podílí také elektrická verze e-2008, která byla od roku 2019 s více než 75 000 vyrobenými kusy průkopníkem elektromobility ve svém segmentu.

V roce 2022 činil její podíl na prodeji modelu 17,4 %, což znamenalo umístění na stupních vítězů mezi prodeji elektrických SUV segmentu B v Evropě.

Matthias Hossann, šéfdesignér značky Peugeot, komentoval inovaci takto: „Peugeot s novým modelem 2008 nadále posiluje svou technologickou identitu a dravý charakter.



Peugeot e-2008

Jedním z klíčových prvků práce designérů je koncepce přední části vozu, jejímž zásadním rysem je podpis ve tvaru tří drápů. Zvýrazňuje se tak propracovaný osobitý styl, díky němuž je toto SUV tak úspěšné na všech trzích, i posun nového Peugeotu 2008 do kategorie luxusních vozů.“

Zákazníky vozu Peugeot 2008 přitahuje právě především jeho výrazný design, který je obecně popisován jako elegantní, originální a robustní. Oceňovány jsou také jeho všestrannost a hbitost, díky nimž je model 2008 vhodný zejména pro aktivní rodiny.

Nový Peugeot 2008 se vyrábí ve španělském městě Vigo. Do prodeje se na evropském trhu

dostal v létě 2023 a jeho nabídka zahrnuje tři úrovně výbavy – Active, Allure, GT – a čtyři motorizace, včetně nového stoprocentně elektrického motoru o výkonu 115 kW/156 k s dojezdem až 406 km. V roce 2024 bude škála rozšířena o zcela nový hybridní motor. Model 2008 tak dále rozvíjí klíčové hodnoty značky, jimiž je Allure, který se zračí v elegantním charakteru a typickém designu SUV. Emotion je rys, který se naplňuje ve výjimečném pocitu z jízdy a spoluutváří ho jedinečné místo řidiče i-Cockpit 3D s centrálním deseti-palcovým HD displejem. A konečně Excellence utváří spojení účinnosti nového elektromotoru a nových palubních technologií. (tz, red) ■■■

snad nikoho neurazím, myslím si, že výběr na základě pocitů a vnitřních dojmů je v České republice stále dominantou žen.

Mohl byste přiblížit, zda nastal v případě obou modelů posun v komfortu?

Náš záměr byl spojit moderní a svěží vzhled s maximálním důrazem na bezpečnost, která se neobejde nejen bez technologií, ale především skvělé ergonomie. A právě na vylepšení

interiéru v tomto směru jsme si dali hodně záležet. Řidiče v kabině čeká ještě větší komfort, ať už jde o výhled z vozidla, i-Cockpit, či ovládání infotainmentu.

Na koho přesně bude faceliftovaný Peugeot 2008 cílit?

Historicky máme v Peugeotu vyvážený mix, kdy polovina prodaných vozů míří do firem a druhá pak mezi soukromníky. V segmentu B

ale vidíme převahu majitelů, kteří si vůz kupují pro osobní účely. Očekáváme, že v případě 2008 to bude asi 60 %. Zajímavá je ale situace u mladších řidičů, ačkoli stále musíme rozlišovat mezi tím, kdo vůz pořizuje, a kdo usedá za volant. Už u předchozích verzí 2008 jsme pozorovali, že mladší generace tento vůz ráda řídí. Věřím, že nová 2008 tento přístup ještě urychlí. Auto je moderní, schopné uspokojit generaci Z i mileniály.

Také cena je nastavená tak, aby byla atraktivní i pro mladší ročníky řidičů a řidiček.

A kdo si oblíbí a bude kupovat inovativnou 508?

