

květen 2025

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Jaroslav Stára
Radovan Rakus
Lukáš Tomsa
Vladimír Fichtner
Petr Vopálenský



Jaroslav Stára

**Dvůr Čertousy jako zážitkové
místo se stopou historie**

rozhovor na stranách 2–4

Dvůr Čertousy jako zážitkové místo se stopou historie

Seděla jsem u stolu hned vedle stěny, na níž visel obrázek pohodové hospůdky od malířky a herečky Ivy Hüttnerové z roku 2002. Na protější stěně replika Ladovy Rvačky v hospodě. Maleb a kreseb tu bylo ale daleko víc. Utvrdilo mne to v přesvědčení, že jsem tady správně. A že tyto stopy výtvarna dotvářejí příjemnou atmosféru při návštěvě restaurace ráno u snídaně, v poledne během oběda, ale také u večeře či při posezení s přáteli nebo s rodinou o víkendu. A to mi lahodilo. Společně s pozvánkou na koncert věhlasného muzikantského rebela Laco Décziho, legendárního jazzmana, který si 29. dubna podmanil všechny, kteří do zahrady Dvora Čertousy přišli.



Jaroslav Stára s manželkou Janou

Bylo mi jasné, že tahle lokalita nabízí víc než jen oběd, nocleh a vhodné prostředí pro firemní konferenci nebo svatbu či jubileum. Předkládá totiž podstatnější nabídku: výlet tam, kde se můžete odstříhnout od velkého světa, ačkoli v něm zůstáváte. Kouzelné místo s výraznou stopou historie, to je Dvůr Čertousy, rozsáhlý areál na samém okraji Prahy v Horních Počernicích. Ačkoli jen pár kroků od hlavní trasy na východ od metropole, dokáže svým klidem přenést člověka z doby víc než uspěchané do malého ráje laskavosti a pohody.

Je potvrzeno, že jeden z posledních hospodářských velkodvorů na pomezí hlavního města patřil dávno v minulosti k centru vzdělanosti, ke Karlově Univerzitě, k místu, kde silný genius loci přetrvává. První písemná zmínka o Dvoře Čertousy se datuje totiž již k roku 1322, kdy jej vlastnil bohatý pražský měšťan Seiboth z Benešova. Od jeho syna Henslina koupil Dvůr v roce 1357 z pověření císaře Karla IV. pražský arcibiskup Arnošt z Pardubic pro Univerzitu Karlovu a její zaopatření. V roce 1366 byl převeden císařem Karlem IV. pod nově založenou Karlovu kolej, což je uvedeno i v její zakládací listině z roku 1366. V roce 1906 se poprvé dostal Dvůr Čertousy do majetku rodiny Stárů. Začala se psát nová kapitola zdejšího hospodaření, které přerušilo období od roku 1948 až do 90. let. V tu dobu už Stárovi původní majetek restituovali. Následné změny pak probíhaly v duchu nové doby a nových možností, které shrnul Jaroslav Stára takto:

Vy jste se zde narodil, ale poválečné události Československa vašemu rodu příliš nepřály...

Toto místo prokazatelně patřilo pod Univerzitu Karlovu a po staletí hrálo významnou roli v jejím zásobování i zásobování obyvatelstva. Šlo o jeden z největších velkostatků na hranici Prahy. Naši předkové se do tvorby historie Dvora Čertousy zapojili v roce 1906, kdy koupil zemsko-deskový dvůr můj děda Jaroslav Stára z Radonic od Františka Viktora Veselého, který zde hospodařil od roku 1879. A přestože naše rodina o Dvůr přišla v roce 1948, znovu jsme se pustili do obnovy polorozpadlých objektů v roce 1993 po jeho znovunabytí.

Proč jste se sem chtěl vrátit?

