

prosinec 2024

# fresh<sup>®</sup> TIME

PROSPERITA

## Osobnosti tohoto vydání:

Petr Kosiner  
Vladimír Zikmunda  
Petr Budinský  
Zdeněk Novák  
Petr Tureček  
Petr Křivka  
Tadeáš Matoušek  
Viera Kotulánová  
Jan Zykmond



## Petr Kosiner Vladimír Zikmunda

O nobilese Velké knedlíkové kuchařky  
rozhovor na stranách 2-3

# O noblese

## Velké knedlíkové kuchařky

Knedlík. Dříve samozřejmost české kuchyně, takřka nutnost nejednoho oběda. Každá maminka, babička i dcera ho musela umět uvařit. Dnes dokonce kulinářské umění. Naštěstí již minula doba, kdy se vedly diskuze o tom, zda jsou knedlíky trnem v oku výživových poradců, či nikoli. Jak tvrdí Vladimír Zikmunda, majoritní majitel firmy Knedlíky Lázníčka s.r.o., a její šéfkuchař Petr Kosiner, jejich knedlíky jsou opravdu zdravé. Protože se vaří z nejkvalitnějších surovin, jaké lze na trhu sehnat. Dokonce si pečou vlastní pečivo. Obrovský vliv to má na kvalitu a chuť knedlíků karlovarských, houskových, posvicenských, svatebních, měšťanských... prostě všech, které pečivo obsahují. Každým rokem pak přidávají do svého již tak neuvěřitelně širokého sortimentu novinky, letos například višňové knedlíčky z višni macerovaných ve dvanáctiletém kubánském rumu jako zakázkovou specialitu pro cateringové firmy. Těch zajímavostí je však víc než dost. Proto jsem se obou aktérů zeptala:



Petr Kosiner a Vladimír Zikmunda

**Čeho si vaši zákazníci na knedlicích cení a proč si je kupují?**

**Petr Kosiner:** Naše knedlíky jsou stále o ruční práci. Jediné stroje, na které ve výrobě spoléháme, jsou hnětače a dělička těsta. Ale všechno ostatní je poctivá ruční záležitost, a to dává našim knedlíkům tu správnou texturu. Ale pochopitelně těch proměnných, které musíme sledovat, je víc. Třeba je to vlhkost, teplota, a dokonce i počasí. Knedlík je „živá potravina“ a vy musíte dobře vědět, které faktory na jeho kvalitu působí, například měníci se obsah vody a škrobu v bramborách během roku v případě knedlíku bramborového. Moc nás těší, že si naše knedlíky již hodně lidí oblíbilo, protože jim prostě chutnají. A to je zase důkaz toho, že se nám daří vystihnout, nač má kupující chuť, ať už jde o knedlíky slané, nebo sladké.

**S tím určitě souvisí velký počet ocenění v soutěži Česká chuťovka...**

**Vladimír Zikmunda:** To máte pravdu, tohoto klání českých výrobců potravin se účastníme pravidelně každý rok, vždy s jiným druhem knedlíků, a za tu dobu jsme obdrželi již 35 Českých chuťovek. Kolega Petr Kosiner získal vloni dokonce titul Rytíř české chuti, což je pro nás krásné vyznamenání, které vypovídá o tom, že jsme svým dílem přispěli ke slávě české kuchyně a že svým způsobem i tvoříme její novodobé dějiny.

**Jenže ono to s knedlíky nebylo vždy tak jednoznačné, ne každý miloval ty z někdejší závodní jídelny, menzy nebo školní družiny či hospody. Proč?**

**Vladimír Zikmunda:** To je velmi jednoduché. Nebyly kvalitní, nebyly jako od maminky, na

jakost se tolik nehledělo. A pak chybělo srovnání s konkurencí. To nyní je. Takže zákazník má možnost si vybrat. Brzy zjistí, jaký je rozdíl mezi kvalitou a zdánlivou kvalitou.

V 90. letech neměl tento pokrm na různých ustláno, haněli jej odborníci na výživu, lékaři i hospodyňky. Doma se vařilo čím dál méně a knedlík rovněž neprávem platil za časově náročnou disciplínu. Přesunul se do regálů v maloobchodě a na talíře v hospodách. Bohužel v těchto případech nedosahoval potřebné kvality – kynutý se v omáčce prakticky rozmočil a ten bramborový by bylo možné přirovnat k obušku. Ani suroviny nebyly zrovna nejlepší. A my se rozhodli to změnit. Když knedlíky připravíte správně, z opravdových surovin, je to delikatesa, která vaši postavě neublíží. Proto je naším sloganem: Povýšili jsme knedlíky na umění.

**Kolik knedlíků máte dnes v nabídce?**

**Petr Kosiner:** Dokážeme jich připravit více než sto druhů, přičemž na padesát druhů jich máme ve stále nabídce. Více než dvacet druhů najdete na e-shopu Rohlík.cz. Také prodáváme přes farmářské tržiště SCUK, ale většina naší produkce jde na odbyt formou B2B. Pro cateringové společnosti často připravujeme zakázkové knedlíky a knedlíkové speciality. Samozřejmě jich umíme daleko větší množství, o čemž se mohou přesvědčit i příznivci naší Velké knedlíkové kuchařky.

**Vím, že se tato knedlíková bible, jak se knize přezdívá, stala velmi vyhledávaným pokladem knihoven gurmánů i těch, kteří shání krásný dárek pod vánoční stromček. Její zrod je vlastně celý příběh. Jak to všechno bylo?**

**Vladimír Zikmunda:** Začalo to covidem. Ekonomika fungovala složitě, restaurace zavřely, lidé si začali vařit sami doma, byl zákaz vycházení. Všichni jsme zažívali cosi, s čím jsme neměli zkušenosti. Pro nás to byla přímo pohroma. Odběry od restaurací a gastroprovůzů nám klesly ze dne na den prakticky na nulu. Byl to citelný zásah. Když ale podnikáte, vždycky musíte myslet na zadní kolečka a zároveň být kreativní. V našem případě lze mluvit o štěstí v neštěstí. Od roku 2014 budujeme komunitu knedlíkových příznivců na naší facebookové stránce. Kdo by si na začátku představil, že nás bude 34 000! A z těchto řad se už nějakou dobu ozývalo, ať vydáme kuchařku. A kdy jindy se na její přípravu vrhnout než v době covidu, kdy jsme přišli takřkajíc o práci? Využili jsme to jako příležitost, dali hlavy dohromady a začala vznikat naše první publi-



kace, tedy Velká knedlíková kuchařka. Byl to rozsáhlý projekt, náročný na čas i nápady, a vlastně celou realizaci. Vše jsme museli uvařit, naaranžovat, nafotografovat, sestavit jednotlivé stránky, přemýšlet o celkové koncepci. Podle dosavadních ohlasů si troufám říci, že jsme nepochybil, publikace má velký úspěch. Měli jsme totiž kolem sebe skvělý tým, který nám s produkcí kuchařky pomohl. To se do jejího úspěchu určitě promítlo.

#### A skutečně podle ní lidé vaří?

**Petr Kosiner:** Opravdu, ano, vaří! A byl to i jeden z našich záměrů. Když knedlíky od Lázníčky nemohly za vámi, chtěli jsme, abyste si je dokázali připravit sami. Abyste se nebáli, že to nezvládnete. Najdete tady recepty na celkem 144 druhů knedlíků a hned také předpisy na to, co si k nim dobrého uvařit, upéct nebo naservírovat. Úvod knihy jsme věnovali tomu, jak knedlíky pochopit i uchopit. Když se dobře naučíte udělat ten kynutý, bramborový, ovocný, ty ostatní už půjdou snadno. Právě na této kapitole Začínáme s knedlíky s námi spolupracovala taky Jana Florentýna Zatloukalová, kterou znáte jako úspěšnou autorku Kuchařek pro dceru.

#### Nač si podle Velké knedlíkové kuchařky můžeme tedy troufnout?

**Petr Kosiner:** V dalších jedenácti kapitolách se před vámi rozprostře svět knedlíků, knedlíčků, noků a nočků, dokonce závěrek do polévek nebo taštiček. Velká knedlíková kuchařka čtenáře zavede do tajů přípravy přílohových knedlíků ke guláši, svičkové i dalším omáčkám. Tak schválně, už jste někdy jedli svatební nebo pivní knedlík? A co takový škvarkový houskový nebo křenový malínský? Já sám mám rád martinský houskový knedlík, konošíšťský zámecký nebo perníkový s brusinkami. Nechybí recepty věnované svatomartinským hodům, zvěřině, pečinkám. Ale knedlíky ukazujeme i z jiné perspektivy. Jako pokrmy, které mají své místo v moderní zdravé kuchyni, kde se to hemží zeleninou. Schválně si nalistujte pikantní dýňové nočky,

květákové sušle, cizrnové knedlíčky. Najdete tady inspiraci na knedlíky v bezlepkovém provedení, bez mouky, a nepřijdete ani o oblíbené sladké nebo ovocné varianty. Neschází ani exkurze do zahraničí, nejen Česká republika je knedlíkovou velmocí. Věřím však, že vás potěší i recepty na krajové speciality, třeba ze Šumavy nebo Hané.

**Ale výpravná kniha měla mít i své další velké poslání, tedy sloužit jako krásný dárek. Splnily se vaše představy?**

**Vladimír Zikmunda:** Myslím, že ano. Kuchařku jsme koncipovali jako takové malé knedlíkové umělecké dílo. Není to jen o receptech, ale také o působivém designu a vizuálním doprovodu. Zkrátka, když o jídle, tak hezky. Součástí našeho autorského kolektivu se stali například věhlasný fotograf David Turecký, food stylistka Markéta Zindulková, dekor stylistka Lenka Táchová a grafička Michaela Holinková Popková. Knihu nám pomáhalo produkovat nakladatelství Došel Karamel, kde vědí, jak vytvořit publikaci, jež překoná čas a vždycky vzbudí chuť k jídlu. Velkou knedlíkovou kuchařku to předurčuje k tomu, aby se stala hodnotným dárkem, který se bude předávat z generace na generaci a na nějž v knihovně určitě prach usadat nebude.

#### Je možné ji objednat pouze online, nebo je k mání i v kamenných obchodech?

**Vladimír Zikmunda:** Kuchařku lze zakoupit u vybraných knihkupců, ale většina z nich ji má především v online nabídce. Na našem e-shopu [www.velka-knedlikova-kucharka.cz](http://www.velka-knedlikova-kucharka.cz) bude však kuchařka letos do 20. prosince dostupná s jedinečnou slevou 44 %. Stačí při objednávce zadat kód \*Vanoce24, ale pozor, v rámci jedné objednávky lze se slevou zakoupit maximálně tři výtisky.

#### A mohou ji firmy pořídit jako dárek pro své partnery nebo zaměstnance?

**Vladimír Zikmunda:** Pro firmy samozřejmě kuchařky taky rádi zajistíme. Těmto klientům

připravujeme cenovou nabídku dle počtu výtisků na míru, a tak je nejlepší, pokud se na nás obrátí přímo na e-mailu [Knedliky.Laznicka@email.cz](mailto:Knedliky.Laznicka@email.cz).

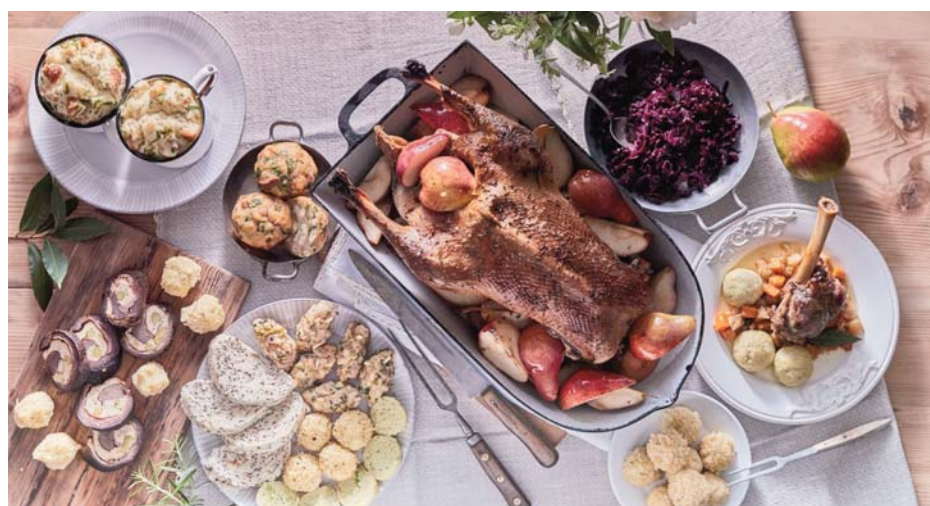
#### Zpět k vašim knedlíkům. Jaké přednosti kromě čerstvosti ještě mají?