Tady bude téměř výhradně převažovat prodej B2B. Zásadní je, jak bude ve firmách nastavená fleetová politika. Jde o vozidlo pro vyšší management. Výběr se odvíjí od rozpočtu, a následně preferencí manažera, v nichž má obvykle značnou volnost. Myslím si, že klasická 508 se ve firmách zabydlí, zvláště v provedení SW a úrovni výbavy Allure. Modelová verze PSE to bude mít trochu těžší. Jsem si však jistý, že člověk, který na 508 vsadí, bude mladý svým uvažováním i vnitřním naladěním.

za odpovědi poděkovala Kateřina Šimková





SMS – posel nevíтанých zpráv

Děsím se každé smsky. Letitý kolega skončil v nemocnici a do redakce se už nevrátí. Obrečela jsem to. Na hranici života a smrti se ocitl významný manažer, s nímž jsme dosud výborně spolupracovali. Proč zrovna on, optimista na vrcholu profesních sil? Další varovný signál z mobilu – plánovaná schůzka s výjimečnou osobností se překládá s ohledem na nezbytná vyšetření jeho kondice. Ohehdy mi

zemřel spolužák ze základky. A brácha poputuje na speciální monitoring, protože ani jemu, milovníku slivovičky, se komplikace nevyhnuly. Kamarádka pedikérka právě ukončila činnost ze zdravotních důvodů. Prý existuje osud. Netuším, podle jakých pravidel rozdává karty. Já bych to totiž dělala úplně jinak.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

Roboti v úklidu a ESG

Udržitelnost podle kritérií ukrytých pod zkratkou ESG již není otázkou jenom vybraných, nejčastěji velkých korporací. Brzy se bude totiž týkat i malých a středních podniků. A pomoci k tomu mohou robotická řešení při úklidu. Firmy tak mohou nasazením robotů na tyto činnosti zvládnout i nedostatek pracovníků.

„Musí co nejrychleji hledat způsoby, jak minimalizovat svůj dopad na životní prostředí. Aby splnily nové evropské normy, je nutné zlepšovat mimo jiné pracovní podmínky pro své zaměstnance. Pomoci mají právě robotické úklidové systémy. Ty totiž mohou firmám snížit spotřebu vody, chemikálií, energií a také snížit množství odpadu, který produkuje,“ řekl Ondřej Mareček z SSI Group a dodal: „Tyto systémy také mohou pomoci minimalizovat negativní dopad na kvalitu vzduchu v budovách, což je důležité pro zaměstnance, kteří tráví uvnitř objektů většinu svého času.“

„Využití robotických strojů přispěje také ke zlepšení pracovních podmínek v oboru úklidu. Někteří trpí zdravotními problémy, například kvůli opakovanému ohýbání a zdvihání těžkých břemen. Robotické stroje jim mohou umožnit výrazně méně fyzicky náročnou práci,“ podotkl Lukáš Rom ze společnosti Kärcher a dodal: „Robotické stroje jsou efektivnější a spotřebují méně energie než tradiční úklidové metody, což snižuje zátěž pro životní prostředí.“

(tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.aquapalacehotel.cz

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 12, říjen 2023

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková

e-mail: brixii@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.freshtime.cz: 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: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



Distribuce: S P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Využití a obsazenost kanceláří pomáhá řídit umělá inteligence

Pražský kancelářský trh si během pandemie covidu a s ní spojených restrikcí prošel celou řadou výrazných změn. Lidé si zvykli na práci z domova, avšak i po ústupu bezpečnostních opatření se často zaměstnanci vracejí do kanceláří pouze v hybridním režimu, tedy několik dní z týdnu pracují v kanceláři a zbývající dny působí doma. Tomu se musí přizpůsobovat i poskytovatelé kancelářských prostor a podoba samotných kanceláří, k čemuž může pomoci využití umělé inteligence a počítačové vidění.

Podle dat společnosti Cushman & Wakefield během druhého čtvrtletí roku 2023 klesla neobsazenost kanceláří v Praze na 7,3 % čili na nejnižší úroveň od uvolnění pandemických restrikcí. Poptávka po kancelářích v české metropoli tak stále roste, přestože menším tempem než v předchozích letech. Developeři především v posledním čtvrtletí na tuto poptávku nestíhají reagovat. Během posledního čtvrtletí se žádné nové kanceláře nedokončily a v uplynulých dvanácti měsících nedošlo ani k zahájení výstavby nového kancelářského projektu. Přestože stále probíhá konstrukce více než 143 000 m² kancelářských ploch, v následujících dvou letech můžeme očekávat výrazný nedostatek administrativních objektů v celé Praze.