Bylo to logické. Rodové místo a mé rodiště, to nemizí jen tak. Měl jsem k tomu všemu vztah a bylo mi nesmírně líto, že naše rodina o vše,



co tady vybudovala, přišla. Takže restituce, to byla určitá satisfakce a výzva, svým způsobem jasné vyústění okolností. A pak, jako každý chlap, jsem chtěl něco tvořit, realizovat se, pokračovat v tom, co naši předkové započali. Víte, když jsem viděl, co se s našim majetkem stalo po roce 1948, když jsme odsud museli pryč, věděl jsem, že bude povinností se o navrácené a zdevastované hodnoty postarat.

Bylo to těžké?

Nikdo z nás nebyl zemědělec, já se živil sportem, který jsem také vystudoval, bratr dělal hotelnictví. Toužil jsem opět něco dokázat, stejně jako ve sportu. Navíc ve mně byl zakořeněný vztah k místu, k rodné hroudě, jak se říká. A jestli to bylo těžké? Ano i ne, ale mně to velmi osvobozovalo, vědomí toho, že jsem dělal a dělám něco užitečného, to je velká síla.

Nelutujete toho?

Určitě ne. Mně to pohltilo, mám doposud v sobě touhu překonávat nástrahy, realizovat některé výzvy a s pokorou jít dál.

Nezalekl jste se práce, když jste zjistil, v jakém stavu majetek přebíráte?

Původně jsme byli dva, můj bratr a já, zpočátku jsme se oháněli krumpáčem a lopatou. Řadu věcí jsme opravili a vybudovali, dál jsem

pokračoval v této práci už sám a činím tak doposud.

Představy jste postupně měnil ve skutečnost. Ale také to něco stálo. Byly nutné úvěry, půjčky?

Ze začátku jsme získali prostředky z restitucí za živý a mrtvý inventář apod. Část budov jsme pronajímali. A tak jsme postupovali krok za krokem. Bylo to sice pomalejší tempo, než by bylo s úvěrem, ale my se cítili volnější a bez závazků.

Dnes je to rozsáhlý areál, kde se kromě pohostinství odehrávají firemní akce, svatby, oslavy výročí. O to se starají vaši zaměstnanci. Pro vás je to ohromná zodpovědnost. Nebojíte se jí někdy?

Snažíme se o sounáležitost, vymýšlet v týmu další možnosti k těmto akcím, držet si nadšeně pro věc, jak dál, jak lépe, co ještě hostům připravit.

Pomohl vám sport k překonávání sebe sama?

Určitě sport učí člověka odolnosti, úctě a férovosti, to je strašně důležité, když se něco nepodaří, jdete přece dál. Různé prohry jsou součástí dění, musí se s nimi počítat. To je vše. Sport vás to perfektně naučí, na bednu se tře-

ba i dostanete, ale určitě ne pokaždé. Já musel porozumět stavařině, různým řemeslům, abych obstál. A to v člověku zanechá stopu. Zase jste o kousek dál.

Jaké jsou vzpomínky na začátek?

Přeci pěkné! Nejprve jsme tu měli veterinární ošetřovnu, stavebniny, pak vznikl hotel s různými pokoji, tedy 29 pokojů a každý je originál z hlediska využití a uspořádání prostoru, restaurace se dvěma terasami, kdy z jedné se díváte na rybník plný velkých ryb a kachen, a také dvou želv, kde si užíváte atraktivní podívanou při jejich krmení, což ocení dospělí i děti. Sál a salónek s velkým parkingem. Od roku 1999 k nám začaly jezdit firmy, s nimiž jsme pořádali rozmanité akce, třeba se tu představovaly nové modely aut. I dnes se orientujeme především na firemní klientelu, a také na svatby a individuální klientelu z okolí a cyklisty. Pro všechny jsme tady celodenně, a to je samá pozitivní energie.

Čertousy tedy už nejsou dávným hospodářským dvorem, ale jak jste naznačil, multifunkčním zázemím spousty akcí, setkání, krásných zážitků. Cyklovýlety, rodinné oslavy, koncerty, grilování...