**Petr Kosiner:** Nepoužíváme konzervanty, „ěčka“, aroma ani barviva nebo další „umělé“ přísady. Náš knedlík je čerstvá potravina. I proto jsme v minulých letech značně investovali do technologie balení v ochranné atmosféře, které jsme vyvíjeli společně s odborníky z Linde Gas. Každý knedlík má totiž jiné vlastnosti, a tomu se musí technologie přizpůsobovat. Díky tomu se značně prodlužuje doba spotřeby našich výrobků, aniž bychom je museli jakkoli uměle konzervovat. Když se knedlík ke strážníkovi dostane, má asi sedm dní na to, aby jej zkonsumoval. I to nám umožnilo růst u našeho významného partnera Rohlík.cz a jsme s ním připraveni expandovat taky za hranice České republiky. Nejprve do Německa, a pak i do dalších zemí.

#### Jak je to se surovinami? Není obtížné je sehnat v kvalitě, kterou potřebujete?

**Vladimír Zikmunda:** Suroviny jsou základ. Nikdo soudný vám do receptu na skvělé knedlíky nenapíše sušené bramborové vločky. Víte, když koupíte mouku v supermarketu, je to docela jiná mouka než čerstvě umletá mouka přímo ze mlýna. Uzené nám dělá řezník na zakázku. Rádi pracujeme s lokálními a sezónními surovinami. Brambory používáme zásadně české z Polabí nebo Vysočiny. Do knedlíků používáme kusové ovoce. Jahody v sezóně odebíráme z pražských Kunratic, kanadské borůvky z farmy Karla Rodena. Vejce jsou jen ta česká. Pouze bylinky preferujeme z oblasti Středomoří, mají prostě výraznější aroma. Hlavně ale žádná náhražky. Jen tak může vzniknout knedlík, na kterém si pochutnáte.

připravila Kateřina Šimková ■■■



# Není to jen o výnosech, ale také o rizicích



doc. RNDr. Petr Budinský, CSc.

**Mnoho analýz již vzniklo na téma úspory Čechů na stáří. I když si stále více lidí uvědomuje, že musí spoléhat hlavně sami na sebe, mohlo by jich přibývat svižnějším tempem. Dá se toho docílit?**

Určitě ano. Většina mladých lidí si toto již plně uvědomuje a spíše než o důchodech přemýšlí o vlastním investování. Nikdo totiž neví, jak vysoké budou důchody, až dnešní mladá generace dospěje do důchodového věku. Klíčové jsou však dvě věci: jednak, aby se lidé více vzdělávali, čímž vzroste finanční gramotnost obyvatelstva, a pak také, aby vládou schválené změny důchodové reformy vytvářely stabilní prostředí a aby nedocházelo k dalším významným změnám, které by do budoucna oslabily důvěru veřejnosti ve schválené reformy.

**Bankovní domy a investiční společnosti cílí zejména na mladé a obyvatelstvo středního věku, ale ne vždy jsou svojí rétorikou úspěšné. Hlavně u té nejmladší generace, která na spoření na důchod slyší jen výjimečně. Nemělo by se něco změnit v přístupu k ní?**

Myslím, že i v bankovních domech a investičních společnostech dochází v poslední době k významným změnám právě v přístupu ke



VYSOKÁ ŠKOLA  
FINANČNÍ A SPRÁVNÍ

Slovičko investice má u nás dnes zvuk. Kdo investuje, myslí na budoucnost, je zodpovědný sám k sobě nebo své rodině. Zpravidla umí nakládat

s majetkem rozvážně a s nadhledem, a ví, že o něj musí pečovat, aby o něj nepřišel. Ví, co dělá. Je potěšitelné, že investorů v České republice přibývá a že s touto aktivitou začíná stále více mladých. Stává se to pro ně prestižní záležitostí, ale také hlavně užitečným směrem života, protože se nejen něco naučí, ale také se zabezpečí na dobu, kdy se jim hodnoty takto získané budou velmi hodit. O investování jsem hovořila s doc. RNDr. Petrem Budinským, CSc., prorektorem pro mezinárodní vztahy a coloživotní vzdělávání Vysoké školy finanční a správní:

klientům. Jsou nabízeny nové výhodné finanční nástroje, jako je třeba Dlouhodobý investiční produkt (DIP), který na rozdíl od penzijního připojištění umožňuje vlastní volbu investic, a to s daňovým zvýhodněním. Banky navíc oslovují i klienty s nižšími zůstatky na účtech, aby jim nabídly poradenství s investicemi.

**Slovičko investice zní daleko motivačněji, ten, kdo investuje, má zdravější sebevědomí... Pětadvacetiletý investor má ve společnosti jiný status než stejně starý brigádník, který chodí po nocích umývat do hotelu nádobí...**

To jistě, ale hovoříme-li o investování, není to jen o výnosech, ale také o rizicích. Ta jsou při

investování nemalá a investorem se nikdo nestane jen tak přes noc. Jak jsem již řekl, správný přístup k investování lze získat studiem. V tomto ohledu je samozřejmě aktivní i Vysoká škola finanční a správní, která nabízí programy Finance a Ekonomika a management, v nichž studenti získají znalosti, které potom mohou uplatnit při investování.

**V jakém duchu vysvětluje posluchačům toto téma právě vaše vysoká škola?**

Snažíme se, aby studenti kromě teoretických základů dostávali aktuální informace z oblastí veřejných financí, podnikových financí i finančních trhů. Učíme naše studenty tak, aby byli schopni takové informace sami vyhledávat a aby se i po skončení studia na naší uni-



verzitě byli schopni a ochotni dále v oblasti investic vzdělávat. Situaci nám zjednodušuje skutečnost, že většina studentů přicházejících na naši univerzitu, má už s investováním nějakou zkušenost.

### A tušíte, kolik investorů z řad studentů se již zrodilo za těch 25 let trvání vysoké školy, a posléze univerzity?

Tak těžko lze uvést nějaké konkrétní číslo, nicméně zejména v poslední době zaznamenáváme ze strany téměř všech studentů výše uvedených programů velký zájem právě o investice. O úspěšnosti těchto programů svědčí i vysoká, téměř stoprocentní uplatnitelnost našich absolventů. Ti pracují v bankách, pojišťovnách, investičních společnostech i ve firmách věnujících se finančnímu poradenství. Ve své práci se často setkávají právě s investováním, nicméně velmi často pracují i na vysokých manažerských pozicích.

### Změnila se finanční gramotnost těch dřívě narozených? Roste?

Finanční gramotnost se během posledních let výrazně zvyšuje, přesto s její úrovní nemůžeme být zatím spokojeni. Období dvou posledních let, kdy byla inflace v ČR, stejně jako v dalších zemích, extrémně vysoká, přineslo z hlediska finanční gramotnosti přeci jen něco pozitivního. Lidé začali daleko více přemýšlet, co udělat s penězi, které jim ležely na běžných, případně spořicích účtech. To je samozřejmě pouze první krok k investování, dalším krokem potom musí být volba vhodných finančních nástrojů.

### Myslíte si, že lze naučit i lásku k penězům, majetku? Tedy v tom nejlepší slova smyslu...

Již to, že lidé takto začali ve velké míře přemýšlet, znamená velký posun v jejich hlavách. Většina z nich ví, že nemá možná v této chvíli dostatek znalostí a zkušeností k tomu, aby dokázali nadefinovat vhodnou investiční strategii a vyhodnotit všechna rizika s touto strategií spojená. O to více tím roste potřeba všech výše zmíněných finančních institucí, na něž se jejich klienti obracují právě o radu s investováním. Zvyšuje se význam vysokých škol, které se ve svých programech investováním zabývají. V neposlední řadě bych rád zmínil důležitou roli České národní banky, která prostřednictvím udělených akreditací kontroluje kvalitu investičních poradců. Všechny důležité akreditace od ČNB získala i naše univerzita Vysoká škola finanční a správní.



### Vyučujete rovněž, jak pečovat o rodinné bohatství?

Rodinným bohatstvím a pečováním o něj se zabýváme mimo jiné v konkrétním speciálním předmětu, který je kromě investování zaměřen i na následnictví, tedy na fungování rodinných firem v okamžiku, kdy dochází k přechodu vlastnictví z původního zakladatele na další rodinné příslušníky. V této souvislosti se věnujeme též problematice svěřenských fondů a otázce sloučení, případně rozdělení firem.

### Kdy jste začal vy sám investovat a co vás k tomu přivedlo?

V roce 1990, kdy u nás neexistovala Burza cenných papírů, téměř nikdo nevěděl, jak funguje kapitálový trh a co jsou to dluhopisy nebo akcie. V této situaci jsem měl možnost absolvovat prestižní kurz Světové banky, během něhož jsem se naučil rozumět tomu, jak fungují finanční trhy, a i jednotlivé finanční nástroje. Následně jsem začal předávat tyto znalosti dále, nicméně k investování jsem měl stále daleko. S investováním, jak mu rozumím dnes, jsem začal až daleko později. Postupně jsem se dostal od investic do fondů k investicím do dluhopisů, a poté do akcií. V poslední době bych investořům doporučil pro širší portfolio zahrnout i nemovitosti a zlato.

**Začínající investory bych rád upozornil, aby důsledně vyhodnocovali rizika před vlastním investováním například do kryptoměn. Je třeba si uvědomit, že vedle strachu funguje na finančních trzích i fenomén chamtivosti.**

### Byla to i cesta omylů?

Určitě, protože na samém začátku jsem zaměřil krátkodobou spekulaci za investování. Přitom třeba při investicích například do akcií je třeba mít dostatečně dlouhý investiční horizont. Podle mého názoru je optimální strategie „buy and hold“, kdy na nakoupené akcie na určitý čas investor prostě „zapomene“. Tato strategie však vyžaduje, aby finanční prostředky byly k dispozici dlouhodobě, a investor tak nemusel prodávat v okamžiku, kdy jsou trhy třeba nízké. Co se týče dluhopisů, dělá mnoho investorů chybu v tom, že berou v úvahu pouze výnosy z kupónů, nikoliv možný kapitálový zisk při poklesu úrokových sazeb v ekonomice.

### Jakou zásadní zkušenost jste tím získal? Je přenositelná?

Moje zkušenost spočívá v tom, že každou investici posuzuji vždy z pohledu investičního trojúhelníku: výnos, riziko a likvidita. Někomu to může připadat možná příliš jednoduché, ale žijeme ve složitém světě, který se dále komplikuje, a tak všechny tři pomyslné vrcholy investičního trojúhelníku mají svůj hluboký význam. Začínající investory bych rád upozornil, aby důsledně vyhodnocovali rizika před vlastním investováním například do kryptoměn. Je třeba si uvědomit, že vedle strachu funguje na finančních trzích i fenomén chamtivosti.

Velmi populární je teď akronym FOMO (fear of missing out), který žene méně zkušené investory do nákupu velmi rizikových finančních nástrojů při strmém nárůstu jejich ceny.

otázky připravila Eva Brixl

# Jsme totiž zřejmě první muzeum na světě, které...



Ing. Zdeněk Novák

**Muzeum, které řídíte, má nespočet aktivit. Na které jste v tom letošním roce především pyšní?**

Mě osobně potěšila výstava Fotosyntéza na všech pobočkách a výstava Vltava – pocta řece na zámku Ohrada, která předjímá projekt Národního památkového ústavu Vltava slavná a splavná ke 100. výročí uvedení Smetanovy symfonické básně Vltava, jež bude probíhat v roce 2025. Působná byla výstava Šaty dělají člověka i v zemědělství v Kostelní ulici před budovou muzea. Ohromně zajímavá je výstava Rekultivace, druhý život krajiny v Ostravě. Zvládli jsme uspořádat dvě mezinárodní vědecké konference, a to Cesty jídla na zámku Kačina a Krajina pro chov a výcvik ceremoniálních kočárových koní v Kladrubech nad Labem. Do našeho kalendáře přibýly nové, pro naše návštěvníky atraktivní akce Lesní mysl na Kačině, Kačina s baterkami a Kačina Run, dále Husafest v Ostravě, Zimní Apetit piknik v Praze a Advent mezi traktory v Čáslavi a Advent v muzeu ve Valticích.

