

listopad 2023

fresh[®] TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Tomáš Pilský
Jiří Jemelka
Bohumil Hlavatý
Petr Paksi
Petr Ostrý
Petr Kosiner



Tomáš Pilský

Okno není komodita

rozhovor na stranách 2–3

Okno není komodita



Vaše značka se profiluje jako špička kvality. Tato charakteristika se prolíná s principy udržitelnosti, ať už jde o okna či dveře, nebo stínící techniku. Proč jdete touto cestou?

Naše společnost je na trhu již desítky let a věříme, že zde ještě desítky let bude. Dlouhodobost a udržitelnost jsou součástí naší DNA. Sázíme na to, že kvalitní produkt a služby mají dopad na optimalizaci spotřebované energie, na snížení uhlíkové stopy, zlepšení životního komfortu a užívání. V našem případě chceme této společenské zodpovědnosti dosáhnout jedině tím, že pro zákazníka zajišťujeme a kontrolujeme celý proces dodávky zboží a realizace neboli poskytujeme produkt na klíč. Máme vlastní vývojové a technické oddělení a nabízíme celou šíři sortimentu až po nestandardní individuální řešení, kterými umíme uspokojit i ty nejnáročnější zákazníky, ale také architekty a další profesionály v oboru stavebnictví. Navrhujeme konstrukčně perfektní výrobek a garantujeme bezchybnou montáž. Za dílo ručíme. Tímto podporujeme svou znalost a odbornost. Kvalitní okna jsou podle nás navíc zároveň ekologičtější. Čím déle vydrží spolehlivě sloužit, tím později je bude nutné vyměnit za nová, čímž se samozřejmě snižuje jejich dopad na životní prostředí. Špičková okna s výbornými tepelněizolačními vlastnostmi také přispívají k minimalizaci tepelných ztrát, a tím se podílí na snížení produkce CO₂. Ze stejného důvodu například u plastových oken považujeme za udržitelnější variantu nikoliv recyklovaný plast, ale takzvaný prvoplast, který má jasně deklarované složení.

VEKRA. Značka, která s námi žije ve dne i v noci. Stále. Je všudypřítomná. Když se probudíme, podíváme se z okna, jak je venku. Když odcházíme z ložnice, otvíráme dveře a vstupujeme do chodby či jiné místnosti, když z bytu či domu, dveře zavíráme a zamykáme. Když o něčem dlouze přemýšlíme, díváme se z okna, když zuříme, praskáme dveřmi. Potřebujeme-li vyhnat špatnou energii z prostor, které obýváme, a domov nebo kancelář si zútulnit, umyjeme okna i dveře. Za okny i za dveřmi se odehrává kus našich životů, každodenní drama, malé i velké příběhy. Vrcholí zde lásky i rozchody, vznikají podnikatelské nápady i přátelství navždy. Okna i dveře také časem získaly na velké symbolice. Jsou začátkem i koncem ve všech možných podobách. V životě člověka hrají vskutku mnohočetnou roli. Jsou také ojedinělým nositelem designu, který o uživateli hodně napovídá. A protože slouží nepřetržitě, měly by být vyrobené v nejlepší kvalitě. Ty, které nesou pečeť jmenované značky, jsou špičkové. Přinášejí nejvyšší možnou hodnotu pro uživatele, komfort jakosti, sílu spolehlivosti. Mají nadčasovou přidanou hodnotu, nabízejí mnoho benefitů, často víc, než zákazník tuší. Mohou s ním být v přátelském vztahu po celý život. Co chtít víc? O filozofii podnikání jsem si povídala s Tomášem Pilským, ředitelem pro nové technologie společnosti VEKRA, největšího českého dodavatele oken, dveří a stínění.

Nebylo by jednodušší získat si zákazníky zajímavým designem, horší kvalitou a nižší cenou? Vždyť spotřební život většiny společnosti napovídá, že byste mohli být tímto přístupem ještě úspěšnější...

V krátkodobém horizontu a s krátkozrakými ambicemi určitě ano, v dlouhodobém výhledu rozhodně ne. Naše filozofie a přístup k zákazníkům je po celé roky neměnný, také proto

I do vnitrofiremní kultury se propisuje naše vnější strategie a filozofie, jež jsou založené na dlouhodobosti. Zaměstnanci znají směr naší společnosti. Navíc oba majitelé jsou v aktivních výkonných pozicích a mají tzv. ruce ve strojích. To pro atmosféru a vnitrofiremní komunikaci znamená hodně.



jsme lídr na trhu. Zákazníci nám důvěřují. Důvěřují naší značce, našim lidem. Budovat dobré jméno značky stojí obrovské úsilí a jsou za tím roky práce, ztratit dobré jméno je otázkou několika minut a pár špatných rozhodnutí. Proto ke každému oknu či dveřím, která montujeme, přistupujeme tak, jako bychom je montovali ve své domácnosti. Okno není komodita. Představte si, že po třech letech budete nuceni okna měnit...

Jak se vám manažersky daří prosadit vaši vizi a strategii? Je složité získat tým pro nosné myšlenky? Nebo jste vnitřně naladěni všichni na shodnou notu?

I přestože máme jenom v České republice čtyři výrobní závody, mnoho showroomů, zaměstnance v kancelářích, což činí okolo 1500 lidí, máme minimální fluktuaci. I do vnitrofiremní kultury se propisuje naše vnější strategie a filozofie, jež jsou založené na dlouhodobosti. Zaměstnanci znají směr naší společnosti. Navíc oba majitelé jsou v aktivních výkonných pozicích a mají tzv. ruce ve strojích. To pro atmosféru a vnitrofiremní komunikaci znamená hodně. A v neposlední řadě i při nábořech nových zaměstnanců zohledňujeme soulad s hodnotami VEKRA.

Ještě složitější je patrně přesvědčit kupujícího, že vyšší cena a následná záruka či servis nejsou jen planá slova, že se na vás zkrátka může spolehnout. Čím argumentujete?

Za nás mluví „odmakaná“ práce. Denně vyrobíme 1500 oken, provedeme více než 150 montáží, to znamená, že každá chyba v tomto množství produkce je více než nechtěná. Nemůžeme si dovolit vyrábět a montovat špatná okna, dveře ani stínění. Navíc jako jedni z mála klademe důraz na normy a ctíme je, snažíme se

kvalitou výrobků tyto normy převýšit, a díky tomu chránit spotřebitele. I toto je naše konkurenční devíza.

Vývoj cen energií vám do určité míry nahrál v tom, že lidé o úsporách tepla, elektřiny, plynu přemýšlejí v širších souvislostech, mnozí pochopili, že do výměny „chytrých oken“ se investovat vyplatí. Přibývá takových zájemců?

Jednoznačně ano. Jak jsem říkal, okno není spotřební zboží. Nicméně v období okolo roku 2010 byl obrovský stavební boom a neřešila se kvalita materiálů a výrobků, zákazníci k nám po deseti, patnácti letech přicházejí a potřebují okna vyměnit. Tentokrát už nepřemýšlejí nad cenou, ale jdou za kvalitou. Proto vyhledávají nás.

Mnozí lidé rozhodnutí o nových oknech ale možná odkládají až na příznivější dobu, kdy nebude taková drahota, inflace zbrzdí a ceny „se vrátí“ do normálních kolejí...

Nám v tomto ohledu pomáhají právě probíhající dotační programy v rámci projektu Nová zelená úsporám. Těmto zákazníkům dokonce dokážeme pomoci s vyřízením dotace a nově umíme vyřešit se zájemci zakázky hrazené úvěrem. Návratnost i díky ceně energií mluví jednoznačně ve prospěch výměny oken a je mnohonásobně větší než samotný úvěr.



Velké výzvy jsou před majiteli bloků panelových domů v českých městech, ať už jde o zateplování, nová okna, omítky. Jak vnímáte potřebu trhu v tomto směru?

Za poslední dva roky vidíme růst poptávek ze strany bytových družstev a společenství vlastníků jednotek na výměnu oken, které nesplňují dnešní normy. Navíc našimi kapacitními možnostmi, které zajišťují čtyři výrobní závody, jsme schopni zajistit zakázky o velkých počtech a k tomu nabídnout komplexní řešení a individuální servis. A také i v tomto segmentu již probíhají dotační programy.

Když jste pořádně našťavaný, praskáte dveřmi? A vydrží ty vaše energie hodně zlostných jedinců?

Mě jen tak někdo nebo něco nevytočí. Ale s našimi dveřmi bych se nebál být výbušný. O tom se konec konců před nedávnem mohli přesvědčit i novináři na tiskové konferenci, kde jsme prezentovali kvalitu

našich interiérových dveří a na jednoduchých zátěžových testech demonstrovali, že i přestože dvojice dveře mohou vypadat na první pohled téměř totožně, každé vydrží zcela jiný nápor. Už jenom pouhým zvážením zjistíte, že rozdíl v hmotnosti může být i trojnásobný, což má přímý dopad při běžném denním užívání na zvukovou izolaci, a takové dveře odolají i v tzv. italské domácnosti.

otázky připravila Eva Brixí ■■■

Mají nástupci vždy správnou motivaci?

Podnikatelé a majitelé firem se snaží najít ten nejoptimálnější model, jak firmu předat nástupcům. Než k tomu dojde, věnují značné úsilí její stabilizaci, aby měla nadcházející generace snazší cestu. Jenže to podstatné mnohdy zůstává nezodpovězeno. Jaká je motivace potomků podnikání převzít? A je dostačující nebo správná? Právě na tom totiž osud a úspěch vybudovaného businessu závisí. A je v tom také odpověď na otázku, proč mezigenerační výměnu přežije asi jen třetina rodinných firem.

Mnoho nástupníků doslova s firmou vyrůstala. Prošli si různými pozicemi, pracovali na nejrůznějších projektech uvnitř podniku. To pro někoho může být fantastická průprava, kdy se učí a rozvíjí svůj potenciál. Pro jiného je ale důvod setrvávat ve firmě rodičů něco zcela jiného. A teď byste měli zbystrit. Potomek se možná snaží jen schovat před drsným vnějším businessovým světem, a proto chce zůstat pod ochrannými křídly rodiny. Dokonce se možná i těší na to, až mu bude tento starý dobrý známý svět říkat pane. Pro firmu velmi nepříjemný a rizikový moment. Pokud se totiž člověk brání tomu překračovat svou komfortní zónu a usiluje zůstat všemi prostředky v dobře známém prostředí, které mu přináší falešný pocit eliminace rizika, pravděpodobně nebude schopen chod podniku v tvrdém konkurenčním prostředí uřídit. Proto, pokud máte nástupce s tímto profilem, s předáním ještě počkejte. Pošlete ho na zkušenou do světa. Když se zocelí, neváhejte mu rodinné dědictví předat. Pokud ne, ještě k němu nedozrál a hledejte jiné metody, jak firmu uchovat ve svém vlastnictví, aniž byste museli být jejími otroky do důchodového věku. Od útlého dětství vedete ratolesti k tomu, aby si toho, co jste vybudovali, vážily. Dáváte jim brigády ve skladě, při údržbě areálu, tady si získávají první pracovní návyky a vydělávají první peníze. Jenže myslet si, že když tady na berou první pracovní zkušenosti, že když ve volných chvílích společně budete natírat plot

výrobního závodu, skutečně vytvoří silné a láskyplné pouto k firmě, může být pěkně ošemetné. Jde o to, že vy si vytváříte dojem kompetentního a motivovaného potomka. Ale je taky dost pravděpodobné, že on to využívá jako jedinou možnost s vámi trávit čas a na firmě mu vlastně vůbec nezáleží. Možná ji dokonce vnímá jako přítěž.