Správci a majitelé kanceláří tak budou muset najít nový způsob, jak se stávající plochou pokrýt rostoucí poptávkou po pracovištích. Většina firem v pocovidové době začala hojně využívat možnosti home officu a umožňuje svým zaměstnancům alespoň část týdne

pracovat z domova, pokud je to možné. Podle průzkumu společnosti Savills je dnes nejvyužívanější formou práce hybridní režim, kdy zaměstnanci dva dny pracují z domova a tři dny z kanceláře, případně tři dny z domova a dva dny z kanceláře.

Tento trend je podle Jana Mechla, šéfa leasingu kanceláří ve společnosti WOOD & Company, způsoben také tím, že home office se stal nejen podmínkou, kterou zaměstnanci požadují, ale „novým normálem“. „Z pohledu personalistů je pro prosperitu firmy a udržení loajality zaměstnanců důležité zachovávat atmosféru ve firmě a žít jejími společnými hodnotami. A to se z home office přes virtuální kontakt dělá jen těžko,“ komentuje možné dopady home office na pracovní morálku Jan Mechl.

Kanceláře se proto stávají místem pro setkávání s kolegy spíše než místem pro práci v uzavřených buňkách. Mění se tak i požadavky na to, jak mají pracovní prostory vypadat – vyžadováno je například rozšiřování společných prostor, konferenčních místností, kuchyněk a odpočinkových prostor. Aby takové kanceláře splňovaly co nejvíce požadavků nájemců, musí zároveň fungovat s dostatečnou flexibilitou. Přeměně podobu kanceláří pomáhají například senzory s umělou inteligencí, které umožňují chytré počítání lidí, zjišťují vytíženost konkrétních prostor v budovách nebo dokážou určit, která místa zaměstnanci nevyužívají vůbec. „Podle přesných dat z chytrých senzorů mohou majitelé předikovat možný odchod nájemce, znát aktuální a průměrnou obsazenost kanceláří nebo jídelny. Díky tomu také pomáhají snižovat energetickou náročnost,“ vysvětlila Kateřina Máčlová, obchodní manažerka firmy IC Systems.ai, která dodává chytré senzory do kancelářských budov, obchodních center nebo průmyslových areálů.

Další kanceláře by tak firmy mohly hledat nejen v nových prostorách, kterých v roce 2023 v Praze přibýlo o 22 % méně než v roce předchozím, ale také v budovách, jejichž interiéry by byl upravován na základě dat o pohybu zaměstnanců po pracovišti získaných počítačovým viděním.

(tz)



foto Pixabay

Češi jako národ pohodářů?

Dvě třetiny Čechů ve svém životě nemají problém se stresem. Aktivně proti němu bojujeme a hledáme cesty, jak zabránit vyhoření a mít více klidu. Tato pozitivní zjištění přinesl průzkum NN pojišťovny a penzijní společnosti. Polovina z nás přesto přiznává, že je na ně současný životní rytmus moc rychlý a v dlouhodobé perspektivě cítí nejistotu.

Zdravý duch je základem zdravého těla, dalo by se otočit známé sokolské heslo. Psychická rovnováha člověku pomáhá žít déle, ale také si život lépe vychutnat. Nenadálým a nechtěným změnám se v životě vyhnout nedá, důležité ale je, jak se v danou chvíli dokážeme vyrovnat se vzniklým stresem.

Čerstvý mezinárodní průzkum NN pojišťovny a penzijní společnosti zahrnul 11 zemí světa a ukázal, že Češi jsou na tom se stresem relativně dobře. Na 65 % reprezentativního vzorku dospělé české populace uvedlo, že ve svém životě nepocituje téměř žádný nebo jen malý stres. Zbýlých 35 % Čechů je stresu vystaveno občas nebo velmi často, což je ve srovnání s ostatními zeměmi pod průměrem.