**Zvědavost budí záviděníhodná výstava o lanýžích. Jak vznikla a jaký je na ni ohlas?**

Vznikla s ohledem na propagaci nové trvalé kultury, kterou Ministerstvo zemědělství prosadilo, totiž lanýžárny. To je ve zkratce porost lísek, lip, habrů, dubů nebo kaštanovníků na

Vždycky mne lákalo zužitkovat vše, co se na zahradě, na louce, v lese urodí. Ať už to byly maliny, ostružiny, houby, bylinky, šípky, nebo brambory a mrkev, rybíz, či hrušky. Nejen však sklízet, ale také konzervovat přebytky, které by se v čerstvé podobě nesnědly, a samozřejmě konzumovat, pokud to zažívání dovolí. Je to zvláštní vášeň, díky které dopřávám své duši klid, ale také se učím a poznávám. Lecjaké zákonitosti, postupy předků, řídím se zkušenostmi babiček a pronikám prostřednictvím nových poznatků vědy do tajemných zákonitostí všech možných procesů, které v krajině probíhají. Jsem laik, malý český zahrádkář, který metodou pokus–omyl přichází k zajímavým výsledkům. Třeba džem z aronie a jablek kořeněný anýzem, no, to je tedy bašta. A mám úctu k tomu všemu, co nám matička země naděluje, jakou hojnost a možnosti nám dala. I proto občas zajdu do Národního zemědělského muzea v Praze, protože i zde hledám informace, inspiraci a podněty k zamyšlení. Některé z nich mi během rozhovoru předal také jeho generální ředitel Ing. Zdeněk Novák:

očkovaných podhoubím lanýže burgundského. Takové porosty jsou velmi důležité pro rozčlenění rozlehlých lánů, fungují současně jako větrolamy, úkryty pro drobnou zvěř a pro hospodářící zemědělce jsou tam, kde se lanýžům daří, navíc výnosné. Ministerstvo zemědělství chytře vyhovělo snaze vlády zmenšovat rozlohy polí z důvodu ochrany půdy a krajiny, a přitom nabídnout zemědělcům ekonomicky přijatelné řešení.

Dějiny konzumace lanýžů zajímavým způsobem sledují naše národní dějiny: Magdalena Dobromila Rettigová a kuchaři první republiky se bez nich neobešli, komunistický režim je považoval za buržoazní pochoutku a jejich pěstování nepodporoval. Ohlasy výstavy jsou zatím tak pozitivní, že v roce 2025 připravujeme její pokračování.

**Lanýže se tedy začínají pěstovat i v České republice...**

Muzeum spolupracuje se společností Český lanýž, s.r.o., Richardem Benešem, který je vlastním autorem výstavy a nadšeným propagátorem pěstování a konzumace lanýžů u nás. Ten díky spolupráci s Akademií věd ČR zmapoval české území a doporučuje lanýže pěstovat jak v tradičních teplých oblastech, tak v mikroklimaticky příznivých oblastech mimo jejich přirozený výskyt. Jde tak pozitivně vstříc oteplování a důsledkům klimatické změny. Richarda Beneše jsem propojil s Prague City Tourism a jeho Praha lanýžová by se mohla časem stát oblíbenou součástí pražského gastronomického kalendáře. My konzumenty se máme na co těšit.



### Pořádáte také kurzy vaření a pečení. Do- stane se vždy na všechny zájemce?

Kurzy jsou oblíbené a zpravidla brzy vyprodané. Letos jsme v souvislosti s konferencí Cesty jídla pořádali dva mimořádné kurzy – výroba zmrzliny a výroba cukrových ozdob, které vedl mezinárodně uznávaný britský odborník Ivan Day. Samozřejmě se na všechny zájemce nedostalo, kapacita našeho Gastrostudia to neumožňuje. Nicméně, naše kurzy vaření lidé často využívají jako krásný dárek, který mohou věnovat svým blízkým. Byly také okamžitě obsazené, když jsme je v roce 2022 nabídli ředitelům a zástupcům muzeí z celého světa, když jsme je nabídli jako součást doprovodného programu k mezinárodnímu setkání muzejníků ICOM Prague 2022. Setkalo se jich u nás přes 4000.

### Spolupracujete s řadou profesních uskupení, například s Českým bramborářským svazem, Asociací kuchařů a cukrářů ČR... Co je výsledkem?

V duchu Antonína Švehly, našeho zakladatele, který si muzeum přál jako ústav pro studium a povznesení venkova, spolupracujeme s organizacemi a uskupeními, které se na povznesení světa, který Václav Havel nazval globální vesnicí, podílejí. Díky této spolupráci pak v muzeu probíhají akce a výstavy, na které sami nemáme kapacitu, ale rádi dáváme prostor všem, kteří v oblasti zemědělství a potravinářství působí a chtějí u nás prezentovat výsledky své práce. Proto u nás máme oblíbené akce, jako jsou Noc vědců (jsme jediné národní muzeum, které se do této akce propagující vědu zapojuje), Jedu v medu, Myslivecké slavnosti, Malá slavnost lesa a dřeva, Pradědečkův traktor, Lopni bečku, Koně na Kačině, Mezinárodní den zdravých rostlin, Vorařský den a řada dalších, o nichž informace čtenáři najdou na našich webových stránkách.

Asociace kuchařů a cukrářů ČR u nás organizuje i kurzy vaření a také tady cvičí národní družstvo, které zastupuje Česko na mezinárodních soutěžích. Tvrdí, že díky tomu, že u nás mohou trénovat předepsané disciplíny, jsou ve světě mnohem úspěšnější a vozí domů medaile.

### Určitě se zde odehrává i řada firemních akcí během celého roku. Jsou to především odborné konference?

Nejen ty. Mnoho firem si oblíbilo prostředí muzea, a organizuje tady i různá společenská nebo slavnostní setkání, tiskové konference a prezentace výsledků své činnosti. Pražská budova nabízí jedinečný zážitek – bezkonkurenční vyhlídku ze střešní terasy na celou Prahu. Letní západy Slunce tady prožívají účastníci firemních setkání se sklenkou dobrého vína v ruce. A nejen firmy, měli jsme tu třeba svatby nebo koncerty. Setkávají se tu i velvyslanci různých zemí nebo zde ambasády pořádají své aktivity, jako např. Slovinsko, které iniciovalo oslavu Mezinárodního dne včel.



### Hodláte komunikaci s firmami rozšiřovat?

Takovou příležitostí k představení možností, které muzeum nabízí, byla třeba vernisáž výstavy Lanýže – potravina a nová zemědělská plodina ČR, kde zástupci řady firem objevili inspirativní prostředí muzea. Máme za sebou první Zimní Apetit piknik, kde jsme se setkali s úplně novými firmami, a věřím, že s nimi budeme nadále spolupracovat. Část veřejnosti stále ještě o našem muzeu neví nebo u ní přetrvává představa, že zemědělské muzeum je něco nezajímavého, nudného. To pro nás znamená zajímavou výzvu. Mne vždy potěší, jak se nový návštěvník hluboce ponoří do studia našich expozic a výstav, a pokud zastupuje nějakou firmu, zpravidla se hned ptá, zda u nás může něco zorganizovat.

### A čím se zabývá váš výzkum osobnosti z oboru zemědělství, lesnictví, rybářství, zahradnictví či zemědělského podnikání?

Naše výzkumné týmy, zpravidla v koprodukcí s univerzitami a výzkumnými institucemi, řeší aktuálně čtyři projekty, podporované Ministerstvem kultury, a to Historie užívání a pěstování léčivých rostlin jako součást národní a kulturní identity, tam se zabýváme např. osobností Norberta Boccia, vynikajícího lékaře a lékárníka konce 18. století, představeného kláštera a nemocnice Milosrdných bratří ve Valticích. V projektu Průhonický park a škola malířsko-krajinářské kompozice, obdivovaný a odmítaný vzor pro krajinářskou tvorbu 20. století, studujeme osobnost hraběte Arnošta Emanuela Silva-Taroucy, zakladatele Průhonického parku. Hrabě prosazoval zahradní kompozice úplně odlišné od soudobých zahrad anglických nebo německých, a vytvořil tak specifický národní sloh, rozšířený po celé monarchii, který je bohužel z neznalosti téměř zničen. Nazýváme jej malířsko-krajinářskou zahradou a můžeme na ni být hrdí. Dále řešíme projekty Stopy tradičního hospodaření v průmyslově, zemědělsky a rekreačně intenzivně využívaných regionech: jejich identifi-

ce, dokumentace, záchrana a možnosti využití, a Prezentáční strategie pro muzea a sbírky.

### Přibýly do sbírky historických exponátů nějaké novinky?

Národní zemědělské muzeum se při tvorbě sbírky poněkud liší od ostatních muzeí, je specifické tím, že se obrací na nejširší veřejnost prostřednictvím výzev a kampaní, nedávno jsme pořádali výzvu v oblasti gastronomie nebo historických fotografií. Dalším neobvyklým přístupem našeho muzea je využití modelů, které obohacují naši sbírku, ale jsou hned využitelné ve výstavách a expozicích. Letos jsme získali model rekultivace haldy pro výstavu v Ostravě. Dále naši sbírku obohatily herbáře, lovecké trofeje, kuchyňské roboty, kombajn či saně na svažení dřeva a mnohé další. Naše sbírka je opravdu různorodá, obsahuje nejen historické exponáty, ale také přírodniny, zoopreparáty, techniku, a v poslední době i tzv. digitalborn položky.

### Nač se může odborná veřejnost těšit v příštím roce?

Muzeum se bude podílet na organizaci dvou vědeckých konferencí, jedna připomene sto let od založení Zemského hřebčince Tlumačov, druhá bude věnována 140. výročí založení Průhonického parku a 15. výročí jeho zápisu na Seznam světového dědictví UNESCO, dále opět proběhne oblíbená Noc vědců, pokračovat bude velká výstava Fotosyntéza v Praze. Jsme totiž zřejmě první muzeum na světě, které se ve spolupráci s Mendelovou univerzitou v Brně, její Zahradnickou fakultou, snaží vysvětlit proces fotosyntézy, bez něhož by na Zemi neexistoval život v podobě, jak jej známe, a samozřejmě by neexistovalo zemědělství, které umí proces fotosyntézy díky šlechtění a technologiím zefektivnit. Těch připravovaných výstav a akcí je celá řada, proto zájemcům doporučuji sledovat [www.nzm.cz](http://www.nzm.cz).

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

# Vždy jde o zastavení času

Fotografiím se věnoval a věnuje celý svůj profesní život. Ať už jde o snímky rodinné, nebo ty firemní. Obyčejné, ale o to více vypovídající, veselé, úsměvné, dojemně vzpomínkové, nebo hodně pracovní až dokumentární, z okamžiků, které píšou historii současného podnikání. Málokdo z této branže by dokázal vyprávět o tom, co všechno taková fotografie zvládne a jak se s ní dá následně pracovat, ať už marketingově, či jinak. Petr Tureček si pamatuje ještě kinofilm a mokré zpracování i první kroky směřující k posunu možností fotografické výpovědi do dalších rovin. Nejprve jako regionální zástupce FotoStar, poté jeho regionální obchodní ředitel, a posléze šéf marketingu. Následovala pozice marketingového manažera CEWE (dřívější Fotolab). Nyní je hrdý spolujednatel rodinné firmy DámeFotky. O jeho schopnostech svědčí neutuchající vynalézavost. Ostatně posuďte sami z následujících řádek. Napadlo by vás, že se dá poslání fotografie dále zúročit? Že její využití je opravdu nekonečná trajektorie? Že i pro svět businessu nabývá rozměrů, o nichž se nám dřív ani nezdálo?