I když si myslíte, že tento mladý člověk podnikání miluje a je schopen se ho ujmout, vůbec to tak být nemusí. A když už se náhodou do řízení dostane, většinou nemívá valné výsledky. Zápal pro tuto činnost totiž zdaleka nepochází od něj, chce jen naplnit cestu, kterou jste mu vybrali. Ostatně to se od něj očekávalo, ne? Takže není nezávislý, nepřemýšlí jako businessman nebo businesswoman. Je prostě jen schránkou na vaše hodnoty, vaše cíle, vaše doporučení. Jde si odkroutit svoje určení. Kde je ale jeho skutečná dlouhodobá motivace, vašeň a zápal? Pokud tohle v řízení schází, rozlučte

Slib jej svazoval natolik, že nedokázal uvažovat nad jeho naplněním jinak, než že do puntíku vyhoví vůli rodiče. Neviděl ze situace jiná efektivní východiska, která by mu rozvázala ruce. Utápěl se v něčem, co nemiloval, pro ty, na nichž mu nezměrně záleželo. Do roka byla firma na prodej.

Proto bych na vás rád apeloval, abyste svoje nástupce nikdy nevydírali emocionálně a závazky, které by šly proti jejich naturelu. Nikdy to nedopadá dobře.

Ani následující scénář není tak vzácný. Nástupce z řad rodinných příslušníků je motivovaný a na převzetí otěží se velmi těší. Vypadá to jako idylka. Tak co je zde za problém s motivací? Musíme se zeptat, odkud zájem pramení a jestli jsou představám rovny schopnosti budoucího šéfa. Pokud chce někdo řídit ne pro potěšení z manažerské práce a leadershipu, jde většinou jen o velmi zranitelné ego.

Dotyčný si chce prostě vylepšit vlastní sebeobraz, vystavět si kolem sebe auru významnosti a úspěchu. A firma je mu k tomu pouhým prostředkem. Toto křehké ego ale velmi špatně snáší nezdary. Jenže podnikání je věčná sinusoida výzev a vítězství. Někdy dokonce průšvihů a řešení.

Pod takovým tlakem osobnost, která nemá ve skutečnosti dostatek sebevědomí, emocionální stability a psychické odolnosti, podléhá nešvarům: zkreslený úsudek, snaha hledat příčiny neúspěchů mimo sebe, ochablá vůle, výmluvy, impulzivní rozhodování, nebo naopak rozhodovací paralýzy, ale především tím obvykle utrpí mezilidské vztahy na pracovišti. Hněv takové osobnosti se nejčastěji obrací vůči těm nejbližším v týmu. Otravuje to život firmy i lidí. Upadá firemní kultura.

Jak z toho ven? Pokud situace už nastala, nejlépe je povolat do podniku externího CEO, který začne vše dávat do pořádku. A co s nástupcem? Lidé se zranitelným egem se totiž nevyrovnávají moc dobře s tím, když je sesadí na piedestalu a řeknete jim, že je potřeba něco změnit. Obvykle to končí roztržkami a agresí.

Váš potomek potřebuje pracovat především sám na sobě. Dokud to neudělá, a bohužel někdy se profesní vývoj a ten osobnostní oděluje, nebude schopen firmě skutečně prospět. Vždy ji totiž zatáhne do boje o svůj sebeobraz. Takže dejte nové generaci prostor, ať si to vyřeší. Klidně s odborníkem, psychoterapeutem, koučem.

Ing. Jiří Jemelka, MBA, zakladatel JPF Czech s. r. o.



Ing. Jiří Jemelka, MBA

se s excelentní firmou. Přinejlepším bude průměrná. A nejspíš ji brzy pohltí někdo silnější. Mnoho nástupců se firem svých rodičů ujímá z dalšího špatného důvodu. Je to jen a pouze silný pocit závazku. Jeho naléhavost je pak o to větší, pokud se předání odehrává za nešťastných okolností, kdy zakladatel například umírá. Tak, přestože o podnik potomek nestojí, nedokáže říci ne poslednímu přání svých rodičů. Takového klienta jsme také měli. Mladý muž kolem 35 let se dostal do čela firmy, protože otec zemřel. Zakladatel si přál, aby v jeho díle pokračoval a staral se o ně. V době, kdy se to stalo, se psychický stav syna zakladatele natolik zhoršil, že uvažoval dokonce o tom, že svůj život pod tlakem všech okolností ukončí. Dostal se do bezvýchodné pasti.

Víte, že máme chlebového someliéra?

Dovedete si představit svět bez chleba? Tato základní potravina, která nás provází celým životem, má svůj vlastní svátek, jenž každoročně připadá na 16. říjen. V roce 1945 ho vyhlásila Organizace spojených národů pro výživu a zemědělství jako den boje proti hladu. Při letošní oslavě Světového dne chleba a pečiva představil Svaz pekařů a cukrářů v ČR nový edukativní projekt Chlebový someliér, jehož tváří se stal odborník Stanislav Janíček.

Ten se pekařině věnuje již od svého dětství, v oboru působí už 25 let a prošel přitom různými profesemi. Cílem projektu Chlebový someliér je šířit povědomí o chlebu, pečivu a pekařině a předávat široké veřejnosti zajímavé informace na toto téma. Klíčovým komunikačním kanálem bude série edukativních videí, jež budou pravidelně zavěšována na nových webových stránkách www.chlebovysomelier.cz a na sociálních sítích Facebook (Chlebový someliér), Instagram (chlebovy_somelier) a YouTube kanále (@Chlebovysomelier).

„My pekaři v České republice, Světový den chleba a pečiva slavíme různými akcemi – odbornými konferencemi, dnem otevřených dveří v pekárnách, ochutnávkami chlebového sortimentu nebo setkáváním pekařů. To vše jsou způsoby, jak propagovat chléb jako nepostradatelnou lidskou potravinu a jak si připomenout jeho důležitost,“ řekl při této příležitosti Bohumil Hlavatý, výkonný ředitel Svazu pekařů a cukrářů v ČR. Jemu patřily i následující otázky:

Co si ale vlastně představit pod označením chlebový someliér?

Člověka, který se věnuje celý život pekařině, specialistu, který umí nejen péct, ale ovládá pekařskou technologii a provozy nejen v ČR, ale i v zahraničí. Zároveň musí mít vytříbenou chuť, zkušenosti s testováním a posuzováním chleba.

A jeho role ve vašem svazu?

Se Stanislavem Janíčkem spolupracujeme již řadu let, je pravidelným komisařem na našich soutěžích, konzultujeme s ním naše aktivity a je pravidelným hostem na našich akcích. Nyní jsme se rozhodli, že on je tím pravým stát se tváří našeho projektu Chlebový someliér.

Je to také odborník, který má zvláštní schopnosti k rozeznání chuti různých druhů chleba? Znalec se speciálním nadáním?

Musí každých pět let absolvovat test senzorického hodnocení a absolvovat kurz na VŠCHT. V minulosti se účastnil nejrůznějších pekařských soutěží, kde nyní působí jako jejich komisař. Je to pekař a technolog, který prošel nejrůznějšími posty v oboru od pekaře na směně až po technologa, který školí pekaře v ČR i zahraničí.

Nebo by mu spíše slušelo označení reprezentant oboru, který svým charizma může nadchnout ostatní?

Obojí. Nejen profesionál z odvětví, ale i člověk, který musí umět komunikovat, a jak jste naznačila, reprezentovat. Zároveň nadšenec a srdcař tohoto oboru, který může přiblížit pekařinu nejen mladé generaci.



Ing. Bohumil Hlavatý

Svaz pekařů a cukrářů v ČR se snaží propagovat řemeslo zejména mezi mladými. Dáří se to? A čím to, že se jich do učení tolik nehrne? Vždyť jde o obor voňavý, chutný, tolik potřebný...

Řekl bych, že se to pomalu zlepšuje, v současné době jsou naplněny třídy tohoto oboru. Ale my nespíme na vavřínech a chceme i v budoucnu intenzivně pracovat na tom, abychom našemu řemeslu v ČR dali opět zasloužený respekt. Myslím, že je aktuálně o studium větší zájem také díky nově vznikajícím bistro pekárnám – jako jsou např. Zrno Zrnko, Nordbeans, Eska apod., kde ceny pečiva a chleba jsou výrazně vyšší, a tak si mohou dovolit platit pekaře lépe než klasické pekárny.

Vraťme se ke chlebu. Tušíte, kolik druhů se ho vyrábí v České republice?

Nevím přesně, ale určitě jsou to desítky druhů... A trůfám si tvrdit, že máme téměř nejširší sortiment na světě.

Jakému chlebu dáváte vy osobně přednost na talíři?

Rozhodně vím, že bez chleba si nedokážu život ani představit, a vždy, když se vracím z dalekých cest dovolené nebo služební cesty, tak se těším na ten náš dobrý český chléb. Bez nadšázky je pro mě chléb základní potravinou a preferuji ho víc než pečivo. Takový čerstvý chleba pěkně vypečený a křupavý namazaný máslem, tak to je pro mě doslova mňamka.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Využíváme tržních příležitostí, které jiní nevidí, nebo nechtějí vidět



PaedDr. Petr Paksi, DBA

Co je to úspěch v businessu? Dá se na to vůbec odpovědět?

Pro mě je úspěchem v businessu dlouhodobá firemní stabilita, zejména finanční a personální. Ta je základem pro další rozvoj a expanzi. Firemní výsledky jsou důležité, ale vždycky jsem se snažil najít rovnováhu mezi pracovním a osobním životem, mezi fyzickou a duševní oblastí, mezi hmotným a nehmotným. Chtěl jsem se v budoucnu vyhnout lamentacím typu, kdybych to byl býval věděl, tak bych to udělal jinak, a jsem si jist, že to je správná cesta.

Jak vnímáte vaše pěkné umístění v soutěži MANAŽER ROKU? Také jako určitý mezník ve vývoji firmy, pro kterou děláte první poslední?

V září jsem obdržel ocenění Manažer roku 2022 v kategorii malých a středních firem. Za sebe vnímám toto ocenění s výraznou pře-

paedDr. Petr Paksi, DBA. Jednatel a obchodní ředitel společnosti JAP FUTURE s.r.o. Obdivuhodná, akční osobnost businessu, člověk s nevidaným obchodním talentem, který vidí a odhaluje příležitosti, které jiným zpravidla unikají. Objevovat možnosti a vyhledávat příležitosti, které jsou okolo nás, to je součást jeho pohledu na svět i podnikání. Právě proto se firmě daří. Originální, nadčasový, přitom pragmatický pohled na věci, které mají lidem sloužit a být pěkné, se snoubí v portfoliu výrobků, které najdeme v nespočtu realizací doma i v cizině. Hraje v nich také významnou roli design, který si získává odezvu zejména u zahraniční klientely. Nejen obrazně řečeno otvírá dveře k osobitým a funkčním řešením, ale přináší významné osobní reference, nové zakázky. Petr Paksi je také člověk, který se snaží vychutnat si každý okamžik dne. Ať už práci, vlastní nezměrnou činnorodost, nebo péči o rodinný život, cílený odpočinek, jímž regeneruje síly. Má rád humor, kterým si umí získat srdce společnosti. Jeho přítomnost motivuje. K čemukoli, co dává smysl. A to vůbec není od věci. Mám to ráda. Je inspirativní, vnímavý, byť nesmlouvaný. Je to prostě šéf. Letos byl oceněn v 30. ročníku prestižní soutěže MANAŽER ROKU. Stal se vítězem kategorie Manažer malého a středního podniku.

vahou emocí. Není to tak, že si chladně odškrtávám nějakou metu a neohlížím se vpravo ani vlevo. K ocenění přistupuji s pokorou, respektem a nesmírně si ho vážím. Můj příběh je příběhem celé firmy, a proto si stejně tak vážím práce a pomoci všech v JAP FUTURE, kteří se na vzestupu mém i firmy podíleli, zejména pak výkonného ředitele Jiřího Fryštáka. Je to ocenění pro nás pro všechny.