I když Češi vycházejí z mezinárodního průzkumu jako relativní „pohodáři“, 45 % respondentů přiznává, že je pro ně celkově obtížné udržet krok se současným životním tempem. Tři čtvrtiny dotázaných Čechů proto v průzkumu NN uvádějí, že aktivně hledají způsoby, jak stres zmírnit nebo mu úplně předějit. Nejčastěji lidé zmiňují aktivity k posílení psychické odolnosti, a to například meditaci, jógu nebo tai-čchi. Jiní sázejí třeba na pravidelná



sezení s odborníky zacílená na posílení duševní pohody – v nedávné době se mu věnovalo 8 % respondentů.

Stresu a nejistotě se dá částečně předcházet i dostatečným finančním zajištěním sebe i blízkých. „Kdo chce být připraven i na možné důsledky nečekaných zvrátů v životě, měl by myslet nejen na spoření na penzi, ale i na

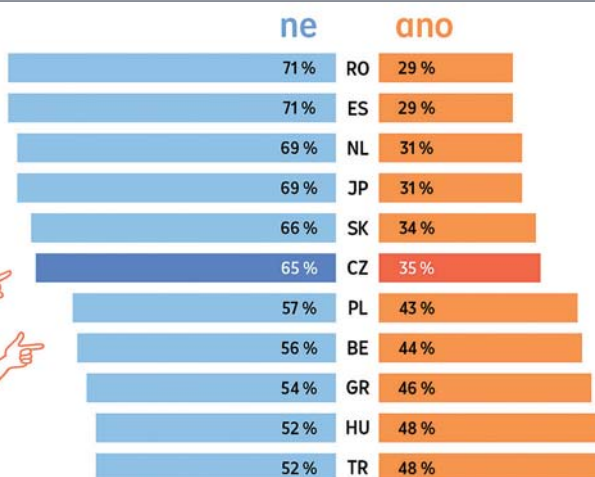
kvalitní zajištění těch hlavních životních rizik, kterými jsou především invalidita, nesoběstačnost, ale i ztráta živitele rodiny,“ podotkl Michal Korejs, ředitel produktového vývoje NN Životní pojišťovny.

Podle průzkumu NN jen 8 % Čechů uvádí, že pocituje úzkost nebo depresi často nebo většinou. Ještě o něco méně z nás (4,6 %) si v poslední době muselo vzít volno z práce z důvodu vyhoření. Pod neustálým tlakem se cítí být 14 % českých respondentů. V mezinárodním srovnání se v neustálém stresu cítí nejčastěji Řekové (26 %), dále Poláci (23 %) a Belgičani (22 %). Z rizik, která nás mohou potkat, mají Češi největší obavy z toho, aby ve stáří nebyli na obtíž svému okolí. Takové situace se podle loňského průzkumu České asociace pojišťoven obává 73 % populace.

„Stáří s sebou často přináší chvíle, kdy se člověk o sebe není schopen postarat – ať už kvůli fyzickým, nebo psychickým limitům. Lépe se s vědomím tohoto rizika žije, pokud víme, že v tom nezůstaneme sami a že potřebou péče příliš nezatížíme své blízké. Proto je tady při pojištění dlouhodobé péče, které u nás díky pojistnému plnění až do věku 95 let otevírá další možnosti pomoci nad rámec státní podpory,“ uzavřel Michal Korejs.

(tz)

Cítíte se často ve stresu?



zdroj: průzkum NN pojišťovny a penzijní společnosti (2023, 11 zemí, 12 000 respondentů)

Nejdražším masově populárním kolektivním sportem je lední hokej

Sportovci vynakládají za provoz sportu a vybavení nemalé výdaje. Nejčastěji (30 %) za obuv, oblečení, výstroj, výstroj nebo další specifické vybavení pro sport utratí 2000–5000 Kč ročně, 27 % pak 5000–10 000 Kč ročně. A 10 000–15 000 Kč pak utratí zhruba 10 % Čechů. Do 2000 Kč se vejde pouze 19 % lidí, a naopak více než 50 000 Kč vydají 3 % Čechů. Nemálo pak stojí také sportoviště, doprava či trenéři, z nejpobulárnějších sportů je nejdražší hokej.