**Jak mocná je dnes fotografie v rukou marketéra? Co všechno dokáže?**

Neexistuje lepší marketingový nástroj než reálná fotografie nebo krátké video. Vždy jde o zastavení času, dokument a konzervu emocí. Ve spojení se současnými komunikačními technikami kolektivní zastavení času a sdílení emocí s možným nekonečným dosahem. V oblasti fotoslužeb se pohybují celý svůj pracovní život a s oblibou říkám, že aktuálně prožívám svojí čtvrtou fotografickou revoluci



Petr Tureček

a čtvrtou profesní výzvu. A musím říct, že po výzvách co nejvíce barevných kinofilmů na hlavu, jak motivovat majitele digitálních fotoaparátů k tisku fotografií nebo co všechno se dá dělat s fotografiemi pořízenými mobilem, jde o výzvu nejzábavnější. Fotky jako zábava!

**Vaše společnost nabízí zejména fotokoutky k nejruznějším příležitostem, ať jde o konference, firemní oslavy, setkání obchodních partnerů, vyhodnocení soutěží... Kde se nejvíce uplatňují?**

Naše rodinná firma DámeFotky se specializuje na zážitkové fotokoutky. Fotokoutek je vlastně vším, o čem jsem se zmínil v úvodu našeho rozhovoru. Zastavení času, dokument a sdílené emoce. Na 80 % našich zákazníků jsou firmy, které fotokoutek využívají v rámci

svých marketingových nebo zaměstnaneckých aktivit. A 20 % jsou B2C zákazníci, pro které je fotokoutek zdrojem zábavy například na svatbách, narozeninách či jiných oslavách.

**Co všechno umí nebo by měl umět současný moderní fotokoutek?**

**Na 80 % našich zákazníků jsou firmy, které fotokoutek využívají v rámci svých marketingových nebo zaměstnaneckých aktivit. A 20 % jsou B2C zákazníci, pro které je fotokoutek zdrojem zábavy například na svatbách, narozeninách či jiných oslavách.**

Musí umět lidi bavit, za všech okolností dobře fotit, rychle tisknout kvalitní fotky, mít možnost ihned fotky sdílet online nebo pořizovat krátká videa i s využitím přeceňované AI. Současný fotokoutek musí být zážitkem. Pokud tomu tak

je, lidé se nejenom dobře baví, ale také svoji zábavu rádi mezi sebou komunikují. Moderní marketing – sdílená emoce a reklama zdarma. Malý příklad. Jste na nějakém firemním eventu, vyfotíte se ve fotokoutku, dostanete vytiště-





nou fotku, a ještě si ji stáhnete do mobilu. A protože se vám fotka líbí, ihned ji online sdělíte se svými přáteli. I s informacemi a logem partnera. A věřte mi, že opravdu nejde o malý marketingový zásah.

**Je o fotokoutky zájem po celý rok, nebo je to sezónní záležitost?**

Zážitkový fotokoutek je celoroční záležitost. Stejně, jako je celoroční záležitost focení mobilem. Rozdíl mezi focením mobilem a vyfocením se ve fotokoutku je, že jste na fotce i vy, vy s rodinou, vy s přáteli, vy s nějakým jedinečným pozadím při nějaké jedinečné příležitosti. Fotokoutek je vaše zastavení času, váš dokument, vaše emoce.

**Může si od vás fotokoutek objednat třeba hotel pro svoji silvestrovskou veselici?**

Fotokoutky DámeFotky jsou k dispozici pořád, tedy skutečně po celý rok, a může si je objednat kdokoli pro jakoukoli příležitost. V rámci České republiky je doprava zdarma.

**A připravujete pro rok 2025 i nějaké překvapení?**

Letos jsme dokončili kompletní výměnu všech fotokoutků a všem zákazníkům již nabízíme pouze jeden typ fotokoutku s názvem DámeFotky NG (nová generace), který umí vše, co má správný fotokoutek umět. Zbývá tak pravidelná aktualizace programu nebo rozšiřování nabídky tematických rekvizit.

V roce 2025 otevřeme v rámci skupiny DámeFotky dvě nová oddělení. První se bude zabývat výzdobou interiérů budov s využitím fotoobrazů a velkoplošných fotografií již při navrhování staveb a přenášet emoce fotografií i na stěny objektů. Druhé oddělení se bude specializovat na tvorbu dokumentů mapující historii firem a v rámci oslav z nich dělat dárky pro zaměstnance a obchodní partnery v podobě personifikovaných fotoknih.

**Co napovídají vaše zkušenosti, kdo se fotografuje raději, jsou to ženy, nebo muži?**

V našich zážitkových fotokoutcích se rádi fotografují úplně všichni! Takže se to liší pouze podle toho, na jaké jsme akci. Na té pro ženy se více fotografují ženy, na akci pro muže muži, na firemních setkáních, plesech, svatbách ženy a muži dohromady, na akcích pro děti a celé rodiny, včetně domácích mazlíčků.

**Myslíte si, že by fotky měly ještě více sloužit k tomu, aby se při nich lidé více smáli?**

Každá fotografie je konzerva emocí. Většinou těch pozitivních, které vždy vyvolají úsměv na tváři. Máme to štěstí, že v rámci zážitkových fotokoutků DámeFotky se lidé smějí ve sto procentech.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



Vánoční večer 15. 12. 2023

schenck process



INZERCE

**PEKAŘSTVÍ  
KŘIVKA**

**VÍTĚZ  
KATEGORIE**

**CHLĚB MLADÝCH  
VIVA ITALIA**

Děkujeme všem našim zaměstnancům za jejich kvalitní práci.

**CHLĚB ROKU  
2024**

f [www.pekarstvikrivka.cz](http://www.pekarstvikrivka.cz)

# Já na svůj chléb nedám dopustit

Vůně poctivě upečeného chleba se nedá ničím nahradit. Stejně jako chuť, která patří na český stůl. Chléb je unikátní potravina, která se člověku nepřeje. Má tedy v našem jídelníčku výsadní postavení. Ostatně, všimli jste si, že když vám doma jeho zásoba dochází, začínáte být lehce nervózní? Jasný důkaz o tom, že symbióza člověka a chleba je kořen, z něhož vyrůstá hodnota nade vše, tedy náš život. Pekařství Křivka s.r.o. je na jižní Moravě, v kraji vín a meruněk, ve Velkých Pavlovicích, dobře známé. Letos získalo významné ocenění v soutěži Svazu pekařů a cukrářů v ČR Chléb roku 2024, v kategorii Chléb mladých. Pocta, na kterou se nezapomíná. Majitele Petra Křivky, velkého patriota českých pekařů, jsem se zeptala:



Petr Křivka (uprostřed) ve společnosti kolegů

**Čím proslulo vaše pekařství? Jsou to hodovní koláčky, nebo speciální chleby?**

Pekařství ve Velkých Pavlovicích založil Jaroslav Pešák, nestor české pekařiny a uznávaný odborník, v roce 1991. Od počátku kladl důraz na kvalitní řemeslné provedení výrobků, u kterého je naprosto nezbytné používat ty nejlepší možné regionální suroviny. Před deseti lety jsme pekařství převzali i s tímto závazkem, který máme neustále na paměti. Kvalitní a poctivé výrobky mohou tvořit pouze kvalitní zaměstnanci ve spojení s kvalitní surovinou. Máme to štěstí, že jsme obklopeni úžasnými lidičkami, kteří každodenní práci přispívají k udržení dobrého jména pekařství. Tedy zpět k otázce – naše pekařství se těší přízni zákazníků, a hlavně díky spokojeným zákazníkům, kteří se nám vracejí, nám dělá naše voňavá práce radost, a to se odráží do celé naší produkce.

**A najdeme u vás určitou specialitku, kterou nikdo jiný na trh nedodává?**

Každý výrobek, který je spojen s ruční prací, je ve své podstatě originál, právě toto je náš největší výhodou. Práce s živou hmotou, tedy naším největším pokladem, kterým je náš kvas, je sice náročná na řemeslné zpracování, ale přináší nám právě tu originální chuť a jedinečnou kvalitu našich výrobků, která je díky tomu nezaměnitelná a zákaznicky vyhledávaná. Tedy každý náš výrobek je nenapodobitelný originál. A tím, doufáme, i zajímavý pro naše kupující, kteří se do našich prodejen vracejí. Tím se lišíme od průmyslové výroby, u které je právě naprostá nutnost standardizace, tedy jeden výrobek jako druhý. Specialitou pak můžeme nazvat naše hodovní koláče, je to regionální produkt, u kterého se nám povedlo něco jako v případě oplatek

z lázní. Společně s vínem si odvázejí turisté z Velkých Pavlovic i naše koláčky.

**Lze si u vás objednat i vánoční cukroví?**

Vánoce v pekařství nejsou tak úplně svátky klidu a pohody, spíše naopak. Je obrovská poptávka po vánočkách, štolách a vekách i ostatním sortimentu. Naše zaměření je na čerstvé pečivo, tedy nepečeme nic do zásoby, nic do mrazáku. Z toho důvodu se tedy ani nezaměřujeme na vánoční cukroví. Náš kraj je stále plný šikovných lidí, kteří berou pečení cukroví jako součást Vánoc a vánoční pohody, tedy si pečou s dětmi sami, což je hrozně dobře. Tradice je s jižní Moravou nerozlučně spjata, a nejen já doufám, že i právě pečení cukroví v tomto období zachováme také pro příští generace.

**Naznačil jste, že stavíte na poctivých regionálních surovinách i precizní ruční práci. Umí to zákazník ocenit?**

Dříve tomu tak nebylo, v poslední době se však ceny vstupů (energie, suroviny, práce) tak navýšily, že se změnil i nákupní košík s pečivem. Z někdejšího nákupu deseti rohlíků a chleba se stala minulost. Lidé nakupují častěji a méně, více šetří potravinou a daleko méně ji vyhazují. Co se ale změnilo určitě, tak přístup. Zákazník chce za své peníze kvalitu a chuť kupovaného zboží a je čím dál náročnější, což mi dělá velikou radost. Lidé se více zajímají, z čeho a kým je výrobek zhotovený. A pro nás je to velký závazek, nemůžeme si dovolit zklamat, ba naopak, musíme si zákazníka hýčkat a dávat mu to nejlepší, co jsme schopni pro něj udělat. A on, když bude spokojený, umí to ocenit a pochválit.

**Těch, kteří by se ucházeli o zaměstnání v pekárnách, je stále málo. Myslíte, že i menší provozovny budou muset přejít na strojní výrobu? Nebo se povolání pekaře stane zase snem mladších ročníků?**

To jste odhalila ten nejhorší sen každé pekárny. Dovolím si přepnout na svou roli předsedy svazu pekařů a odpovědět za celý náš svaz. Problém se zaměstnanci je v našem odvětví, a nejen v něm, naprosto zásadní. Spousty mých kolegů ukončilo v pekařině podnikání hlavně z toho důvodu, že nejsme schopni najít

**Specialitou pak můžeme nazvat naše hodovní koláče, je to regionální produkt, u kterého se nám povedlo něco jako v případě oplatek z lázní. Společně s vínem si odvázejí turisté z Velkých Pavlovic i naše koláčky.**



schopné lidi. Proto jsme si toto dali i jako prioritu, snažíme se různými projekty, jako je například Chlebový someliér, zapůsobit na širokou veřejnost a vzkřísit povědomí o našem voňavém oboru, aby si lidé uvědomili, že chléb tady byl s nimi již od počátku, že bez chleba by se nám špatně žilo. Chceme vrátit pekařině její prestiž, kterou si bezesporu zaslouží.

### Máte několik vlastních prodejen. Není to příliš drahý špás?

Pro náš koncept je to naprostá nutnost, nezávislý trh již v podstatě neexistuje, zůstalo pár večerek nebo nadnárodních řetězců. Jsem patriot a nerad chodím do těchto supermarketů nakupovat, tedy nechci s nimi ani obchodovat. Na ceny průmyslových výrobců se nemám šanci dostat. Tedy chceme-li prodat, musíme si odbyť zajistit, a vlastní prodejny jsou k tomu nejlepší cestou, je to náš přímý kontakt se zákazníkem, kterého si ve vlastní prodejně můžeme hýčkat. Samo sebou je tento způsob prodeje náročný nejen ekonomicky, ale i na organizaci. Ale jak jsem se zmínil, jsem obklopen fajn kolegy, tak to zvládáme.