Čím dál více se profilujete jako rodinná společnost. Dokázete zhodnotit, co nového a zajímavého přinesl do podnikání váš syn?

Přiznám se a jsem rád, že jsem svého syna nemusel k práci v naší firmě nutit. Zná mnoho případů, kdy se nedaří zachovat kontinuitu a otcové-zakladatelé jsou nuceni firmu prodat, přestože by ji raději předali nastupující generaci. Jeho přínos je v tuto chvíli v rozvoji našeho zahraničního obchodu, kterého se ujal s mladickým elánem, ale nechybí mu ani erudice. Výrazně se zasloužil o získání nových trhů na středním východě a na Balkáně.

Integrací designu do strategie firmy došlo ke zlepšení hrubých ekonomických výsledků. Určitě jsme se díky tomu prosadili lépe na zahraničních trzích a pomohlo nám to odlišit se od konkurenčních firem.

Mohou stát dvě generace vedle sebe? Je to zdravě konfliktní, nebo naopak příjemně motivující?

To je určitě individuální. Za mě nevnímám společné působení ve firmě nijak konfliktně. Na druhou stranu by byl nesporně zajímavý i pohled z druhé strany! Když nad tím přemýšlím, jsem si jist, že já i syn Petr táhneme za jeden provaz a názorové rozdíly na některé záležitosti řešíme argumentační diskuzí, která dláždí cestu k jejich řešení.

Stavebnictví si v Čechách nevede nejlépe. Logicky proto čím dál více sázíte na export. Jaké trhy nyní obsluhujete?

Aktuální výrobové portfolio diverzifikuje rizika, zejména ta, která vyplývají z volatility stavebnictví, a navíc designové dveřní systémy, které vytvořily nový tržní segment, výrazně povzbudily zahraniční obchod. Aktuálně vyvážíme do 55 zemí, největší objemy generujeme v Itálii, Polsku, Izraeli a Belgii.

Přesto i na domácí půdě realizujete dosti atraktivních zakázek. Můžete uvést příklad, kde se JAP FUTURE zapsal jako dodavatel luxusních interiérových prvků?

Firma za dobu své existence díky své flexibilitě významně doplnila výrobové portfolio, od stahovacích půdních schodů, schodišť a zábradlí přes stavební pouzdra pro zasouvací dveře až k designovým dveřním systémům, obkladové-

mu systému EFEKTA a teď nově vchodovému systému LIBERTY. Bohužel žádný příklad nevedu, protože u top zakázek jsou vyžadovány smlouvy o mlčenlivosti, které respektuji.

Znám váš příběh z Dubaje, všechno zavínil Instagram... Jak to celé bylo? A přesvědčily vás sociální sítě o tom, že mají i v podnikání význam? Jste rád, že jste se vydali také touto cestou?

Je pravdou, že první kontakt byl přes Instagram a pak už šlo vše hladce. Prvním testem kvality produktů, dodržení termínů, bezproblémové montáže nebo úrovně zákaznického servisu byla první objednávka od společnosti Al Hilal Homes, která je jednou z největších realitních společností v Dubaji a spravuje nemovitosti hlavně v oblastech Palm Jumeirah, Dubai Marina a Bluewaters Island, což jsou bašty prémiového bydlení. Realizace proběhla nadmíru úspěšně a nebojím se říci, že jsme získali stabilního partnera pro tento region. Další kontakty se

zrodily z naší účasti na stavebním dubajském veletrhu The Big 5, což je největší stavební veletrh v zemích GCC, Afriky a Asie. Je to veletrh s největší tradicí v regionu a pokrývá kompletně všechny stavební sektory.

Jste pragmatik, ale dokážete do nadčasových výrobků promítnout emoce, sázíte na design. Myslíte si, že právě design toho má ještě mnoho před sebou? A že dokáže

zkvalitnit život lidí, dát mu novou kulturu, mírnit „blbou“ náladu?

Integraci designu do strategie firmy došlo ke zlepšení hrubých ekonomických výsledků. Určitě jsme se díky tomu prosadili lépe na zahraničních trzích a pomohlo nám to odlišit se od konkurenčních firem.

Design tedy pomáhá firmám, a z druhé strany přináší jeho fanouškům a uživatelům, kteří ho ocení, mnoho radosti. Je však otázkou, zda dokáže obrátit všeobecnou náladu ve společnosti. Myslím, že až takový dosah nemá, ostatně to není jeho posláním.

Být špičkovým manažerem a zároveň v roli majitele firmy se nepodaří každému. Ne všichni šéfové dokážou delegovat, ne všichni si umí vybírat správné lidi do týmu. Ne každý unese svou zodpovědnost. Co se vám zatím osvědčilo, jaká metoda práce?

Situace na trhu práce je už dlouho napjatá. Abychom našli ty správné zaměstnance jak pro profese do výroby, tak do řídicích funkcí, rozhodl jsem se nejdříve postavit kvalitní HR oddělení. Problémy budou vždycky, ale nám se je podařilo minimalizovat, a týmová práce, kterou preferujeme, protože je evidentně zdrojem potřebné motivace a motorem našeho úspěchu, se nám daří.

Říká se, že podnikatel musí být odvážný optimista. Jak to cítíte vy?

Bez odvahy a optimizmu by to opravdu nefungovalo. Na druhou stranu to určitě není dostatečná kvalifikace pro úspěch. Ten se bez rozumné míry rizika a vizionářství dostavuje ztuhla. Je zapotřebí se dívat do budoucnosti, tu můžete aktivně spoluvytvářet, být tzv. u toho. Sledovat světové trendy v našem oboru a hledat cesty, jak s těmito trendy u nás pracovat, a dokonce je zlepšovat. Neváhat využívat tržních příležitostí, které jiní nevidí nebo nechtějí vidět.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



Posuvné dveře IDEALINE CHESSE v posuvu do stropu PREMIUM



Posuvné dveře MASTER ve stavebním pouzdru AKTIVE KOMFORT II



Otočné dveře MASTER ve skryté zárubni EFEKTA a obklad stěny EFEKTA



Celoskleněné dveře ve skryté zárubni AKTIVE GLASS

Unikátní spolupráce pomáhá firmám s přechodem na elektromobilitu

Přechod na elektromobilitu svých flotil realizuje nebo plánuje stále více firem. Jednou z nich je například i logistická společnost PJ Expedis, která od srpna dopravuje zásilky po Praze a blízkém okolí v elektrických dodávkách. Se změnou jí pomáhají i zkušenosti společnosti E.ON. Ta v rámci kompletní dodávky nainstalovala interní rychlodobíjecí stanici, a zároveň zajišťuje i kompletní správu dobíjení spolu s partnerem CCS. Díky spolupráci E.ONu a CCS, která je na trhu v tuto chvíli ojedinělá, tak řidiči PJ Expedis nemuseli přecházet na jiný systém čipů a karet, než na jaký byli zvyklí.



„Vnímáme potřebu mnoha firem přejít na elektromobilitu a s touto změnou radě z nich již pomáháme. Zároveň pro ně neustále zvyšujeme standard našich služeb. Jako mezinárodní společnost známe trendy z jiných trhů a snažíme se je přenést do českého prostředí. Pro PJ Expedis jsme nainstalovali dobíjecí stanici a zajišťujeme i systém pro správu dobíjení jejich vozového parku. Zároveň jsme mohli nabídnout i výhody vycházející z naší unikátní spolupráce se společností CCS, kdy jsme jako jediný poskytovatel schopni zavést do našich systémů platby kartami CCS, které jsou pro řadu firem důležité. Zákazníci pak CCS kartu využívají pro firemní i veřejné dobíjení,“ po-

psal Jakub Kott, vedoucí oddělení Mobility Services společnosti E.ON Energie. Spolupráce mezi E.ON a CCS spočívá především v unikátní kombinaci tankování a dobíjení vozidel v jedné kartě. „Při přechodu na elektroauta nebo při používání hybridních vozidel není potřeba hledat nového poskytovatele, pořizovat čipy či doplňující karty k již stávajícím palivovým kartám. To představuje úsporu času i další administrativy. S kartou CCS Limit zaplatí klient za tankování i dobíjení elektromobilů, ale i za další služby spojené s provozem firemních aut, jako jsou servisy, myčky, parkování či provozní kapaliny. Platby za dobíjení na interních i veřejných dobíječkách lze aktivovat i na již vydaných pali-

kových kartách CCS Limit,“ vysvětlil Jan Polívka, generální ředitel CCS Česká společnost pro platební karty.

Všechny transakce za výše uvedené služby obdrží klient vyúčtované na jednom daňovém dokladu. Jsou zobrazeny i po přihlášení do zákaznického servisu, což zvyšuje efektivitu řízení vozového parku a zjednodušuje administrativu. Data o dobíjení lze, stejně jako ta o tankování, automaticky propojit s monitoringem vozidel a knihou jízd Carnet. Klient tak uvidí nejen zaplacenou cenu a množství dobitých kW, ale i přírůstky a stav baterie nebo informace o dobíjení a vybíjení vozu. Navě se díky komplexnosti systému E.ON Drive propisuje i evidence domácího dobíjení, tzv. homecharging, což opět představuje zjednodušení administrativy a usnadnění vyúčtování služebních i soukromých jízd.

„Spolupráce s CCS je možná i díky tomu, že jsme dokázali propojit naše IT systémy, a efektivně tak vyměňovat potřebná data. Klienti, kteří používají kartu CCS, mají také k dispozici naši aplikaci, mohou využívat veřejné dobíjecí stanice i rozsáhlou síť roamingových služeb po celé Evropě čítající více než 67 000 dobíjecích bodů,“ dodal Jakub Kott. E.ON pro společnost PJ Expedis nainstaloval nejen software, ale dodal i novou interní dobíjecí stanici HYC50, která dokáže dobíjet výkonem 50 kW, popřípadě dvě vozidla na jednu výkonem 2x25 kW. Přitom jde o provedení formou wallboxu, který se dá přidat na stojan i na zeď, a nezabere tak příliš místa. Jde o jednu z prvních instalací této nové produktové řady rychlodobíjecích stanic. „Stanice HYC50 od výrobce Alpitronic je svým výkonem i akceptovatelnou velikostí ideální právě pro firemní fleet. Vzhledem k tomu, že našim zákazníkům nabízíme řešení, která máme vyzkoušená a víme, jak fungují, nainstalovali jsme si stejnou stanici také do vlastních areálů pro dobíjení našich vozidel,“ doplnil Jakub Kott.

Zařazení ekologických modelů aut je součástí dlouhodobé strategie PJ Expedis s cílem výrazně omezit uhlíkovou stopu a zbývající emise CO₂ kompenzovat. „Od začátku srpna 2023 veškeré doručování v oblasti hlavního města Prahy zajišťujeme výhradně vozidly s ekologickým plně elektrickým pohonem a v budoucnu plánujeme dále navyšovat počet těchto vozidel, která jsou šetrná k životnímu prostředí. I proto jsme hledali partnera, který nám s přechodem na elektromobilitu pomůže. Důležitá pro nás byla jak rychlá instalace výsoce kvalitní dobíjecí stanice a efektivní správa dobíjení, tak i možnost využívání karet CCS, na které jsme zvyklí,“ řekl Martin Jeřábek ze společnosti PJ Expedis. (tz)

Když si chcete život užít, nebojte se změn a učení

Průměrný věk v Česku se prodlužuje. Tuto dobrou zprávu dokládá i Český statistický úřad. Delší život člověka s sebou ale nese i tlak na přizpůsobování pracovního a osobního života změnám, které čas přináší. A to už pro nás mnohdy sympatické není – 37 % Čechů změny v životě příliš nevíta. V čem tkví problém, ukázal letošní průzkum NN pojišťovny a penzijní společnosti.