Aktuální průzkum z dat platformy Týmuj zmapoval výdaje Čechů na sportovní vybavení a výdaje na tři nejpobulárnější kolektivní sporty. Na 30 % Čechů utratí za obuv, oblečení, výstroj nebo další specifické vybavení pro sport 2000–5000 Kč ročně, 27 % pak 5000–10 000 Kč. „Nejdražším masově populárním kolektivním sportem je pak lední hokej, za jehož provozování utratí 61 % hráčů ročně více než 18 000 Kč. Vyplývá to z dat platformy Týmuj, kde je aktuálně registrováno 360 000 uživatelů a aktivně ji měsíčně pro organizaci zápasů, zá-

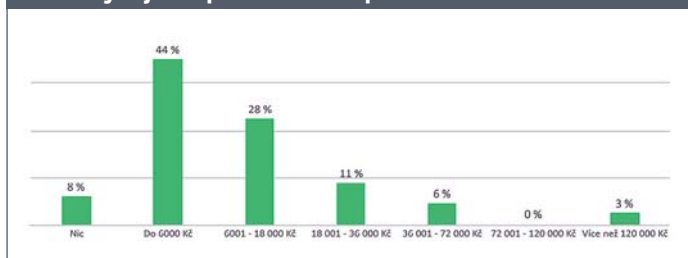
vodů, tréninků a dalších aktivit použije 5000 sportovních týmů s více než 100 000 členy,“ řekl Petr Salomon z Týmuj. Ještě více pak vydají Češi za provozování sportu, tzn. sportoviště, trenéra, dopravu či příspěvky klubu. Nejčastěji ročně do 6000 Kč (44 %), dále 6000–18 000 Kč (28 %), 18 000–36 000 Kč (11 %), 36 000–72 000 Kč (6 %), 72 000–119 000 Kč (0,4 %), ale více než 120 000 Kč 3 %. Když se podíváme na výdaje na provozování tří nejpobulárnějších sportů, pak mezi nej-



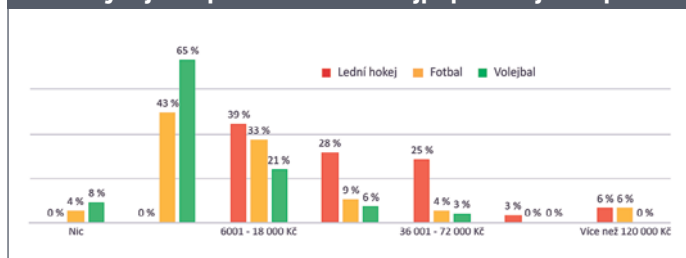
foto Pixabay

dražší patří lední hokej, za který 62 % hráčů utratí ročně více než 18 000 Kč, dokonce přes 120 000 Kč pak zaplatí 6 % hokejistů. Fotbal je levnější, 80 % hráčů utratí ročně méně než 18 000 Kč. A 73 % hráčů volejbalu utratí méně než 6000 Kč ročně. S minimálními, téměř nulovými ročními náklady lze za určitých podmínek hrát fotbal a volejbal, nepodaří se to však hokejistům. (tz)

Roční výdaje na provozování sportu



Roční výdaje na provozování tří nejpobulárnějších sportů



INZERCE

Ještě jste nevybrali vánoční dárky pro své zaměstnance nebo obchodní partnery? A rádi byste jim trochu osladili život? Objednejte si u nás to, na čem si určitě každý pochutná.

Upečeme pro vás slavnostní vánočky, koláče, záviny i klasické vánoční cukroví.

K nejrůznějším příležitostem připravíme dorty i zákusky v prvotřídní kvalitě. Rádi vám vyjdeme vstříc a potěšíme tím, co umíme.



Vaše Cukrárna Buchalovi v Praze 9

tel.: 606 349 735, 602 260 313 • www.cukrarna-buchalovi.cz