### Vaše výsledky zdobí řada ocenění, to poslední je za chléb. Jaký je jeho příběh?

Vítězství v kategorii Chléb mladých je pro nás velmi cenné hlavně zaměřením této kategorie na mladé lidi. Když jim chutnají naše výrobky, nemusíme se o budoucnost bát. Chléb, se kterým jsme vyhráli, je nosným produktem našeho moderního směru zpracování těst. Vyrábí-

me ho moderním postupem dlouhého vedení těsta, výroba trvá i déle než 12 hodin. Chléb kyne při nízké teplotě dlouhou dobu, má čas pomalu prokvasit, a tím se zlepšují v podstatě všechny jeho vlastnosti, nejen chuť a vůně, ale i struktura je vláčnější a kůrka křupavější. Našemu pekařství vítězství přineslo uznání, uznání toho, že co děláme, děláme snad i trochu dobře. Vítězství patří celému kolektivu pekařství, je to poděkování za jeho poctivou práci, které si velmi vážíme. Velmi si vážíme i možnosti prezentovat tento chléb na Pražském hradě při slavnostním předávání Státních ocenění k 28. říjnu, byl to velmi silný zážitek mít náš vítězný chléb právě zde při takové příležitosti.

### Tvaroh se stal módní surovinou pro výrobu snad všech možných těst. Přidáváte ho také do některých?

Bez tvarohu to nejde, do buchet i do těst je to nezbytná surovina. Stále hledáme super potraviny, a na ty, co máme, občas zapomeneme. Tvaroh a chléb byla vždy pochoutka.

### Sídlíte v oblasti proslulé pěstováním meruňk. Neuvažoval jste o chlebu s těmi sušenými, o nějaké takové malé inovaci?

Neuvažoval, máme tady již meruňkové víno, místo burčáku merčák a chléb mne nenapadl. Děkuji za tip, něco vyzkoušíme a příště vám donesu ochutnat. Jen moji zákazníci v okolí Pavlovic chtějí i v koblichách jahodovou náplň, meruňkové mají doma ve spízi spousty a není

to pro ně vzácnost. Ale turisté, to je jiná, těm by to určitě chutnalo. Ještě jednou díky za nápad, vyzkoušíme.

### Jak vnímáte silící názor, že pečivo není zdravé?

Pár let zpět to bylo hodně aktuální. Momentálně již tyto tlaky příliš nevnímám. Chléb je nedílnou součástí našich jídelniček již tisíce let. Módní vlny a trendy samo sebou budou. Budou přibývat i super potraviny, cvrčci a podobně, já ale na svůj chléb nedám dopustit. Je pravdou, že intolerance na lepek je čím dál větší problém, přibývá lidí s tímto onemocněním. Onemocnění však nemá souvislost s tím, že by pečivo bylo nezdravé. Jen je na zamyšlení úspěšná doba, dříve stačilo na klasu méně zrn, nyní o třetinu více. A to souvisí se vším, nic již není, jak bývalo v mládí našich babiček. To se dala pít voda z potoka, dnes to už opravdu nejde. Ale čím dál více lidí se touto otázkou zabývá, a tím se mění myšlení v tomto směru, což je moc důležité. Musíme chránit, co máme a co umíme, pro příští generace.

### A odvážil byste se vyslovit přání zkušeného pekaře a podnikatele?

Je velmi těžké vybrat jedno přání. Snad jen to, že bych všem přál, ať je baví a dává jim smysl to, co dělají. Mohou se ohlédnout a vidět za sebou výsledky své práce, a mohou na ni být hrdí. To bych přál opravdu všem.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



# V nové kavárně zaplatíte i kryptoměнами

**V OC Arkády Pankrác byla otevřena unikátní kavárna BITmarkets Café by Café Level, která propojuje lásku ke kvalitní kávě s fascinujícím světem kryptoměn a technologických inovací. Návštěvníci si zde mohou vychutnat kávu zdobenou logy krypta, dezerty ve tvaru symbolů digitálních měn, a samozřejmě i platit touto měnou budoucnosti. Originální prostor se chce stát nejen místem odpočinku, ale také vzdělávacím centrem, kde budou probíhat kurzy a workshopy pro nadšence i začátečníky.**

Unikátní koncept BITmarkets Café by Café Level cílí na tři hlavní skupiny – milovníky kvalitní kávy, kryptoměnové investory a technologické nadšence. Interiér je navržen tak, aby co nejvíce připomínal prostředí světových burz, jako je Wall Street, kde jsou kryptoměny dnes již nedílnou součástí každodenního provozu. V nové kavárně v OC Arkády Pankrác mohou návštěvníci platit i kryptoměnamy, což nabízí příležitost přijít s nimi do styku i méně zkušeným investorům či těm, kteří teprve zvažují jejich nákup.

„Jsem rád, že v době, kdy bitcoin překonává historická maxima, můžeme české veřejnosti představit tento unikátní koncept, který spojuje kvalitní kavárenský zážitek s edukací o kryptoměnách. Věřím, že jde o důležitý krok k rozptýlení obav veřejnosti z tohoto typu digitálních aktiv, protože ve společnosti stále koluje mnoho nepřesností a mýtů. V BITmarkets Café mohou návštěvníci získat přímou zkušenost s nejoblíbeně-

jšími kryptoměnamy a práci s nimi si sami vyzkoušet, což považuji za klíčový předpoklad pro budování důvěry potenciálních investorů,“ uvedl Peter Sumer, CEO kryptoměnové burzy BITmarkets.

Kavárna vznikla ve spolupráci populárního řetězce Café Level a kryptoměnové burzy BITmarkets. Kryptoměnová symbolika je proto všudypřítomná. BITmarkets dlouhodobě usiluje o popularizaci obchodování s kryptoměnamy a snaží se tuto oblast zpřístupnit široké veřejnosti i začínajícím investorům. V budoucnu se kavárna na Pankraci plánuje stát vzdělávacím centrem, kde budou pořádány kurzy, semináře a workshopy. BITmarkets Café nabídne praktické programy pro začátečníky i pokročilé. Témata pokryjí

Prostor bude sloužit také pro přednášky, diskuze s odborníky a networking v rámci kryptoměnové komunity.

„S kryptem jsem doposud neměla žádné zkušenosti, ale když vidím, že s ním mohou platit už i v kavárně, je nejvyšší čas, abych se také nějaké osvěty zúčastnila,“ smála se herečka Lucie Benešová, která se společně s Anetou Vignerovou, Lelou Vémolou, Kate Matl či Janem Kopečným zúčastnila 19. listopadu slavnostního otevření.

S dalšími hosty si také pochutnali na lákavém dortu se zlatými bitcoiny. Digitálními inovacemi a světem krypta se chtějí v BITmarkets Café inspirovat i ve výsledné podobě nápojů a zákusků. Například pěnu kávy budou zdobit loga kryptoměn a také dezerty budou svými

tvary odkazovat na symboly známých digitálních měn. Tento hravý a vizuálně atraktivní přístup dodává konceptu jedinečnost a odlišuje BITmarkets Café by Café Level od konkurenčních podniků. Milovníci luxusu si přijdou na své díky nabídce prémiových značek alkoholu, jako je například šampaňské Moët & Chandon.

V BITmarkets věří, že podobné projekty a aktivity jsou klíčem k demystifikaci kryptoměnového světa a odbourání obav, které ve společnosti ohledně tohoto typu aktiv přetrvávají. Kavárna nabízí příležitost přijít s kryptoměnamy do kontaktu, a případně se o nich dozvědět více. Zároveň respektuje, že ne každý návštěvník má o tuto oblast zájem – vždy však může ocenit kvalitní nápoje a občerstvení.

BITmarkets Café by Café Level se nachází v pražském obchodním centru Arkády Pankrác a je otevřeno denně od 9.00 do 21.00. Aktuálně jde o jedinou krypto kavárnu v Praze, kde je možná kryptoměnamy nejen platit, ale zároveň se o nich dozvědět více. (tz)



základy kryptoměn a blockchainu, ale také sofistikované techniky obchodování a tržní analýzy. Burza připravuje také workshopy, na nichž si účastníci vyzkouší založení digitální peněženky, provedení první kryptotransakce nebo ochranu před kybernetickými hrozbami.

# Aby vám software nekradl čas a peníze

Nejcennější veličinou se stává čas. Ať jde o ten, který věnujeme sami sobě, nebo práci ve firmě. Ne vždy s ním ale umíme dobře hospodařit. Někdy jím doslova plýtváme. A pak nedokážeme stihnout další úkoly. A jak známo, čas jsou peníze. Odborníci se shodnou, že není nic horšího, než doplácet na stará softwarová řešení, která zaměstnancům jen přidělávají práci, zdržují a neodpovídají potřebám daného provozu. O čas okrádají, berou lidem trpělivost, pohodu i výkon. Není to třeba i váš případ? Neradi přiznáváte, že... Přesto existuje nespočet možností, jak takový hendikep změnit. O tom je rozhovor s odborníkem na vývoj aplikací Tadeášem Matouškem z firmy MEMOS Software s.r.o.



Tadeáš Matoušek

**Denně přicházíte do styku s firmami z různých oborů a zjišťujete, že jim běžné softwarové programy nepřinášejí takovou hodnotu, jakou by mohly... Co s tím?**

Záleží na typu firmy. U malých podniků to tolik nevyzniká, korporace mají často robustní a globálně nastavené systémy, ale u středně velkých a rodinných firem to bývá problém častý. Mnoho zakladatelů si stále neuvědomuje, jak může zastaralý nebo neefektivní software jejich podnik skutečně brzdit. Někdy je to otázka neznalosti – systém, který šlape už patnáct let bez problému, je dnes na hraně svých možností. Jindy je to obava ze změn, a pak také setrvačnost, zaměstnanci zpočátku nové technologie moc nechtějí. A jsou případy, kdy to majitele ani nenapadne a na klíčové procesy využívají starý dobrý Excel. Když se setkáváme s těmito lidmi, rád začínám otázkou: Platíte své zaměstnance za práci, nebo za čekání na načítání a zbytečné klikání? To často spustí diskusi o skutečné efektivitě.

**Podle čeho tedy může firma zjistit, zda by měla software změnit?**

Jedním z prvních kroků je provést důkladný audit svých procesů a softwarových řešení. Často se stává, že si firmy zvykly na určitý způsob práce a ani si nevěšimnou, že software, který kdysi fungoval dobře, dnes už na požadavky trhu nestačí a že konkurence se díky technologiím žene vpřed. Klíčové je nezaměřovat se jen na to, jak dlouho už software ve firmě běží, ale spíše na to, jak dobře plní ak-

tuální potřeby. Mnoho firem spoléhá na starý software nebo univerzální krabicová řešení, která jsou na první pohled levná a snadno dostupná, ale dlouhodobě nemusí být ideální. Takové softwary často nenabízejí dostatečnou flexibilitu, což firmu může ve skutečnosti zpomalovat.

**Jak postupovat?**

Řešení existuje, ale není to univerzální pilulka. Většinou je osvědčeným lékem správně připravená analýza a následný vývoj na míru. Ten vám umožní vytvořit řešení přesně podle potřeb dané firmy, eliminuje zbytečné kroky, zrychlí procesy, a tím výrazně zvýší efektivitu. Navíc, na rozdíl od krabicových řešení, software vyvíjený na míru roste spolu s firmou. Je navržen s ohledem na její specifické požadavky a může se přizpůsobit novým výzvám a rozvoji, což je klíčové pro dlouhodobý úspěch.

**Vývoj na míru je ale spíše pro velké firmy a ty menší společnosti si ho asi nemohou dovolit...**

V tom s vámi nesouhlasím. Dnes už není vývoj softwaru na míru výsadou jen velkých korporací, nýbrž je stále dostupnější i pro ty menší subjekty. Samozřejmě, v krátkodobém horizontu může vypadat levnější si pronajmout hotové krabicové řešení, ale z dlouhodobého hlediska je software na míru výrazně zajímavější.