Ne nadarmo je v Česku velmi oblíbené přísloví „Starého psa novým kouskům nenaučíš“. Tisícovka respondentů z Česka ve věku od 18 do 79 let zodpovídala otázky týkající se jejich života a obecné spokojenosti. V oblasti celoživotního vzdělávání se ukázalo, že oproti ostatním 10 zemím, které se průzkumu zúčastnily, je Česko na poli přizpůsobivosti změnám velmi slabé. Přitom právě potřeba neustále se něco učit a utužovat svůj smysl života dle odborných studií přispívá ke štěstí a spokojenosti v každém věku.

„Češi se obecně změnám spíše brání. Málokdo je ochoten si připustit, že vyšší věk s sebou nese určité změny a je třeba s nimi počítat. Důležité je zůstat co nejdéle fit – jak fyzicky, tak myšlenkově, ale také si vytvořit potřebné zajištění,“ upozornil Michal Korejs, ředitel produktového vývoje NN Životní pojišťovny.

Stárne jen ten, kdo stagnuje

Klíčovým prvkem pro celkové pochopení síly změny je zejména naše vnímání stárnutí. To je v Česku sice poměrně dobré, ale stále nejhorší ze všech zkoumaných zemí – 59 % Čechů vnímá své dosavadní stárnutí pozitivně. Bohužel je u nás pořád zakořeněn tradiční pohled na stárnutí jako na nezvratný proces úpadku a méně jako na období určité moudrosti a zklidnění. A to je v době, kdy se život prodlužuje, škoda. V každém věku se přitom máme všichni co učit.

Pokud jde o rozvoj našich dovedností, na pomyslném žebříčku ochoty na sobě pracovat jsme skončili až na třetím místě od konce. Pouze 35 % z nás v posledních třech letech ak-

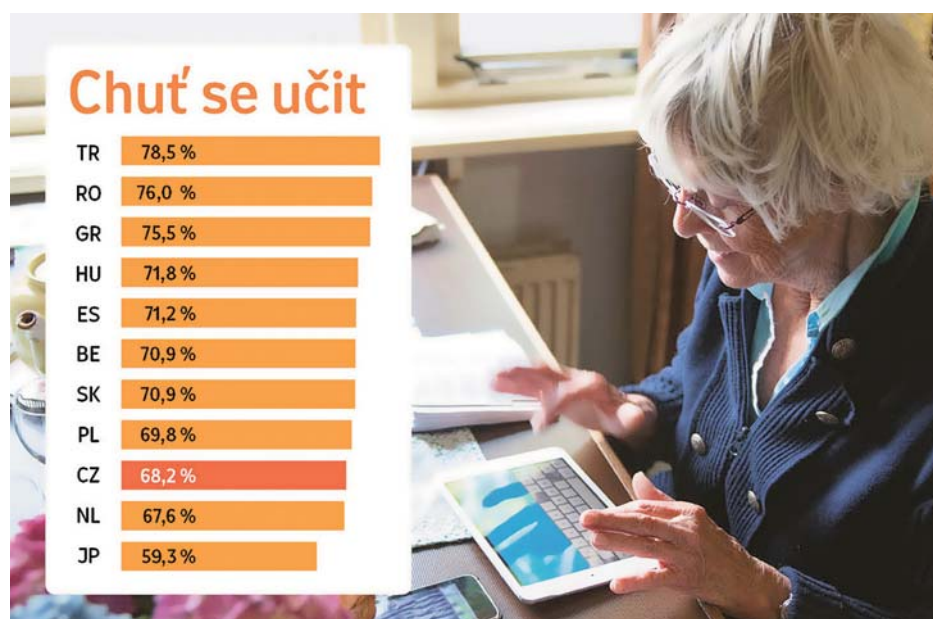
tivně investovalo do přiučení se novým znalostem a dovednostem.

„Je s podivem, že 75 % dotazovaných se považuje za zvědavé a dychtivé učit se novým věcem, ale méně než 65 % věří, že se každý rok skutečně naučí více. Přitom pokud jde o přístup ke zdrojům celoživotního učení, většina z nás jich má podle všeho dostatek. Informovaní tedy jsme a nástroje máme, ale často nic neděláme,“ komentoval Michal Korejs mezinárodní průzkum NN.

Je na nás samotných

A co péče o zdraví a změny životního stylu? Ani tady Češi příliš nezazářili. Když přijde na doporučení lékaře, díky kterému bychom získali pár zdravých let k dobru, řídilo by se jím podle průzkumu NN jen 20 % Čechů. To je druhá nejnížší úroveň schopnosti odhodlat se ke zdravějšímu životnímu stylu mezi dotazovanými zeměmi. Není potom divu, že se většina respondentů (58 %) na konci každého dne cítí vyčerpaná. „Je jen na nás samotných, kdy začneme něco dělat pro své spokojenější a zdravější stáří. Začít na něj myslet včas a připravit se nám pomůže si tuto etapu života lépe užít a ušetřit si starosti i některé výdaje,“ poznamenal Michal Korejs.

A co je podle produktového ředitele NN vhodnou finanční přípravou? „Jednou z cest je spoření na penzi, které je dnes u české populace našťastí čím dál oblíbenější. Ale záleží i na dobře nastavené pojistné smlouvě. Čím dál zajímavějším produktem v tomto ohledu je pojištění dlouhodobé péče. V NN jsme schopni lidem pokrýt riziko nesoběstačnosti až do věku 85 let s výplatou plnění až do 95 let. S jistotou zajištění dostupnosti potřebné péče v případě potřeby se žije lépe v každém věku,“ dodal. (tz)



Zvítězila Hruškovice Williams z Palírny Radlák

Výsledky Pálenky roku, největší české soutěže pálenek, byly oznámeny v Praze 13. října. Vycházely z hodnocení odborné poroty, která všech 296 destilátů z 37 českých lihovarů ochutnávala o týden dříve. Vysoká účast lihovarů byla pravděpodobně způsobena i reálným dopadem výsledků z loňského roku na trh – prodej vítězné meruňkovice například stoupl dvacetinásobně. Absolutním vítězem letošního ročníku se stala Hruškovice Williams středočeské Palírny Radlák, která si stejně jako vloni odnesla i titul Palírny roku. Ceny se udílely celkem v 19 kategoriích jako slivovice, hruškovice či meruňkovice, ale také ovocné likéry, giny a whisky. Záštitu nad soutěží opět převzala Unie destilátérů a největší český distributor řemeslných pálenek Lihovárek.cz.

Celkem devatenáct kategorií pálenek v rozmezí od sedmi do třiceti vzorků hodnotilo během koštu deset odborných komisí, složených převážně z předních českých expertů na lihoviny. „Každý produkt byl hodnocen na základě ověřené metodiky, která zkoumá parametry jako požitek, vůni, chuť či jemnost. Parametrů je deset a bodů také. Celkem tedy jde o stobodovou škálu,“ vysvětlil Jakub Gottwald, majitel společnosti Lihovárek a pořadatel soutěže. Nejlepší hodnocení napříč kategoriemi získala Hruškovice Williams z řemeslné Palírny Radlák, která v průměru dosáhla výsledku 96 bodů. Porota ocenila především výraznou chuť ovoce. „Hrušky pro výrobu této pálenky nakupujeme speciálně v Lombardii, která je williamskami vyhlášená. Následně je všechny poctivě odšťopkováváme a kvasíme ve vinifikátorech. To je metoda, již většina lihovarů nevyužívá, nám se ale osvědčila, protože díky ní můžeme hrušky kvasit při nižších teplotách, a zachovat tak jejich intenzivní chuť,“ vysvětlil Kamil Kutina, masterdestilér Palírny Radlák s tím, že hruškovice tak chutí připomíná hruškový kompot.

Současným trendem je posun k odrůdovosti a spotřebitelské líbivosti

Odborné komisi předsedal děkan Vysoké školy chemicko-technologické a předseda Unie destilátérů Karel Melzoch. „Letošní Pálenka roku nám ukázala, že pálenky si vlastní soutěž rozhodně zaslouží. Je patrné, že jejich úroveň každým rokem stoupá,“ uvedl. „Zároveň můžeme vypozařovat, že současným trendem je posun k odrůdovosti, čistotě a také ke spotřebitelské líbivosti – zkrátka výroba pálenek, které dělají lidem radost,“ dodal.

Z celkem 179 ovocných destilátů uspěly na Pálence roku v jednotlivých kategoriích slivovice Horňácká durancie z Palírny Kuželov, Hruškovice Williams z Radlíku, Jablkovice Zlatá z Destilérky Svach, vínovice z dubového sudu z Radlíku, Blatenská višňovnice z lihovaru Liqui B, třešňovnice z Radlíku či morušovice Martenz. Pro mimořádný úspěch ve vícero kategoriích byla Palírnou roku vyhlášena stejně jako v loňském roce Palírna Radlák, která sídlí v Jílovém u Prahy. Velmi nečekané je podle Jakuba Gottwalda vítězství meruňkovice od Rudolfa Jelínka, jež se ve své kategorii řadí mezi finančně nejdostupnější pálenky.

V nové kategorii kdoulovic zvítězila palírna založená teprve před rokem

Vůbec poprvé se na větším českém koštu objevila kategorie kdoulovic. „Zhruba před sedmi lety byly na českém trhu pouze dvě kdoulovi-





ce. Trh se však rozšiřuje tak rychle, že jsme letos mohli vyhlásit jejich samostatnou kategorii. Právem v ní zvítězila kdoulovice Karl LIQ, která má vůbec nejcharakterističtější možnou chuť, jemnou až mydlinkovou," řekl Jakub Gottwald. I samotný lihovar Karl LIQ byl na koštu novinkou. Jihomoravská palírna, která byla založena teprve před rokem, se podobné soutěže účastnila vůbec poprvé. Přesto se jí podařilo ihned probojovat mezi elitu – kromě úspěchu kdoulovice zvítězila se svou rynglovicí i v kategorii Ostatní slivoně, a také v celkovém hodnocení palíren skončila na předních příčkách. „Protože jsme opravdu malý lihovar, můžeme svým produktům věnovat maximální péči. To platí zejména o kdouloních, které jsou dnes již vzácným plodem. Ty naše pocházejí ze stromů zrajících na svazích Chřibského podhůří. Syrové jsou téměř nepoživatelné, ale všeobecně se traduje, že čím méně je ovoce chutné za syrova, tím lépe chutná po zpracování," dodala Soňa Bolfová z Karl LIQu.

Vlastní kategorii měly i pivovice, tedy pálenky vyráběné z piva. I vítěz, Zlatá pivovice z Destilérky Svach, podle Jakuba Gottwalda dokládá postupnou kultivaci tohoto druhu alkoholu u nás. „Zatímco za první republiky se pivovice vyráběla ze zkaženého piva, teď už pro ni lihovary připravují speciální surovinu, takzvanou mladinu," osvětlil historii pivovic majitel Lihovárku.