Náš areál zahrnuje již zmíněnou restauraci, hotel, pět konferenčních prostor, vinný slípek, ale i rozlehlou zahradu. Všude se stále něco



děje. Jezdí k nám hosté z celé republiky a mnozí se vrací. To posiluje naše přesvědčení o tom, že jdeme správnou cestou. Mnohému nás to naučilo, a učit se chceme i nadále. Zpětná vazba zákazníka je pro nás poklad.

Proslýchá se, zejména mezi firemní klientelou, že se u vás výborně vaří...

O to se snažíme, a nejen pro firemní klientelu. Když u nás všem lidem chutná, znamená to, že přijdou zase. Gastronomie spolu s příjemnou obsluhou je základ úspěchu. To jsme měli vždy na paměti. Ostatně personál, to nejsou jen zaměstnanci, ale lidé, kteří s firmou a naším podnikáním žijí, sdílejí naši společnou filozofii. My si jich nesmírně vážíme, spoléháme na jejich šikovnost. Když rádl covid, nikoho jsme nenechali na holičkách, nikoho jsme nepropustili, společně jsme se snažili tu šílenou dobu přestát.

Abyste měla dobrý personál, musíte si ho vychovávat, musí se stát postupně i součástí rodinného týmu, musí sdílet obdobné názory na profesní záležitosti, musí cítit, že nám všem jde o společnou věc. A že to má smysl. Je to nutné na všech pozicích.

Náš šéfkuchař ve spolupráci s ostatními dbá na vyváženou nabídku pokrmů tak, aby si vybral každý. Podáváme vyhlášenou svíčkovou stejně tak jako tatarák, vepřovou panenku s fazolkami, vídeňský telecí řízek a další. Ochutnat u nás můžete proslulé bezlepkové rolády

od mé paní, jako lehounkou tečku po obědě či večeři.

Pečení je její velký koníček?

Cukrařina je její vášeň, ale specializuje se zejména na pečení dezertů, především sladkých rolád. Je to naše specialitka a byli bychom rádi, kdyby si na nich umělo pochutnat ještě více hostů. Aby nás vnímali i jako místo s dobrým cukrářským sortimentem.

Roky přibývají bez ohledu na to, kolik elánu máte. Řešíte nějak generační záležitost?

Občas ano, vše chce svůj čas. Práce je velká síla, co pohání člověka dopředu. A tak by to mělo ještě zůstat.

Tuším, že brzy oznámíte něco nového...

Vedle klasického pojetí svatby připravujeme projekt svatební zahrady. Ten by měl být vstřícnější vůči současné generaci, která do manželství vstupuje. Její požadavky na uspořádání svatebního dne se liší od těch, jaké byly dříve. Dnes se mladí rádi nechávají oddávat venku, v přírodě, více neformálně. K tomu máme výborné podmínky, může se vystrojit veselka na naší velké zahradě, kde se dá hodo- vat pod širým nebem či pod párty stany, lze tady grilovat, a samotný obřad se může usku-

tečnit pod venkovním altánem nebo vedle ve vnitřním prostoru.

Rádi byste ještě intenzivněji spolupracovali s podniky, podnikateli... Co si pod tím představíte?

Potěšilo by nás, kdyby si Dvůr Čertousy zvolily další firmy jako lokalitu, kde se lze v klidu sejít, uspořádat tu školení, seminář, konferenci, vzdělávání na pokračování. Na to jsme velmi dobře vybaveni. Účastníci zde mohou přenocovat, pobavit se, třeba v našem vyhlášeném vinném sklípku, ten je původní se zachovalou pískovcovou klenbou, my ho vyčistili a vzniklo unikátní podzemí. Dokážeme připravit pohoštění v jakémkoli stylu, navíc nás to baví. Nabízíme možnost parkování pro 85 aut zdarma, na rozdíl od centra Prahy. Navíc dojezdová vzdálenost z různých částí republiky je velmi rozumná, a to je značný benefit pro ty, jejichž hosté pocházejí z různých koutů země nebo Evropy.