Když máte vlastní software, jste jeho majiteli, a to vám dává obrovskou svobodu. Nemusíte

platit žádné licenční poplatky nebo se omezovat na funkce, které nabízí pronajatý software. Naopak, možnosti jsou téměř neomezené. Můžete si systém přizpůsobit přesně podle potřeb svého podnikání, zjednodušit procesy, a získat tak konkurenční výhodu. Vývoj na míru není jen o tom, že si vytvoříte software, který vám přesně sedí, nýbrž je to investice do budoucnosti vašeho businessu a spokojených zaměstnanců i klientů. S růstem podnikání může software růst s vámi, a to bez nutnosti přecházet na jiné systémy nebo se přizpůsobovat omezením krabicového modelu.

Pro drobnější společnosti to znamená, že mohou začít s menším řešením a postupně ho rozvíjet. Důležité je, že vývoj na míru nabízí flexibilitu a dlouhodobé úspory, a zároveň pomáhá firmám škálovat jejich business, aniž by byly závislé na třetích stranách.

**Čím vyvrátit zbytečné obavy z novinek?**

Nebojte se vykročit jinou cestou. Na začátku to může trochu bolet, ale jakmile se do toho pustíte, zjistíte, že jste měli tento krok udělat už dávno. Naše společnost je na trhu od roku 2003 a za tu dobu jsme úspěšně dokončili více než tisíc projektů. Spolupracovali jsme s neziskovkami, malými podnikateli, rodinnými firmami, korporacemi i státními institucemi. Ať už jste v jakékoliv fázi inovace, věřím, že vám dokážeme pomoci. Naše zkušenost je jednoznačná – opravdu to funguje.

připravila Eva Brixi ■■■

# Ponožky rozhodně nejsou nudným dárkem

Donedávna byly ponožky spíš vánočním dárkem z nouze. Díky velkému posunu v designech i materiálech to ale už neplatí. Naopak, prémiové ponožky s moderním vzhledem si oblíbili B2B i B2C zákazníci firmy Sokino, která je pod vedením Viery Kotulánové vyrábí přímo v Česku. Jak se ze spontánního nápadu stala oblíbená značka? A dá se ponožkami uživit i mimo vánoční sezónu?

**Co vás přivedlo právě k ponožkám? A kdy to bylo?**

Mám doma dva kluky, kteří bohužel trpí atopickým ekzémem. Takže jsem vždycky dbala na kvalitní materiály oděvů. Jenže u ponožek to byl problém, žádné nám nevyhovovaly. Navíc kluci jsou hokejisté, a tak tráví týdně dlouhé hodiny v bruslích, což je pak pro nohy velká zátěž. A tak jsem pátrala a hledala ponožky s vhodným složením materiálu. Nic ale mým požadavkům nevyhovovalo. Na trhu se vhodné zdravotní ponožky nevyskytovaly. A protože jsem od přírody podnikavá, začala jsem studovat, jak se takové ponožky vlastně dělají. A na světě byl nápad začít s výrobou kvalitních českých ponožek s originálním vzorem. Ponožky totiž nemusí být nuda, i do ponožkového průmyslu se promítají módní trendy. Tehdy se psal rok 2017, od roku 2018 vyrábíme ponožky na zakázku a postupně se z miniprojektu stala prosperující firma, která mě živí.



Viera Kotulánová

**Jak zakázková výroba funguje? A je oblíbená spíš u koncových, nebo firemních zákazníků?**

Naše zakázková výroba je oblíbená hlavně u firem, které tvoří zhruba 90 % všech objednávek. Mnoho z nich oceňuje kvalitní materiály a osobní přístup. Může se to zdát jako klišé, ale já opravdu v zakázkové výrobě ponožek provázím klienta celým procesem. Pokud si přeje svůj vlastní design, tak společně vytváříme návrhy, které stroje zvládnou vyrobit.

Někdy je náročné představy skloubit, ale mě baví i ta komunikace a ladění vzorku i finálního produktu. A protože obchodní partneři z B2B často používají Sokino ponožky jako firemní dárky, doplnili jsme sortiment také o originální obaly, a nově i krabičky. Ty mohou firmy použít ke své prezentaci jako skvělý marketingový nástroj. Výhodou je, že většina klientů chce, aby na balení bylo vidět logo Sokina, což zase pomáhá s reklamou nám.

**Vracejí se k vám klienti?**

Velmi často, někteří jsou s námi dokonce od začátku jako festival Jeden svět nebo Letiště Václava Havla. Dlouho spolupracujeme také s online supermarketem Rohlik.cz a letos nás oslovilo například Notino. Samozřejmě máme ale i spoustu menších zákazníků a zapojujeme se i do dobročinnosti. Už sedm let tedy podporujeme nadaci Muži proti rakovině prodejem kníratých ponožek Movember, které pomáhají zvyšovat povědomí o rakovině prostaty.

**Kolik kusů ponožek ročně prodáte?**

Poslední léta prodáváme přibližně 100 000 párů ponožek ročně. Většina z nich je právě pro firemní klientelu. Obrat tedy máme ve vyšších jednotkách milionů za rok.

**Kdo je autorem designu? A kde čerpáte inspiraci?**

Designy Sokino navrhujeme společně s naším týmem grafiků. U firemních ponožek většinu grafických návrhů připravujeme my – já s vybraným grafikem. Ty mají svá specifika – většinou musí obsahovat firemní logo a barvy. Používáme tedy brandový manuál nebo logomanuál a inspirujeme se na webových stránkách klienta. Záleží na oboru. Naším cílem je ale vymyslet vzhled ponožek tak, aby je klienti/zaměstnanci, obdarovaní, rádi nosili a firemní ponožky jen neležely na dně skříně. A kromě toho, jak budou vypadat, je velmi důležité i složení ponožek.

**Kde se ponožky vyrábějí a z jakých materiálů?**

Pleteme je v Česku, na Vysočině, a většina z nich je z 85% certifikované česané bavlny nebo z kvalitní merino vlny. Pochopitelně ale obsahují i další materiály, jako je polypropylen, elastan nebo ionty stříbra. Tyto látky totiž udržují tvar, odvádějí pot a ionty stříbra navíc zamezují rozmnožování bakterií, a tím pádem snižují nelibé projevy organismu.





### Popsala byste vaše ponožkové předplatné?

Ponožky jsou především oblíbený vánoční dárek. Vypozorovala jsem, že většinou u nás nakupují ženy pro muže. Pro příslušníky rodu mužského je to tedy výzva, neměli by se ne-

**Naše zakázková výroba je oblíbená hlavně u firem, které tvoří zhruba 90 % všech objednávek. Mnoho z nich oceňuje kvalitní materiály a osobní přístup.**

chat zahanbit! Funguje to takto: zákazník si vybere délku předplatného, to je na tři, šest nebo dvanáct měsíců, a velikost ponožek, které budeme odesílat. V první zásilce najde obdarovaný dárkově zabalený pár ponožek a dopis, ve kterém mu můžeme poslat i vzkaz. Ponožky pečlivě připravujeme, v zimě posíláme tenké modely z merino vlny a v ostatních měsících je výběr náhodný. A tak to pokračuje podle zvolené délky předplatného.

### Je největší zájem tradičně před Vánocemi?

Ponožky se nejvíce prodávají v chladnějších měsících. Nicméně na firemních zakázkách pracujeme celoročně. Proces celé zakázky trvá

někdy i půl roku, a tak v některých případech začínáme už v dubnu.

### V nabídce máte i merino čepice. Plánujete další rozšíření sortimentu nebo jiné novinky?

V nadcházejícím roce bychom rádi pracovali s novými materiály. Aktuálně zkoušíme kombinovat kašmír, viskózu, česanou bavlnu nebo bambus s bavlnou. Jsou to skvělé přírodní obnovitelné materiály a první ponožky jsou již vyrobené. Nyní ale musíme pečlivě otestovat vzorky. Pokud budeme s kvalitou spokojeni, příští rok se naši klienti můžou na tyto novinky těšit.

ptala se Dana Halušková

## Osmicentimetrový Igráček porazil giganty

**Hry a hračky českého výrobce EFKO posbíraly v poslední době řadu prestižních ocenění. Tento úspěch potvrzuje, že se i relativně malá česká firma dokáže prosadit v silně konkurenčním prostředí. Důvěru si EFKO dlouhodobě buduje kvalitou a promyšleností svých výrobků. Nejnovějším oceněním se pyšní figurky Igráček, které již potřetí obhájily v největší české spotřebitelské anketě titul Nej důvěryhodnější značka.**

Stavebnicový systém aut MultiGO a nová ekologická stavebnice ECO Roto získaly ocenění odborníků Správná hračka. Auta MultiGO obdržela zároveň i cenu Grand Prix odborné poroty veletrhu For Toys a známku Doporučujeme od portálu Testuj to. Ocenění Grand Prix nese i funkční Meteo domeček Pat a Mat. Hračkou roku se staly edukativní Hry pro předškoláky. Rodinná hra Tajemství Byčí skály autorů Jakuba a Daniely Pernesových získala třetí místo v soutěži Zlatý mamut. EFKO tak boduje, a jeho hry a hračky budou zajisté bodovat i pod vánočním stromečkem. „Díky důvěře se zákazníci cítí jistě ve svých rozhodnutích, jsou ochotni se ke značce vra-

cet a sdílet své pozitivní zkušenosti. Pro samotné značky je důvěra silným nástrojem pro budování a upevňování svého postavení na trhu a rozvíjení dlouhodobého vztahu se svými zákazníky,“ uvedl Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny pořádající společnosti ATOZ Marketing Services. „V rámci ocenění Nej důvěryhodnější značky je zajímavý přetrvávající fenomén oblíbenosti ryze českých značek. Důkazem může být opětovné vítězství figurek Igráček, který stále dominantně vede, a to i v konkurenci silných zahraničních brandů. Stejně tak například v nové kategorii Dekorativní kosmetika zvítězila tradiční česká značka Dermacol a v kategorii Kuchyňská

a koupelnová studia zase oblíbená česká značka Siko,“ dodal Lukáš Matějka.

„Silné nezávislé ocenění, jako je Nejdůvěryhodnější značka, může být zajímavým nástrojem komunikace v současné době, kdy se po několika letech stabilizuje inflace. Zároveň rostou reálné mzdy a zlepšuje se nálada spotřebitelů u nás i v celé Evropě,“ upřesnila Viktorie Škorvavová z výzkumné agentury NIQ, která průzkum realizovala. Důležitost ocenění potvrzuje i aktuální průzkum společnosti MNFORCE, dle kterého toto logo pozitivně motivuje k nákupu téměř dvě třetiny zákazníků.