Českou whisky opanovala Destilérka Svach

V kategorii ginů pak v konkurenci 30 dalších zvítězil Summer gin od Garage 22. Specifickou kategorií představovala také česká whisky, již stejně jako vloni opanovala Destilérka Svach. Její produkty skončily na prvním i třetím místě. Soutěže se účastnily i takzvané new make spirits, tedy budoucí whisky. Vítězem v této kategorii se stala Palírna Agnes. „Její budoucí whisky je ta, kterou by měl milovník whisky vyhlížet," sdělil Jakub Gottwald. Novinkou

oproti loňskému ročníku byla účast líkérů. Z nich slavily úspěch Sudličkova ořechovka a Meruňkový líkér ze Sudličkovy palírny, Višňová mandlovka z Hustopečské mandlárny, Zázvorový líkér z Palírny Radlík a Lužická bylinná z Gallidistillery.

Organizátor Pálenky roku Jakub Gottwald, majitel největšího prodejce tuzemských řemeslných destilátů Lihovárek.cz a zároveň tajemník Unie destilátérů, vnímá akci jako možnost podpořit lokální lihovary, zlepšit reputaci pálenek v české společnosti a v neposlední řadě dát detailní zpětnou vazbu producentům. „Produkce i prodeje řemeslných lihovarů se konstantně zvyšují. V uplynulém roce k tomu bezesporu přispěla i Pálenka roku. Loňskému absolutnímu vítězi, Vínovici z dubového sudu Palírny Radlík, vzrostly meziročně prodeje triapůlkrát, vítězná slivovici z Palírny U Větrného mlýna Kuželov pětikrát a meruňkovici Svach dokonce dvacetkrát," argumentoval. (tz)

Přívěs jako energetický ostrov nebo pro víkendový piknik v poušti



Ing. Petr Ostrý

Jsme národ kutilů, ale i vzdělaných lidí. Ať jsme zákazníkem v roli běžného spotřebitele, nebo firmy, požadujeme nejen kvalitu, ale také proměny výrobků, které by stále přesněji sloužily našim potřebám či komfortu. Firma AGADOS, spol. s r.o., to za tři desetiletí své existence potvrzuje širokou nabídkou přívěsných vozíků, které zná každý zahrádkář nebo stavebník, stejně tak jako novými zakázkami pro armádu či záchranáře. Probojovala se na základě své inovativnosti a touhou zkusit vyrobit vše, co posune možnosti člověka dál, mezi světové lídry. Na otázky odpovídal Ing. Petr Ostrý, jednatel a majitel firmy:

Jste proslulým výrobcem přívěsných vozíků, a to nejen u nás, ale v celé Evropě. Jaké však byly začátky vašeho podnikání a kdo přišel s nápadem, který se ukázal jako nosný?

Firma navázala na více než stodvacetiletou tradici místního strojírenského závodu Jeřábek, který byl v roce 1948 znárodněn a přeměněn na státní podnik. Přihlásili jsme se k historii bývalého podniku a pokračovali v rozvoji strojírenství v regionu. Nápad vyrábět přívěsy vznikl po oslovení jednou belgickou firmou, která tehdy hledala dodavatele, a nakonec vyšla i jeho realizace. V samotných začátcích jsme vyráběli pouze dva typy přívěsů, a to nebrzděné malé přívěsy. Na složitě brzděné pří-

řívěsy se přešlo postupně až v průběhu let. Zkušenosti jsme na začátku neměli vůbec žádné, měli jsme jen partu velice šikovných spolupracovníků. Rozvoj podnikání byl hodně razantní, ale kvalitní přívěsovou techniku tehdy nikdo nenabízel. Byla to velká šance, kterou jsme využili, a to nejen v rámci tehdejšího Československa.

Bez přívěsu si dnešní zahrádkář nebo kutil nedokáže svůj pohyb po silnici ani představit. Co všechno nabízíte právě lidem s tímto zaměřením?

Je to široké portfolio víceúčelových přívěsných vozíků do 750 kg a do 3500 kg. Zjednodušeně řečeno, děláme téměř všechno, co je možné

postavit na kolech a připojit za tažné vozidlo. Ať už jde o brzděné i nebrzděné přívěsy různých rozměrů, které se mohou lišit nejenom použitými materiály, ale i příslušenstvím, a tím možnostmi využití. Nejčastější volbou zahrádkářů nebo kutilů bývají univerzální přívěsy. Zejména běžný valníkový přívěs je nejrozšířenější, prodává se nejvíce. Tvoří kategorii lehkých a rozměrově kompaktních přívěsů za auto. Zákazník si pak podle svého využití vybírá správnou velikost ložné plochy, doplnkové vybavení nebo řeší pevnost bočnic. Ty mohou být plechové, překližkové nebo hliníkové – od nejlehčích po nejpevnější. Pokud převládá sypaný materiál, může vybírat ze sklopných přívěsů s hydraulickým zvedáním, s ručním heverem nebo pouze manuálně sklopné.

Sortiment Agadosu je za těch 32 let opravdu široký. Jak jej charakterizovat, komu slouží dnes především?

Pohybujeme se v oblasti hobby přívěsů, profesionálních univerzálních přívěsů, ale i přívěsů vyráběných zákazníkům přímo „na míru“. Každý zákazník je specifický a má svoje potřeby. Jeho požadavkům se snažíme vyhovět. Vyrábíme jednoduché přívěsné vozíky za auto, přepravníky motocyklů a automobilů, skříňové přívěsy nebo profesionální přívěsy s délkou přes deset metrů.

Některé přívěsy jsou vyrobené speciálně pro auta, motorčky, další pro ovce či jiná drobná zvířata. Zkonstruovali jsme ale i transportér pro přepravu žiraf pro ZOO ve Dvoře Králové. V minulosti jsme vyrobili například přívěs pro monopost stáje Formule 1 nebo pomáháme s transportem závodního speciálu Tomáše Ouředníčka nejen na Rally Dakar. Aktuální novinkou je například speciální přívěs, který plní funkci energetického ostrova. Jde o autonomní elektrárnu poháněnou solárními panely a doplněnou malou větrnou elektrárnou. Mezi standardní už patří projekty pro integrovaný záchranný systém a armády nejen členských zemí NATO.

Silné postavení máte v dodávkách pro českou armádu. Speciální přívěsy tvoří dnes významnou součást vaší nabídky. Jak byste charakterizoval tento segment?

Právě tato kategorie je pro nás vůbec nejzajímavějším businessem. Tvoří pětinu obrátu a nyní očekáváme další růst tohoto segmentu. Jde o výrobky vyvinuté pro integrovaný záchranný systém, tedy pro armádu, policii a hasiče. Ve svém portfoliu máme unikátní obojživelný terénní přívěs, moderní polní kuchyň, cisternu na pitnou vodu, úpravný vody, mrazicí box ne-

bo osvětlovací věž, která je například vhodná k nasvícení míst havárií, táborů a v podobných situacích v polních podmínkách. Samozřejmě všechno na kolech a s ojí, aby bylo možné je zapřáhnout za automobil a odvézt, kam je třeba. Tyto výrobky využívá nejen česká armáda a Hradní stráž, ale také další armády členských zemí NATO – například v Německu, Rakousku, Finsku či Švédsku.

Mobilní polní kuchyně jsou rovněž produktem, který našel své násobné uplatnění. Jsou to vlastně speciální přívěsy, které musí splňovat řadu parametrů...

Ano, jsou určeny k rychlé a efektivní produkci velkého množství teplé stravy v polních podmínkách a využití nachází ve vojenství nebo při jakýchkoliv záchranných akcích. Hlavní motivací k výrobě našeho prvního typu polní kuchyně byla skutečnost, že poslední výrobek tohoto druhu byl českou armádou využíván již 60 let. Okamžitý zájem o ni byl nejenom z českého prostředí, ale především ze zahraničí. S první řadou mobilních kuchyní jsme zaznamenali velký úspěch a ukázalo se, že umíme vyhovět i tomuto typu velmi náročných zákazníků. Svým provedením jsou mobilní polní kuchyně snadno obsluhovatelny, nabízejí rychlé a snadné uvedení do provozu a manipulaci. Polní kuchyně se obvykle skládá z varné jednotky a ohříváče vody. Jako zdroj tepla je možno použít naftu, plyn nebo dřevo. Kuchyně musí samozřejmě splňovat veškeré nejmodernější hygienické požadavky. Všechny pracovní plochy a gastro vybavení jsou vyrobeny z kvalitní nerezové oceli. Zaoblené rohy modulu kuchyní a bezesparový design umožňují pohodlné a důkladné vyčištění a veškeré příslušenství je možné přepravit na přívěsu v integrovaných boxech.

A co je to obojživelný terénní přívěs?

Obojživelný terénní přívěs lze připojit za tažné vozidlo a je vyroben tak, že dokáže překonat náročný terén jako sníh, bláto i skalnatý povrch. Zároveň se umí přepravit přes vodu – je schopen plavat za tažným vozidlem. Díky ohlasu, který jsme s tímto přívěsem zaznamenali, jsme jej sestrojili i v menším provedení.

Je tak více variabilní, zejména v připojení za další typy tažných vozidel.

Máte vlastní výzkum a vývoj?

Máme vlastní vývojové a konstrukční oddělení, které zkoumá využití různých materiálů. Dále disponujeme špičkovými technologiemi pro zpracování ocelových svitků, jako je osmi-metrový ohraňovací lis. Pro speciální projekty slouží vlastní lakovna. Mimo vlastní produkci dáváme k dispozici volné kapacity moderní lakovny s vybavením odpovídajícím jejímu současnému zaměření. Zajišťujeme i kompletní servis přívěsů za použití značkových náhradních dílů, čímž zaručíme bezpečnost a docílíme dlouhé životnosti našich přívěsů.

Podle čeho se rozhodujete, čím dále obohatit nabídku? Je to poptávka odborníků, například právě armády, nebo náměty se sbírají při diskuzích na veletrzích, nápady běžných civilních uživatelů?

Poptávka, a tím i naše nabídka, se v posledních letech dramaticky mění. Nároky na nás jsou ze strany zákazníků čím dál vyšší, nás to těší a dělá nám to radost. Setkáváme se jak v automotive, tak v defence prostředí s novými postupy a technologiemi, které nás posouvají výrazně kupředu. Plníme stále komplexnější zakázky, stáváme se jakýmsi systémovým integrátorem v logistice. Nové technologie nám umožňují čím dál více experimentovat, dodáváme vývojově stále složitější výrobky pro stále náročnější zákazníky, kteří si už zvykli, že umíme téměř vše, co požadují. A v nemálo případech už je to i naopak – v posledních letech je to AGADOS, který navrhuje nová řešení a seznamuje s nimi svoje možné budoucí zákazníky.

Vybavujete rovněž několik armád členských zemí NATO. Znamená to asi splnit velmi náročná kritéria na kvalitu jednotlivých výrobků. Oč například jde?

Nejenom armádní sektor oceňuje parametry, které produkty Agadosu mají. A nejen, že je ocení, ale hlavně je dokáže naplno využít, a tím

je navíc skvěle testuje v reálných podmínkách. Právě produkce pro armádní sektor je v současné době tou nejlepší možnou referencí. Mnohé naše výrobky byly oceněny na prestižních veletrzích, většinou zlatými medailemi.

Hobby přívěsy neztrácejí na popularitě. Máte třeba nějaké speciální požadavky od dámské populace? Na výrobu přívěsu k přepravě květin, květináčů, domácích mazlíčků, pojízdnou maskérnu pro filmaře k natáčení v terénu. A co třeba malý pojízdný včelín? Vyplatil by se včelařům? Nebo králíkárna pro náruživé chovatele?

Nápadům se rozhodně nebráníme. Splníme prakticky všechny požadavky zákazníků. Trh se stejně jako v jiných oborech dramaticky mění. Dnes už nemůžete přemýšlet tak, že budete dodávat tisícové série. A tímto způsobem musíme vyvíjet naše výrobky. Musí to být jakási stavebnice, lego. Je to o spolupráci se zákazníkem, který je u celého vývojového i výrobního cyklu.

Určitě máte v plánu další novinky. Může se o nich už mluvit?

Pokud jde o speciální projekty, podléhají speciálnímu režimu, a proto o nich zatím nemohu moc mluvit. Ale mohu snad prozradit, že jde o dodávky pro jednu z největších armád světa a bude to pro nás reference jako hrom. První kusy již dodáváme a probíhají audity a zátěžové zkoušky. A jedna kuchyně, původně pro vojenské účely a integrovaný záchranný systém, nyní uzpůsobená pro účely civilní, bude určitě trháč zejména v arabských zemích. Je totiž určena k víkendovým piknikům v poušti.

Sledujeme i aktuální trendy tažných vozidel. Množství otázek vyvolává například elektromobil s přívěsem. A nás baví tyto otázky měnit v tečky. Chceme být zároveň aktivní na nových trzích. V příštích letech nás také čeká nákup dalších technologií, které souvisejí s novými projekty, do kterých byla naše firma na základě dobrých zkušeností pozvána.

otázky připravila Eva Brixí



Škola na pražském Jarově patří už 50 let mezi nejmodernější „učňáky“ v Česku

V roce 1973 se poprvé otevřely brány Střední odborné školy Jarov. Škola tehdy nabízela přes deset stavebních oborů pro 1100 žáků a stala se i díky modernímu vybavení jednou z nejvyhledávanějších v Česku. To platí dodnes. Ročně připraví na trh práce více než dvě stovky řemeslníků, včetně zahradníků.

Historie jedné z největších českých středních odborných škol sahá do začátku 70. let 20. století. Tehdy se otevřela pod názvem Střední odborné učiliště. Celý areál školy zabírá více než 40 000 m². „Výstavba školy trvala i s přípravou projektové dokumentace přibližně šest let. Již v době svého otevření v roce 1973 patřila k těm nejmodernějším a nejlépe vybaveným, jak co se týče učebních pomůcek, tak i zázemím pro své žáky. Součástí školy byl internát, jídelna, společenský sál, ve kterém probíhaly i taneční kurzy, velký sportovní areál, bazén, sauna nebo posilovna,“ popsal Miloslav Janeček, ředitel Střední odborné školy Jarov (SOŠJ).

Škola v době svého vzniku nabízela pouze tříleté stavební obory s výučním listem určené výhradně chlapcům. „Šlo o více než deset základních stavebních oborů, na rozdíl ode dneška se zde tehdy učil i obor elektromechanik. Celková kapacita školy činila 1000 žáků. Po deseti letech zde byly otevřeny ještě třídy od-



borného učiliště, což byly opět stavebně zaměřené obory, ty cílily ale výhradně na žáky z bývalých zvláštních škol. V té době byli na většinu stavebních oborů přijímáni pouze chlapci. Jedinou výjimkou byl obor lakýrník, na který se přijímaly i dívky už v 70. letech. Dnes se dívky mohou hlásit na kterýkoliv učební obor,“ řekl Miloslav Janeček. Současná kapacita školy narostla na 1500 žáků. V letošním školním roce má obsazené všechny obory a zájemce o studium musí odmítat. Byly ale doby, kdy některým oborům kvůli nízké poptávce uchazečů hrozil zánik. „V 70. letech byl o stavebně zaměřené učební

obory velký zájem, takže se naplňovaly velice rychle. To trvalo zhruba do 90. let, kdy přišel jistý tlak veřejnosti na nutnost maturitního vzdělání a zájem o obory s výučním listem rapidně klesl. V té době byly některé třídy takřka prázdné. Zánik hrozil například kominíkům. V posledních zhruba deseti letech se zájem o studium řemesla opět zvyšuje, největší boom jsme zaznamenali zhruba v posledních pěti letech, kdy máme opět plno. Vliv na to má samozřejmě vývoj demografické křivky, kdy na střední školy nastupují nejsilnější ročníky, ale také zvyšující se potřeba řemeslníků, jejich snadné uplatnění na trhu práce a zvyšující se finanční ohodnocení. V loňském roce jsme museli z kapacitních důvodů odmítnout přes 300 uchazečů,“ popsal Miloslav Janeček. V současnosti nabízí škola přes 40 oborů, včetně těch maturitních. Dlouhověké spojení se sportovci dalo navíc vzniknout i novému oboru. „Zaměření je stále převážně stavební, dále přibýlo zaměření zahradnické, a učíme i jeden maturitní obor, který nepatří mezi stavební ani zahradnické, tím je obor management ve sportu. Jde v podstatě o obchodní akademii zaměřenou na administrativu v oblasti sportovních klubů. Důvod, proč se tento obor učí právě u nás, je ten, že naše škola patřila v době svého vzniku mezi zhruba pět škol v Praze, kde se soustředili mladí sportovci z různých sportovních klubů. Zde potom probíhala jejich společná kondiční příprava, která navazovala na vyučování. Sportovci tedy k naší škole vždy patřili,“ vysvětlil Miloslav Janeček.

Cíle a plány do budoucna jsou jasné – modernizace vybavení, výuky i budov. Už letos by se měl otevřít první ze dvou energeticky soběstačných objektů, který bude sloužit žákům floristiky. „Chceme i nadále zůstat školou, která se bude řídit k těm nejmodernějším v republice. To platí nejenom o vybavení, ale i o budovách školy. Momentálně dvě naše stavby rekonstruujeme na budovy s téměř nulovou spotřebou energie a s inteligentními systémy řízení. Nadčasová se snažíme být i ve výuce. Díky spolupráci s firmami a řemeslnými cechy do výuky plynule zavádíme nové materiály a technologie, které se v jednotlivých oborech průběžně začínají používat. Naši žáci mají možnost díky školou získávaným evropským grantům vyjíždět na zahraniční stáže. Stále rozšiřujeme profesní kvalifikace i re-kvalifikace, což je odborné vzdělávání pro dospělé, nebo pořádáme různé zájmové odborné kurzy pro veřejnost,“ uzavřel Miloslav Janeček. (tz)





Klika NOMAD

jako krása jednoduchosti

Čtyři díly a je klika! Subtilnost jako hlavní cíl postavená na pevnosti nosných materiálů mosazi a ocele. K tomu deset různých povrchů a možnost jejich kombinací. Na světě je nová unikátní klika, která nemá svým vzhledem dosud obdoby. Kování NOMAD je spojením autorského nápadu české architektky Evy Le Peutrec a zručných výrobních zkušeností rodinné manufaktury M&T. Výrobní partneři kliky NOMAD představují špičku ve svých oborech jak na evropské, tak i světové úrovni.

Výsledkem téměř dvouleté spolupráce M&T, jediného českého výrobce designového dveřního a okenního kování, a Evy Le Peutrec, světové architektky s českými kořeny, je NOMAD. Klika odvázná svým jednoduchým tvarem a liniemi. „Ve svých projektech se snažím redukovat a zjednodušovat, hledat pravou podstatu. A právě redukce byla při návrhu kliky NOMAD to nejsložitější. Již bylo vymyšleno tolik různých návrhů dveřního kování, že přijít s něčím novým a zároveň minimalistickým byla skutečná výzva,“ řekla Eva Le Peutrec, která do názvu navržené kliky NOMAD promítla část sebe. Jak dále vysvětluje: „Svou podstatou jsem takový nomád. Miluji cestování, inspiruje mě. A návrh kliky NOMAD vznikl při cestě z Prahy, přes Helsinky a Osaku, do Jižního Pacifiku.“

Pro mimořádnou subtilnost kliky bylo důležité vyřešit její výrobu zejména po technologické stránce. Musela dosahovat požadovaných mechanických vlastností. „Klika NOMAD je nejjednodušší a zároveň nejmenší klika, jakou jsme kdy viděli a vyrobili,“ komentoval Roman Ulich, hlavní designér společnosti M&T, a pokračoval: „Představa o jejím designu byla od počátku jasná. Klika však byla velmi útlá, a aby v ruce nepraskla, museli jsme ji postupně zesilovat. Docílili jsme finální štíhlé a elegantní verze, u které můžeme kromě minimalistického vzhledu garantovat také dlouhodobou ži-

votnost a mimořádnou konstrukční pevnost. Tu klika zajišťuje základový materiál, který kombinuje masivní mosaz a speciální vysokopevnostní nerezovou ocel.“

Pohledová část kliky se skládá ze čtyř částí, které je možné pro individualitu každého interiéru libovolně barevně kombinovat. Jednotlivé segmenty jsou dostupné v deseti povrchových úpravách. Možnosti provedení navíc rozšiřuje varianta NOMAD Touch s jemně vroubkovaným povrchem na rukojeti. M&T připravuje celou produktovou kolekci NOMAD, která bude kromě dveřních klik zahrnovat také okenní kliky a kliky se zámkem na skleněné dveře.

Spolupráci s architektkou Evou Le Peutrec iniciovala rodinná manufaktura M&T. „Kromě vlastního vývoje a inovací si zakládáme na spolupráci s architekty, kteří mají vlastní vize a dokážou navrhovat nejen působivé exteriéry, ale detailně sladit také interiéry. A k těmto důležitým interiérovým detailům patří i autorské dveřní kliky,“ sdělil Roman Ulich z M&T a popsal, jak probíhala komunikace ohledně návrhu a výroby kliky NOMAD na vzdálenost doslova „přes půl světa“: „Na samém začátku jsme se s Evou Le Peutrec sešli osobně, vysvětlili si kon-

strukční mantinely našich mechanik pro ovládání kliky na dveřích a nastavili společný možný směr návrhu. Další krok byl pak na Evě. Návrhy a následné úpravy jsme vzhledem ke značné vzdálenosti jejího bydliště postupně komunikovali e-mailem. Na kliče NOMAD jsme pracovali téměř dva roky – nikam jsme nespěchali. Vzhledem k navržené naprosto subtilní konstrukci probíhaly z naší strany testovací zkoušky na našem robotickém pracovišti, abychom mohli garantovat potřebnou pevnost.“ Ke kvalitnímu designu patří jednoduchý tvar, kde již nelze nic ubrat. A to klika NOMAD bezpodmínečně splňuje. „Mám ráda elegantní, nadčasový design, který nevychází z aktuálních trendů, ale vypadá skvěle i po padesáti letech. Dodnes si pamatuji moment, kdy jsem uchopila krásnou kovovou kliku v prvorepublikové vile naší rodiny. Byl to ohromný rozdíl oproti těm nevzhledným plastovým, které byly tehdy namontované na většině dveří. To mě ovlivnilo na celý život – pochopila jsem, jak důležité detaily jsou. Dotvářejí celek. Klik se během dne dotýkáme nepočítatelně. Pokud jsou nejen funkční, ale navíc estetické, obohacují tyto detaily náš interiér i život,“ uzavřela architektka. (tz)



Knedlík není věda

Dříve tento pokrm musela prý umět uvařit každá dcera. Až když si dovednost připravit knedlík osvojila, mohla se vdávat. Časy se změnila a preference strávníků také. Tato příloha, která patří do tradiční kuchyně nejen Česka, ale třeba také Německa či Rakouska, si opět získává místo na výsluní jako klenot mezi delikatesami. Že se příprava knedlíků není třeba bát, přiblížil Petr Kosiner, šéfkuchař firmy Knedlíky Lázníčka, která se na ně specializuje.



Petr Kosiner

Mají lidé z přípravy knedlíků obavy?