„Za více než třicet let jsme v EFKU ušli opravdu dlouhou cestu. V roce 1993 jsme se orientovali na prodej hraček od různých dodavatelů. Mezi nimi byly hojně zastoupeny právě dovozené hračky, jejichž kvalita ale mnohdy nebyla na takové úrovni, jakou bychom si představovali. Proto jsem se rozhodl jít cestou dobrodružnější – vyvíjet a vyrábět vlastní hračky. Pod našima rukama tak začaly vznikat produkty úplně nové, ale i takové, které navazovaly na již dříve vyráběné hračky. A tak jsme mimo jiné zachránili i legendární značky jako Igráček a českou autodráhu Ites a vdechli jim nový život. Bylo by škoda zahodit výrobky, které byly oblíbené. A zákazníci to vítají,“ uvedl Miroslav Kotík, majitel a zakladatel firmy EFKO. (tz)



# Nové obzory automobilové budoucnosti

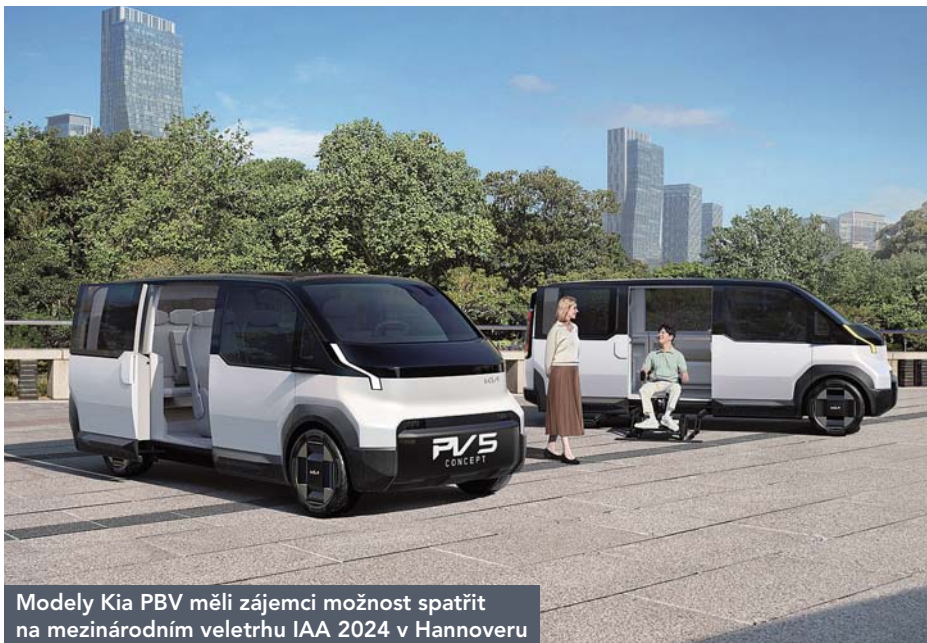
Patrně znáte stavebnici lega 3in1, která díky chytrému designu nabízí možnost sestavit z jedné sady dílků hned tři různé modely. Něco podobného intenzivně připravuje jihokorejská automobilka Kia, která se již nějakou dobu netají plány stát se lídrem v oblasti udržitelné mobility.

Těšit se konkrétně můžete na nové modely, které Kia v podobě konceptů pod názvem Platform Beyond Vehicle (PBV) představila na veletrhu moderních technologií CES v americkém Las Vegas. Co to zjednodušeně znamená? Že základní platforma vozidla zůstane stejná a PBV vozy budou nabízet adaptabilní řešení, která upřednostňují potřeby podnikatelů a firem. Cílem PBV je maximalizovat produktivitu s nižšími náklady, lepší dostupností a inovativním designem.

Fungování systému prezentovala Kia na konceptu PV5 (ve třech variantách určených pro všestranné využití), PV7 (nabízející největší vnitřní prostor a nejdelší dojezd) a PV1 (nejmenší vůz pro přepravu na krátké vzdálenosti). Z toho vyplývá, že užitkový koncept představuje vlastně více aut v jednom. Ta budou v souladu s ekologií pochopitelně využívat akumulátorový pohon, stejně jako autonomní řízení úrovně 4 a pokročilou techniku umělé inteligence. Označení PBV vyjadřuje odhodlání Kia jít nad rámec pouhého dopravního prostředku. Kia nastavuje novou cestu tím, že překračuje tradiční koncept lehkých užitkových vozů, aby naplnila potřeby zákazníků a komunit prostřednictvím optimalizovaného hardwaru a softwaru založeného na SDV, jenž odpovídá konkrétním tržním a obchodním podmínkám.

## Flexibilita a širší použití

Kia plánuje předefinovat auta jako životní styl přesahující pouhou přepravu tím, že poskytuje



Modely Kia PBV měli zájemci možnost spatřit na mezinárodním veletrhu IAA 2024 v Hannoveru

mnoho řešení pro vozidla samotná a software, která jsou v souladu se zákazníkem. Pomocí pokročilých technologií, jako jsou Easy Swap a Dynamic Hybrid, Kia maximalizuje flexibilitu, pokud jde o prostor, a zároveň nabídne personalizované zážitky prostřednictvím řešení poháněných umělou inteligencí.

Kia chce také změnit obchodní paradigmatu zákazníků prostřednictvím autonomního řízení a dosáhnout bezproblémové multimodální služby, jež přesahuje pozemní a leteckou dopravu prostřednictvím AAM (Advanced Air Mobility). Tímto způsobem si je značka jista, že Kia PBV se etabluje jako „platforma nad rámec vozidla“, která bude poskytovat komplexní řešení mobility.

Spektrum použití bude podle Kia opravdu široké. Hybridní mechanický a elektromagnetický princip zajistí jednoduchou a rychlou přestavbu. Pokud jde o samotný proces výměny, žádné složitosti v tom podle automobilky nebudou díky využití modulární technologie Easy Swap. Provedení PBV je bez svařování, což umožňuje značnou flexibilitu. Všechna PBV jsou vybavena modulárním kolejnicovým systémem ve stropě, v podlaze a v bočních panelech kvůli snadnému přizpůsobení mezi různými vozidly. Navíc díky automatizaci půjde „přestavbu“ jednoduše ovládat pomocí chytrého telefonu nebo tabletu.

Důvěru Kia v celý koncept dokládá i fakt, že v roce 2025 hodlá zprovoznit v Jižní Koreji – konkrétně v Autolandu Hwaseong nedaleko hlavního města Soulu – továrnu s roční kapacitou až 150 000 takovýchto vozidel. Náklady na výstavbu dosáhnou 758 milionů dolarů. Uvedení vozů PBV na domácí korejský trh je plánováno na druhou polovinu roku 2025. Poté PBV zamíří do Evropy, včetně České republiky a Severní Ameriky. V Česku budou do-

stupné před koncem roku 2025. První vlašťovkou bude model PV5 ve dvou verzích, a to v provedení N1 a M1. Již v současné době probíhají intenzivní jednání s partnery, jako jsou například Uber, Coupang, CJ Logistics nebo Kakao Mobility, v souvislosti s přepravou osob i zboží, a to včetně robotaxi.

## Elektrická ofenziva

S tím se pak do jisté míry pojí i další plán automobilky Kia, a to v roce 2030 vyrábět celkem 1,6 miliónu elektromobilů ročně. Evropa by měla tvořit třetinový podíl na prodeji elektrických vozidel již v roce 2027. Kia pokračuje v rozšiřování řady svých oceňovaných elektromobilů. Modely Niro EV, EV6, EV6 GT a EV9 doplnilo letos na podzim kompaktní SUV s označením EV3, které se veřejnosti poprvé představilo na listopadovém veletrhu e-Salon. S modelem EV3 vstupuje Kia poprvé s čistým elektromobilem do druhého největšího segmentu vozidel na českém trhu – mezi kompaktní SUV. V roce 2030 by přitom právě v tomto segmentu měla být podle společnosti S&P Global tři ze čtyř vozidel v Evropě čistě elektrická. České zastoupení značky Kia proto předpokládá, že už v příštím roce připadne až polovina všech prodejů elektromobilů Kia na model EV3, jehož cena začíná pod hranicí 900 000 Kč, včetně DPH. Kompaktní SUV se vyznačuje dojezdem až 605 km a umožňuje rychlé dobíjení z 10 % na 80 % kapacity za půl hodiny. Jde zároveň o první model Kia vybavený systémem umělé inteligence.

V roce 2025 se Kia chystá na český trh uvést čtyři nové typy elektromobilů a vstoupit do segmentu lehkých užitkových vozů. Zájemcům nabídne první model z řady PBV s označením PV5 ve verzi minibusu.

připravila agentura DDeM



Nový model EV3 je předurčen stát se hlavním rodinným vozem



# Na cestě za slaným mlsáním

Stačí si zobnout a je nám dobře. Nebo báječně. Svět je rázem sladší nebo slanější, duše se uklidní. Ten pocit známe všichni. Občas člověk prostě mívá chuť. Zpravidla na něco hodně pikantního, co běžně nekonzumuje. A určitě není zas tak velký prohřešek si jednou dát to, co neodpovídá žádným zásadám zdravého stravování. Není nic proti ničemu občas si den zpestřit nějakým tím úletem. Tedy třeba miskou brambůrků. Navzdory všem výživovým doporučením a varováním dietologů. Prostě si pochutnat jen tak, pro radost večer v hospůdce nebo u známých při klábosení. A smažené brambůrky, tedy bramborové lupínky, ty nikdy nezklamou. Nejen ty však dodává na trh známá teplická firma Originální brambůrky s.r.o. V jejím sortimentu najdete i oblíbené kroužky s několika příchutěmi. Představovat je podrobněji není třeba. Určitě je znáte. Generálního ředitele Jana Zykunda jsem se zeptala:

**Brambůrkárna je na trhu pěkných pár let. Podniká se vám dnes lehčeji než v začátcích?**

To nejtěžší je za námi. Dostali jsme produkt na trh. Máme smlouvy s největšími hráči, a to jak v České republice, tak v zahraničí. Naším nynějším cílem je udržovat stabilitu v zásobování odběratelů, inovovat oblíbené produkty a ty nové začít vyrábět.

**Vaše slané pochoutky se dají koupit, kde si jen člověk vzpomene, jste zalistováni v podstatě ve všech řetězcích. To se nepodaří každému zájemci. Byla cesta k některým prodejcům hodně složitá?**

Ano, cesta k prodejcům byla složitá. Nyní jsou však na nás už zvyklí a objednávky posílají sami, a chtějí po nás další a další výrobky. Z toho máme radost, ostatně kdo z potravinářů by neměl.

**Exportujete do Polska a do Německa. Splnil se tím váš podnikatelský sen, nebo je to jen začátek další cesty? Budete expandovat i do jiných zemí?**

Vyvážíme nejen do Polska a do Německa, ale i na Slovensko, a někdy i do Maďarska. Můj sen je naplno využít své schopnosti ve



Jan Zykund (uprostřed)

prospěch své rodiny a její budoucnosti. Naše firma je rodinného rázu a je založena na principu trojí zodpovědnosti. To znamená, že její činnost stojí na třech pilířích: ekonomická prosperita, kvalita životního prostředí a společenský kapitál. Pojetí trojí zodpovědnosti vyžaduje, aby byla společnost zodpovědná spíše subjektům, které mohou být, ať již přímo, či nepřímo, její činností ovlivněny, než vlastním podílníkům. V roce 2022 jsem za tento princip podnikání dostal ocenění Czech Top 100. Velmi si toho vážím.

**Pamatuji se na složitosti ohledně jedné vaší ochranné známky...**

Už je to za námi. Vyhráli jsme boj Davida s Goliášem, který se týkal známky Kotlíkové brambůrky, a ta je zase zpátky naše.

**Co nového jste pro milovníky brambůrků připravili? Nechystáte nějaké překvapení?**

Připravujeme úplně nový výrobek, více zatím ale prozrazovat nebudu.

**O jaké druhy brambůrků a kroužků byl v létě největší zájem?**

V období dovolených a prázdnin bývá největší poptávka o klasiku, tedy o solené brambůrky. U kroužků je to příchuť jarní cibulka.

**Několikrát jste získali cenu i v soutěži Česká chuťovka a letos jste se opět zúčastnili. I tentokrát jste uspěli?**

I letos jsme se tohoto klání zúčastnili, byl to již 16. ročník. Tento rok jsme přihlásili Kotlíkové s příchutí slaniny a opět jsme vyhráli cenu, kterou jsem si se svými syny v říjnu převzal v Praze v Národním zemědělském muzeu. Jsem rád, že se naše výrobky těší takové oblibě.

**Řídíte výrobu, kde se soli nešetří... Určitě asi rád chodíte do cukrárny...**

To máte pravdu! Do cukrárny chodím s chutí, nejvíce v létě se svým nejmladším synem, který miluje hlavně zmrzlinu...

ptala se Eva Brixí



foto Kateřina Šimková



## Na kolena, na zuby?

Miluju experimenty. Zkousím kde co. Onehdy byla zase příležitost. Zánět zubů, oteklá tvář. Děs v mých očích. Termín návštěvy u odborníka až za 12 dní. Řešení v nekonečnu. Jak to přežiju? Ale pozor, intuice je kámoška do nepohody. Zpracovala. Nabídla mi možnost. Vzpomněla jsem si, že octan hlinitý býval pro kolena babičky elixír. Hasil ohně a dával naději. V lékárně jsem zakoupila octovou

mast. Potřela jsem si před spaním tvář v nejcitlivějším místě. Ráno jsem se ani nemusela ptát, zrcadlo zrcadlo, kdo je tady nejkrásnější... Byla jsem to totiž já. Lidičky, ono to zabralo! Zuby mě přestaly bolet, opuchlina splaskla. A já se vesele těším na dentistu, který mi určitě nebude věřit...