Naše babičky to měly v malíku. Já sám jsem se od té své učil, jak na tuhle pochoutku vyzrát. Není to těžké. Lidé mají spíše pocit, že jde o časově náročnou vědu. Přitom si stačí osvojit postup a pak se dá s knedlíky experimentovat. Mnohé odrazují spíše představy o knedlicích, kdy je v minulé dekádě veřejnost zařadila na seznam nezdravých a nepřilíš chutných pokrmů. Jistě za to mohou nejen zážitky ze školních jídelen, ale někdy také to, co se servirovalo po hospodách. V moderním podání mohou být podle mého názoru dokonce považovány za pokrmy z kategorie zdravá výživa. Dnes si knedlík nemusíte dopřát jenom ke svíčkové nebo guláši. Existují vynikající varianty, které doprovází zvěřinu, zeleninová jídla, nebo dokonce asijské speciality. To hlavní tedy je na začátku pochopit přípravu.

Jakých chyb se při snaze vytvořit tento pokrm dopouštíte nejčastěji?

Když jde o začátečníky, obvykle je to otázka množství. Hned si přejí uvařit pro celou rodinu. A většinou to nedopadne dobře. Doporučil bych, aby zkusili nejprve jednu šišku, tak-

vou testovací. Na ní si postup pěkně osahají, seznámí se s principy přípravy. Jakmile se první zkouška povede, může se člověk postupně pouštět do většího a většího množství. A samozřejmě náročnějších receptů.

Je ještě něco, co by se hodilo připomenout?

Knedlíky, jako všechno dobré, potřebují čas. To říkám proto, že suroviny pro přípravu by vždycky měly mít pokojovou teplotu. Takže je před započetím práce vyndejte z lednice a spíše pro jistotu hodinu předem. Když by měla každá z ingrediencí jinou teplotu, může se stát, že místo nadýchaného knedlíku dostanete sraženou hmotu podobnou kameni. A čas potřebuje také proces kynutí.

Droždí a kynutí, pro mnohé začínající kuchaře alchymie...

Raději vám předám několik osvědčených tipů, jak na to. V prosáté mouce stačí udě-

lat důlek, nadrobit do něj droždí a zalít vlažným mlékem, jehož teplota nesmí překročit 40 °C. Jednoduchý trik se nabízí: do mléka prostě strčte čistý prst. Neměli byste pociťovat vlastně žádný rozdíl teploty mezi mlékem a vaší pokožkou. Tekutina může být i maličko chladnější. Ale hlavně ne teplejší, to už by kvasinky v droždí nemusely přežít. A pokud přeci jen chcete zdárný proces kynutí pojistit, přidejte k droždí trochu cukru. Sůl zapracujte ale až při hnětení těsta.

Teplota je důležitá i při kynutí. Měla by být alespoň pokojová, hlavně těsto nechte pod utěrkou odpočívat mimo průvan. Kynutí potřebuje teplo. Pomoci si lze i mírně přehřátou troubou, do níž umístíte nádobu s vodou a na ni dáte prkénko s již vytvarovanými knedlíky.

Kterými knedlíky bychom měli začít?

Vždy se nejdřív zaměřte na ty základní: tradiční kynutý houskový knedlík a knedlík bramborový. S variacemi těst se pak setkáte v dalších a dalších receptech. S uvedenými dvěma druhy si zažijete všechny základní postupy, které potřebujete umět, abyste později mohli vařit rozmanité variace knedlíků. Ostatně to vás také naučíme ve Velké knedlíkové kuchařce, kde se principů a základní knedlíkové filozofie ujala autorka úspěšných Kuchařek pro dceru Jana Florentýna Zatloukalová.

Lze si nějak při přípravě knedlíků pomoci?

Musím vás zklamat, zkratky nefungují. Chutný knedlík je stejně záležitostí postupu jako surovin. Ani my v naší velkovýrobě nepoužíváme žádné finty a náhražky. Jednoduše proto, že by to nechutnalo. Pokud se chystáte na kynutý knedlík, držte se droždí, cukru a teplého mléka. Žádný kypřicí prášek. Když jde o pečivo, toustovému chlebu se vyhýbejte obloukem a vždy přidávejte kvalitní nejlépe den staré rolíky. My si žemle dokonce sami pečeme podle vlastní receptury. Ale při domácí přípravě se obejdete s běžně dostupným pečivem.

Ani v případě bramborových žádná „zlepšovák“ nefungují?

Ted' na podzim se těším na nočky s dýní, ano i noky jsou druhem knedlíků. Ke guláši si rád dám knedlík s chilli papričkou nebo pivní knedlík. Vynikající jsou k dušeným masům s vinnou omáčkou také cizrnové noky, do nichž se mimo jiné přidává i mrkev, nebo batáty a jsou bez lepku.

Opět je potřeba stavět na surovinách. Základem jsou kvalitní brambory nejlépe varného typu A, tedy salátové. Ale jeden figl tu přeci jen je. Aby se těsto nelepilo a neteklo, brambory si uvařte den předem a nechte je pořádně vystydnout.



Díky tomu se bude s těstem pracovat mnohem lépe, a snadno to zvládnou i úplní nováčci. A co víc, hlavně se nerozvaří na kaši, ale šiška si udrží pěkný tvar.

Který druh mouky používat? Je nějaká lepší než jiná?

Do kynutých zásadně hrubou, aby byl knedlík pěkně pórovitý. Na bramborové v Knedlíky Lázníčka používáme zase výhradně jemnou dětskou krupičku. To má hned několik důvodů – potřebujeme, aby knedlík z bramborového těsta nebyl tuhý, dobře se provařil a měl tu správnou strukturu i chuť.

Existují nějaké speciální postupy vaření knedlíků?

Houskové jsou nejchutnější, pokud se vaří v páře. Když nemáte tuto možnost, pak lze vařit i ve vodě, jen nezapomeňte na to, že hrnec musí být opravdu velký, voda musí být pořádně osolená, a především během vkládání je potřeba var zmírnit, aby byl téměř nezatelný. Hlavně musí být při vaření hrnec přikrytý poklicí. Knedlík bude polovinou vyčnívat nad hladinu vody, a bude se tak z poloviny dělat v páře. Po dvaceti minutách se pak otočí a bude se v páře dělat dalších deset minut. Ihned po vyjmutí z vody byste ho měli propíchat špejlí, aby mohla pára odcházet a nesrazil se. Avšak houskový knedlík vařený v páře vždycky bude vzhlednější

a lahodnější než ten vařený ve vodě. Bramborové zase potřebují pořádně osolit. Na 1 kg brambor to chce asi 10 g soli. A brambory se

strouhají nahrubo. Zpracování těsta je jednodušší v tom, že stačí vše dát do mísy a hníst, jen krupička se přidává postupně po dávkách. I když by se vám zdálo, že na rozdíl od předpisu vám bude stačit její menší množství, nechte se osálit.

Naše babičky krájely kynuté knedlíky nití...

To stále platí. Je to dobrý způsob, jak knedlík „naporcovat“, aniž by jeho vzhled utrpěl. Což se o nedostatečně ostrém noži rozhodně říct nedá. Vedle toho lze ale doporučit i kráječ se strunami. Na bramborové, které je rovněž potřeba krájet ještě horké, stačí pořádně ostrý nůž.

Které knedlíky máte nejraději vy sám?

To je zapeklitá otázka. Připravit jich umím víc než sto druhů, ale vybrat si jeden, to nedovedu. Teď na podzim se těším na nočky s dýní, ano i noky jsou druhem knedlíků. Ke guláši si rád dám knedlík s chilli papričkou nebo pivní knedlík. Vynikající jsou k dušeným masům s vinnou omáčkou také cizrnové noky, do nichž se mimo jiné přidává i mrkev, nebo batáty a jsou bez lepku. Brzy bude svátek mladého vína, k tradiční pečené huse se

skvěle hodí Martinský houskový knedlík nebo bramborové knedlíčky s jablky. A se zvěřinou ladí knedlíky perníkové.

A co byste kuchařkám a kuchařům vzkázal?

Knedlík není věda. Zvládnete ho. A pokud byste chtěli průvodce, který vám názorně a krok za krokem ukáže, jak se do této disciplíny pustit, určitě nahlédněte do naší Velké knedlíkové kuchařky. Začátečníci, kteří teprve zkušenosti sbírají, tu najdou mnoho cenných rad. Pokročilí pak zase návod na knedlíky, které doprovodí tradiční českou pečinku, knedlíky inspirované kuchyní německou a rakouskou, ale taky varianty ovocné, bezlepkové a vegetariánské. A ještě něco. Učit se připravit knedlík může být také hezká rodinná aktivita nebo námět na teambuilding.

připravila Kateřina Šimková

O firmě

Knedlíky Lázníčka s.r.o. patří ke stálícím českého trhu. Zabývá se vařením knedlíků pro nejrůznější odběratele, například restaurace, catering, školní jídelny, její výrobky najdete také v sortimentu rohlík.cz. Nabídka knedlíků je obrovská, od klasických houskových až po speciální, například brynzáky nebo dýňové či špenátové. Společnost vydala Velkou knedlíkovou kuchařku, v níž najdete 144 knedlíkových receptů, ale nejen to. Zjistíte, že vařit knedlíky není těžké, že jich můžete ochutnat daleko více, než jste si mysleli, nebo že existují také knedlíky dýňové, mandlové či bezlepkové.



Vytočit se nenechám

V krizových situacích se ukazuje, s kým máte tu čest. Odkrývají se charaktery, vlastnosti, tváře. Z přátel nad jiné se stávají zlosynové plní nenávisť, z příbuzných krvelačně šelmy, z kolegů pomlouváči, kteří nenechají na člověku nit suchou. V době, která mnohým lidem zamávala s životními jistotami, se vztahy hroutí. Ego se rozrůstá nad člověčí lidský rozum. Že by svět

zdivočel? Pod tlakem technologií, financí? Zkoušíme, kdo víc vydrží? Místo korektní diskuze na sebe ječíme, píšeme neomalené e-maily. Já se ale vytočit nenechám. Při každé porážce vím, že prohra je i vítězství. Nová cesta. Je to tak i v businessu. Ten, kdož mne poslal k čertu, ani netuší, jaké dobrodiní mi poskytl.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Ve Fashion Aréně otevřel nově redesignovaný obchod značky Gant

Nejnavštěvovanější české outletové centrum Fashion Arena Prague Outlet v září otevřelo největší tuzemský obchod oblíbené módní lifestyle značky Gant. Nově redesignovaný prostor disponuje velkorysou obchodní plochu o výměře 335 m², jde tak o největší českou prodejnu této značky. V rámci outletového centra jde o jednu ze zákaznickicky nejoblíbenějších módních značek. Na jednom místě nechybí pánská, dámská ani dětská módní kolekce.

Nový interiér v sobě snoubí masivní dřevo v hnědých odstínech s nábytkem ze světlých textilií v kombinaci s chromovými akcenty. Prostor je typický svou vzdušností a přehledností, která umožňuje jednoduchou orientaci. Kromě prostorného interiéru nabízí značka i široký sortiment s vůbec nejrozsáhlejší nabídkou prémiového oblečení a doplňků. Pro Gant jsou typické kolekce, které jsou inspirovány ležérnějším stylem preppy sportswear. Jednotlivé kousky se vyznačují důrazem na pohodlí a nadčasový, lehce kombinovatelný styl.

Značka Gant má své kořeny v americkém New Havenu, kde byla roku 1949 založena. Původně se proslavila především pro své ručně šité pánské košile, které se vyznačovaly knoflíkem na zadní straně límečku a putkem. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.nustore.cz
www.nupreme.com



www.aquapalacehotel.cz

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 12, listopad 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 **triangl print**

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Lovci hlav nehledají jen top manažery, ale celé „generální štáby“

Zakladatelé odcházejí do důchodu a nemají firmu komu předat: mladí to nechtějí nebo neumějí. To je častý scénář generační výměny v českém businessu. Ta mění i náplň práce headhunterů. Stále častěji dnes hledají místo jednotlivých manažerů kompletní nové vedení firmy.

V Česku působí podle ministerstva průmyslu a obchodu přes tisíc firem, které lze označit jako rodinné. „K 15. září letošního roku bylo vydáno 1224 osvědčení o registraci rodinného podniku,“ uvedl vedoucí tiskového oddělení ministerstva Marek Vošahlík. Mnohé z nich právě v těchto letech čelí problémům spojeným s generační obměnou, kdy zakladatelé odcházejí do penze, zároveň nemají v rodinné kompetentní nástupce, a přitom se zdráhají firmu prodat. Tento trend potvrzují také headhunteri, kteří se specializují na hledání klíčových pozic.

Zatímco dříve se na lovce hlav zaměstnavatelé obraceli hlavně s hledáním jednotlivců pro nejvyšší patra firem, dnes headhunteri stále častěji hledají celá nová vedení společností. Zadavateli takových zakázek bývají nejčastěji právě tuzemské rodinné firmy. „Kdybychom to přirovnali k armádě, tak zatímco dříve jsme konkrétní firmě hledali jednoho generála nebo plukovníka, dnes často hledáme celý generální štáb,“ sdělila headhunterka Tereza Černá ze společnosti R4U.

„Tento trend pozorujeme napříč obory. Pro představu, jen během posledních týdnů to byli třeba výrobní firmy či distributoři potravin nebo kosmetiky.“

Začíná se od provozního ředitele

Headhunteri popisují dva základní způsoby, kterými obměna celého vedení firmy probíhá. Buď se najde nový generální ředitel, který si následně sám sestaví svůj nejbližší tým, nebo se vedení firmy doplňuje postupně. „V tom případě většinou jako prvního hledáme provozního ředitele, který si obratem převeze celou administrativu, čímž uleví majiteli od každodenní rutiny a dá mu více času na rozvoj businessu,“ uvedla Tereza Černá. „Jako druhý se hledá finanční ředitel, který umí nastavit procesy, rozumí businessu a vyzná se v investicích. Mnoho rodinných firem totiž ani po letech nemá procesy dotažené, protože vše se vyvíjelo postupně a na koleně. Investice se zase hodí proto, že větší na firem má solidně vyděláno a hledají způsob, jak peníze zúročit.“ Jako další obvykle následuje pozice obchodního ředitele, ideálně takového, který zaštití i marketing firmy. „Generální štáb“ pak uzavírá šéf lidských zdrojů, který má za úkol se svým týmem o výše uvedené top manažery pečovat a rozvíjet jejich schopnosti tak, aby z nich firma co nejvíce těžila.

Padesátníci z korporátů se chtějí realizovat

Z hlediska zaměstnanců znamená současný trend šanci hlavně pro úspěšné a schopné vrcholové manažery, kteří potřebují nové příležitosti. Typicky je to ředitel z korporátní sféry, který hledá nejen novou výzvu, ale cítí se v korporátním prostředí poněkud „svázaný“ množstvím pravidel, nebo mu po letech začíná vadit určité odosobnění, s nímž se na rozdíl od nadnárodních molochů v rodinné firmě nesetká. „Často jde o čtyřicátníky či padesátníky, kteří se chtějí realizovat, více vidět a cítit výsledky své práce, ve které hledají smysl a naplnění,“ vysvětlila Tereza Černá. (tz)



foto Pixabay

Chytrá softwarová řešení pro zemědělství

Zemědělství není považováno za obor, který udává technologické trendy. Ale i zde se stále častěji prosazují chytrá řešení. Příkladem je využití precizního zemědělství u společnosti Exata Group, která obhospodařuje více než 27 000 ha půdy. Chytrá řešení nasadili na 2000 ha, a na osivech a hnojivech se jim podařilo ušetřit téměř půl miliónu korun.



„Snažíme dívat dopředu v dlouhodobém horizontu, proto jsme se rozhodli začít s precizním zemědělstvím v co nejvíce podnicích z našeho portfolia. V prvním roce jsme aplikovali princip precizního zemědělství na 700 ha,“ řekl Ján Narancsik ze společnosti Exat Group a dodal: „Řešení od CleverFarm nám pomohlo od analýzy osevního plánu na danou sezónu, dat z kombajnů o výnosech a půdních vzorků přes průběžné vyhodnocování stavu porostu na detailu parcely, odborného poradenství až po vyhodnocení ekonomických dopadů na výnos, bilanci živin a využití dusíku na úrovni zón.“

Ve druhém roce Exata Group rozšířila aplikaci precizního zemědělství téměř o 1000 ha. Cílem bylo ušetřit na hnojivech a osivech.

„Musíme sledovat ekonomiku, efektivitu, a samozřejmě účinnost. Abychom se mohli rozhodnout, potřebujeme správná data. Je chyba, když si někdo myslí, že koupí nějaký software a hned bude produkovat a šetřit v desítkách procent. My si uvědomujeme, že potřebujeme alespoň dva až tři roky, abychom dostali co nejlepší data,“ vysvětlil Ján Narancsik.

„V našem týmu jsme vyvinuli metodu, která analyzuje, jestli byl přisun dusíku do konkrétní zóny oprávněný a jaký to mělo vliv na produkci. Dílčí faktor produktivity aplikovaného dusí-

ku vypočteme podle tzv. PFP Indexu (Partial Factor Productivity). Výsledek nám poskytne informaci, jaké množství výnosu (v kg) bylo vytvořeno aplikací jednoho kilogramu dusíku. Obecně lze konstatovat, že čím vyšší hodnota PFP, tím vyšší účinnost hnojení dusíkem,“ sdělil Adam Zlotý z CleverFarm.

„Poté, co jsme měli dostatek dat, rozhodli jsme se věřit ve své strategie a začali jsme šetřit na hnojivech a osivu. Na všech parcelách o celkové výměře téměř 2000 ha jsme aplikovali o 5 % méně hnojiva, což činí úsporu přibližně 350 000 korun. Dalších 150 000 korun jsme díky preciznímu zemědělství ušetřili na osivu,“ komentoval Ján Narancsik z Exata Group. Ekologické doporučení říká – snížit množství dusíku téměř na nulu. Do budoucna navíc plánuje Exata Group využít výhod regenerativního způsobu zemědělství s cílem zadržovat vodu a udržovat parcely maximálně zelené.

V zemědělství se v poslední době stále více prosazují moderní technologie. Ať již z pohledu využití zemědělských strojů, tak z pohledu chytrých softwarových řešení, práce s daty a poradenství. Tento trend potvrzuje uzavření strategické spolupráce mezi lidry těchto oborů – společností Agromex, dovozcem a distributorem špičkové zemědělské techniky v ČR, a Clever-

Farm, technologickou společností zaměřenou na úspory a udržitelnost v zemědělství.

„Poslední roky se stále více soustředíme na chytré zemědělství, nové technologie a poradenství pro klienty. Umožňuje nám to mimo jiné zastoupení značky Fendt, která je absolutní špičkou na poli zemědělské techniky. Celé řešení pomáhá zemědělcům významně zefektivňovat jednotlivé kroky zemědělských prací a také optimalizovat zdroje, včetně personálních. To má vliv na ekonomický výnos i udržitelnost a snížení plýtvání. Jsem velice rád, že jsme se domluvili na spolupráci s CleverFarm, a můžeme tak českým zemědělcům nabídnout ještě chytřejší řešení a další služby na míru,“ řekl Petr Mikuláš, CEO a jednatel společnosti Agromex.

„Zemědělství stále skýtá obrovský prostor pro změny, které mohou vést k výraznému vylepšení efektivity. Například jak a kdy zasít, hnojit či zavlažovat méně, ale zároveň pak sklídit více. A také jak efektivně řídit a využívat vozový park. Zjednodušeně to můžeme nazvat principem precizního zemědělství. Jsem velice rád, že naše zkušenosti a know-how s prací s daty a technologiemi můžeme díky spolupráci s Agromexem ještě rozvíjet dále,“ poznamenal Vojtěch Malina, CEO CleverFarm. (tz)

INZERCE

HOBBY POMOCNÍK I PROFI PRACANT

agados



VZ-23
N1

agados.cz

Agados, spol. s r.o. | Průmyslová 2081, 594 01 Velké Meziříčí | Česká republika
e-mail: obchod@agados.cz | tel. +420 566 653 311



Rauš od Ajaly jako vstupenka na čokoládový večírek

Je to energetický a stimulační nápoj, přitom je to čokoláda – Rauš od Ajaly je horká čokoláda plná energie, se kterou protančíte nocí, zkouškovým i náročnými dny. Ajala ho představila vůbec poprvé na brněnském Nebále, protože pro pořádnou party je tento nápoj bohu, jak čokoládě říkali indiáni, jako stvořený.

O čokoládě se někdy říká, že je to droga. Pravdou je, že se při její konzumaci aktivují stejné oblasti mozku jako při užití tradičních návykových látek. Uvolňování dopaminu navozuje duševní pohodu a vyvolává pocit štěstí. Čokoláda nám také díky látkám jako theobromin a kofein dodává energii a bystří smysly. V Ajale se její povznášející účinky rozhodli ještě posílit vybranou směsí bylin, a vytvořili tak speciální nápoj – kouzelnou přísadu pro večírky, ale i fyzicky a psychicky náročné dny. To všechno samozřejmě z bio kakaových bobů, panely místo

cukru a k tomu s pečlivě vybranými bylinami. V Rauši pocítíte mimo jiné účinky ženšenu, který zlepšuje tělesnou vitalitu, ginka, které pomáhá k prokrvení mozku, a tím ke zlepšení paměti a soustředění, macy, která podporuje fyzickou vytrvalost, kotvičníku, který se používá pro zvýšení výkonnosti a výdrže, a damiány, která uvolňuje napětí, ulevuje při stresu a pomáhá navodit duševní pohodu. Naopak neobsahuje kofein, na kterém jsou postavené běžné energetické nápoje. Rauš je horká čokoláda v práškové podobě a pro její přípravu stačí prášek rozmíchat v téměř vroucí vodě (i indiáni čokoládu míchali s vodou, nikoliv mlékem) a pochutnat si na jemném, a přitom silném čokoládovém nápoji. Od října už si Rauš může zakoupit každý na www.ajala.cz.

Čokoládová manufaktura Ajala Chocolate vznikla v roce 2014 v Brně a vyrábí výběrovou čokoládu tzv. bean-to-bar. To znamená, že svou čokoládu vyrábí přímo z kakaových bobů dohledatelného původu (nerozpouští předem připravený čokoládový mix, což je běžný postup většiny čokoládoven), ručně, na jednom místě od pražení bobů až po balení. Za Ajalou stojí původně nadšenci, kteří se zamilovali do jihoamerických čokolád tak, jak je vyráběli a vyrábějí indiáni. Po dlouhých studiích výroby čokolády, nákupu vybavení a testování ji začali vyrábět. Z původního zájmu se brzy stala hlavní náplň jejich práce. Aktuálně má Ajala v nabídce skoro dvě desítky různých čokolád, horkou čokoládu a lískooříškový krém. Naprostá většina je v biokvalitě a v žád-
(tz)

INZERCE

Komplexní nabídka pro vytápění, chlazení, větrání a ohřev vody



DRAŽICE

dzd.cz

ARGO

dzd-argo.cz

NIBE

nibe.cz

SOLAR

dzd-solar.cz