Eva Brixí, šéfredaktorka

### čtete s námi

## Vánoční dárky v e-shopech objedná 80 % Čechů

**Vánoce se nezadržitelně blíží. Asociace pro elektronickou komerci se v panelovém výzkumu obrátila na českou online populaci, aby si ověřila, jaké mají spotřebitelé ohledně nákupu dárků plány.**

Z toho vyplynulo, že alespoň nějaký dárek na internetu objedná 80 % jeho uživatelů. „Češi samozřejmě nakupují online celý rok. Nás ale zajímalo také porovnání s plány na nákupy v kamenných obchodech a řada dalších detailů,“ komentoval výzkum výkonný ředitel APEK Jan Vetyška. Jak se ukázalo, všechny dárky ze na internetu chystá objednat 5 % spotřebitelů, většinu dárků pak dalších 41 %. „Na 46 % online zákazníků tedy nakoupí nadpoloviční většinu vánočních překvapení v e-shopech. To je mírný nárůst oproti loňsku o tři procentní body,“ doplnil Jan Vetyška. A co budou zákazníci nakupovat? Tradičně vedou hračky, které si nechá z e-shopu doručit více než 45 % lidí. Jen o procento méně spotřebitelů plánuje objednat knihy, na kosmetiku a parfémů se chystá 38 % zákazníků, na módu 37 %. „Zapomenout bychom neměli ani na vouchery a nákup různých služeb obecně. Z pohledu obrátů budou důležité také další skupiny zboží, jako černá i bílá elektronika, mobilní telefony nebo notebooky a počítače. Náš odhad celkové vánoční útraty v e-shopech je přitom v rozmezí 65–70 miliard korun,“ komentoval Jan Vetyška. (tz)

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



### Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, prosinec 2024

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](http://www.freshtime.cz): Martin Šimek,  
e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: Triangl, a.s., [www.trianglprint.cz](http://www.trianglprint.cz) **triangl print**

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

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

Internetový marketing: Media Know, [www.mediaknow.net](http://www.mediaknow.net)

## Prodal se vůz Alfa Romeo za 1,2 miliónu korun, patřil Karlu Gottovi

**V rámci nedávné prestižní motoristické výstavy Prague Car Festival proběhla i aukce historických a sběratelských vozidel pod značkou Retro Garáž.**

Ve spolupráci s Aukrem se za 1 180 000 Kč prodal ikonický vůz Alfa Romeo 2000 GT Veloce, který dle dostupných indicí patřil Karlu Gottovi. Nového majitele našel za 1 500 000 Kč i americký tahač s dnes již nesehnatelným motorem 9.3L V8 2 stroke diesel. Za 290 000 Kč se prodal také Mercedes-Benz třídy S generace W126. V posledním říjnovém víkendu proběhl už třetí ročník aukcí historických a sběratelských vozidel pod značkou Retro Garáž v rámci prestižní motoristické výstavy Prague Car Festival. Sběratelé mohli stejně jako v předchozích ročnících přihazovat buď v aukci přímo v sále na výstavišti, nebo online na Aukru. Aukce nabídl celkem devět automobilů, mezi nimiž šlo najít opravdové unikáty z dílny známého úpravce Metalex, mediálně známou Alfu Romeo GTV po slavném zpěvákovi Karlu Gottovi, krásné BMW 850i po geniálním skladateli Karlu Svobodovi a další sběratelské perličky v podobě Renaultu R5 GT Turbo, Škody Superb Edition 100, nebo dokonce vzácného amerického tahače Peterbilt z roku 1969. „Vozy vybrané značkou Retro Garáž byly i tentokrát nesehnatelné a vzácné raritní kousky. Sběratelé měli opravdu z čeho vybírat,“ uvedl Pavel Krejčíř, expert na sběratelství a starožitnictví portálu Aukro. Z devíti aukcí překročily nastavenou rezervu a prodaly se tři vozy: Alfa Romeo 2000 GT Veloce, Mercedes-Benz 500 SE 126 a Peterbilt 359 A Day Cab.

Vůz Alfa Romeo 2000 GT Veloce patřil dle dostupných indicí Karlu Gottovi, který s vozidlem havaroval při cestě na koncert do Karlových Varů. Historii vozu dokládá jak československý technický průkaz, tak i dobová fotografie Karla Gotta s havarovaným vozem a jeho osobní vzpomínky na nehodu detailně popsané v autobiografické knize Má cesta za štěstím. Aukce skončila na 1 180 000 Kč.

Za 1 500 000 Kč se prodal americký tahač s naprosto jedinečným a dnes nesehnatelným

motorem 9.3L V8 2 stroke diesel. Vozidlo z roku 1969 bylo v letošním roce dovezeno z USA společností Veteráni z USA specializující se na import amerických automobilů. Tahač měl hliníkový rám i karoserii a byl plně pojízdný a provozuschopný.

Nového majitele našel za 290 000 Kč i Mercedes-Benz z roku 1990. Mercedes-Benz třídy S generace W126 byl představený v září 1979 na mezinárodním autosalonu ve Frankfurtu nad Mohanem. V roce 1985 se třída S W126 dočkala decentního faceliftu. Ten uhladil design, přidal větší brzdy, nové šestiválce i upravené osmiválce, přepracované vstřikování nebo třicestný katalyzátor, který se stal v září 1986 standardní výbavou. V roce 1988 přibyl ještě airbag spolujezdce a v roce 1991 skončila výroba generace W126 úplně. (tz)



# V Aquapalace Hotel Prague plní firmám přání

**Mít neustále plno, to je sen každého hoteliéra. Umění přilákat turisty nebo firmy, které využívají hotelových prostor k pořádání nejrozmanitějších aktivit, ať už jde o firemní vánoční večírek pro zaměstnance, nebo komorní setkání obchodních partnerů, je výsledkem mnoha prvků. Marketingem počínaje a srdečnými vztahy konče. Hosté se pak rádi vracejí a poptávají další služby.**

Jenže pandemie covidu značně ovlivnila zájem o pořádání firemních akcí všeho druhu. I těsně po jejím konci byla návštěvnost z řad firem nízká a stoupala pouze pomalu. Až v loňském a letošním roce se opět Aquapalace Hotel Prague dostal na čísla z předcovidových let. I díky tomu, že úspěšně reaguje na nové požadavky zájemců. Zrychlování a zjednodušování, dva významné trendy, které se propisují do konferenční turistiky stejně jako do dalších oblastí života. Klienti nechtějí čekat a přejí si profesionální řešení bez zbytečných improvizací.

„Jedním z trendů, kterým se hotel po covidu přizpůsobil, je, že se klienti rozhodují na posledních chvílích a často se na nás obracíjí s poptávkou pouhý den před realizací. I proto jsme nově zavedli možnost okamžité platby Pay by link, kdy lze pomocí kreditní karty uhradit zálohovou platbu okamžitě. Zákazník má jistotu, že se akce řádně uskuteční, a my se můžeme ihned pustit do příprav,“ charakterizoval Ing. Miroslav Bukva, MBA, generální ředitel Aquapalace Hotel Prague.

Kongresové centrum nedávno prošlo významnou renovací, jejíž součástí bylo i posílení internetového připojení, jež má nyní rychlost 2,5 Gbps. Požadavky organizátorů se ale posouvají také v nárocích na atraktivitu místa a jeho variabilitu. Speciální nasvícení nebo promítání loga na stěny či podlahu bylo dříve výsadou jen velmi nákladných projektů. Ale i to se mění. „Díky technickému vývoji nám teď naše vybavení umožňuje nasvícení sálu kdykoli a v libovolných barevných kombinacích. To vyhovuje společnostem, které mají definovanou vlastní korporátní barvu, kterou chtějí dekorovat prostor konference,“ uvedl Miroslav Bukva.

Aquapalace Hotel Prague je vyhlášený také svou vynikající gastronomií, která jej činí vyhledávaným místem pro firemní akce všeho druhu. Nároky ale stoupají, a to především s ohledem na potravinové alergie a intoleran- ce. „Ještě před 15 lety se mezi účastníky občas



tu a tam objevil nějaký vegetarián. Nyní se ale přizpůsobujeme narůstajícím počtům alergiků a pro každou akci musíme připravovat nejen vegetariánskou alternativu občerstvení, ale také jídla bez lepku, bez laktózy a další,“ komentoval Miroslav Bukva.

Trendem je také netradiční doprovodný program, pro nějž musí kongresoví organizátoři hledat ty správné partnery. „Příkladem může být akce jedné významné mezinárodní společnosti, která u nás uspořádala velkou konferenci s následnou zábavou v aquaparku a výukou i soutěží v plavání s monoploutví. Plavání s monoploutví neboli mermaiding je fyzicky docela náročná, ale také velmi zábavná disciplína. Všichni si to u nás skvěle užili a vím, že ještě dlouho velebili svého šéfa, který tuto zábavu objednal. Rádi se na nás obracíjí rovněž organizátoři mladšího věku s chutí vymyslet pro ostatní unikátní program. A to přesně nás baví,“ ilustroval možnosti Miroslav Bukva.

Čestlický hotel dokáže zajistit adrenalinovou zábavu v přilehlém aquaparku či fitness i odpočinkový program v saunovém světě nebo zdravotně relaxační procedury ve wellness centru. Patří v tuzemsku mezi nejlepší hotely s takto bohatou nabídkou doplňkových služeb pro firemní klientelu, která má zájem především o incentivní akce pořádané pro zaměstnance. „Incentivní turistika nabývá na významu a Česká republika pro ni může nabídnout ideální zázemí. Velmi populární je mezi IT firmami, které bývají naším častým zákazníkem. Jedním z důvodů je i fakt, že v těchto kolektivních pracují mladí aktivní lidé s neotřelým uvažováním, kteří rádi zkoušejí nové věci.

Tento směr je stále využívanější, do rozličných



regionů v tuzemsku by mohl přilákat návštěvníky, kteří se budou vracet a přinášet tolik potřebné finance. Proto mne mrzí, že se v tomto ohledu na rozumné propagaci České republiky ze strany Ministerstva pro místní rozvoj velmi šetří,“ upozornil Miroslav Bukva.

Relativně populární je také bleisure čili kombinace pracovní cesty se soukromou. Někdy s sebou zaměstnanec bere též rodinné příslušníky. Hosté obvykle přijedou o den dříve, nebo naopak zůstávají déle. Zatímco se jeden z rodičů účastní konference, druhý si s dětmi užívá volnočasové aktivity. „Model je jednoduchý – firma platí za pracovníka dohodnutou cenu a host si obvykle rozdíl v ubytování uhradí sám. Setkáváme se s tím i u nás v Aquapalace Hotel Prague a není to zase až tak vzácné, ačkoli bych řekl, že v zahraničí je tento trend o něco víc na vzestupu,“ hodnotil situaci Miroslav Bukva.

Hotel disponuje konferenční kapacitou až pro 700 hostů. I proto je vyhledávaným místem pro konání řady velkých akcí s bohatou výpravou. Pro tento typ událostí je potřeba rezervovat prostory více dopředu. Během letošního podzimu je již řada termínů obsazena. Disponuje však menšími salóňky a dostatečnou personální kapacitou, což je dobrou zprávou pro ty, kteří se chystají uspořádat menší setkání či komorní seminář. „Firemní klientela Aquapalace Hotel Prague celkově činí zhruba 30 % návštěvnosti. Ale v průběhu roku je zde jisté kolísání. Typické je to o prázdninách, kdy převažují mezi našimi hosty rodiny s dětmi. Firmy naopak nejvíce své akce soustředí do podzimních měsíců a na jaro,“ přiblížil Miroslav Bukva.

Kateřina Šimková



# Opravdové lázně v lázních



**Mariánské Lázně**  
Health Spa Hotels  
Healing Power of Nature

Aktuální nabídku lázeňských pobytů  
najdete na webových stránkách

[ensanahotels.com](https://ensanahotels.com)