Pro milovníky cyklistiky jen dodám, že jsme součástí oficiální mezinárodní Labské cyklostezky Hamburg – Krkonoše či místní vytyčené cyklostezky Černý most, Horní Počernice, Zelenec, Zápy, Toušen, Stará Boleslav, Polabí nebo Horní Počernice, Klánovický les. Občerstvení a zázemí pro kola i cyklisty je k dispozici. No a pro víkendové pobyty rodin s dětmi nabízíme i programy plné zábavy a poznávání.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

BAUHAUS usnadňuje orientaci v prodejnách

BAUHAUS přišel s další inovací, která zákazníkům zprjemní a usnadní nakupování. Ti mohou využít nových funkcí webových stránek, které jim pomohou s orientací v odborném centru, rychlým nalezením zboží a také k získání podrobných informací o zboží. „Chceme, aby se u nás zákazníci cítili pohodlně a aby byl jejich nákup co nejplynulejší. Proto investujeme do řešení, která jim ušetří čas a zprjemní celý nákupní proces,” řekl k neustálému vylepšování zákaznické zkušenosti Petr Kočí, jednatel společnosti BAUHAUS.

Nakupování v hobby marketu může být pro některé zákazníky náročné – široký sortiment a rozlehlá prodejní plocha znamenají, že najít konkrétní produkt nemusí být vždy snadné. BAUHAUS proto vyvinul nový webový prvek, který zákazníkům pomůže efektivně se orientovat v prodejně a najít přesně to, co hledají. Fun- guje pro přibližně 95 % sortimentu BAUHAUS a databáze je pravidelně aktualizována. Zákaz- níci si funkci mohou vyzkoušet na e-shopu a využívat ji ve všech odborných centrech BAUHAUS v ČR. První ohlasy ukazují, že zá- jemci novou možnost už aktivně využívají.

„Na webových stránkách si zákazník jednoduše vyhledá produkt a ihned uvidí, kde přesně se v prodejně nachází. Mapka ho k němu spolehli- vě navede. Je to skvělá pomůcka pro každého, kdo už ví, co chce, a nechce ztrácet čas hledá- ním,” vysvětlil Petr Kočí. „Dlouhodobě si za- kládáme na odborném poradenství a osobním přístupu. V prodejnách je vždy k dispozici od- borný personál, který je připraven pomoci s vý- běrem produktů, poradit s technickými specifi- kacemi nebo doporučit vhodné řešení pro konkrétní projekt. Tato nová funkce je tak do- plňkovým nástrojem, který usnadňuje orientaci a poskytuje rychlé informace, ale zákazníci se i nadále mohou spolehnout na individuální asistenci odborníků přímo na místě,” vysvětlil. Druhou novinkou, kterou BAUHAUS zavedl, je možnost zjistit pomocí mobilní verze webo- vých stránek detailní informace o vybraném zboží prostřednictvím čárových kódů umístě- ných přímo na produktech. To ocení zejména ti, kteří si vybírají technické či specifické zboží. „U některých produktů není na první pohled jasné, k čemu přesně slouží nebo jaké mají technické parametry. Díky čárovému kódu si zákazník může okamžitě načíst podrobné in- formace a ověřit si, zda je to opravdu to, co po- třebuje,” sdělil Petr Kočí, a dodal, že čárové kó- dy umožňují přístup k podrobným



specifikacím, návodům na použití nebo dopo- ručeným kombinacím s jinými produkty. Tato inovace tak výrazně usnadňuje nákup zejména u sortimentu, kde hraje roli přesná velikost, materiál nebo kompatibilita s jinými výrobky. BAUHAUS dlouhodobě investuje do technolo- gií, které zákazníkům zjednodušují nakupování a poskytují lepší přehled o nabízeném sorti- mentu. Nové funkce jsou dalším krokem k to- mu, aby bylo nakupování v hobby marketu co nejintuitivnější.

„Do budoucna chystáme další novinky. Mezi mnohými například platbu dobírkou, kterou budeme spouštět během krátké doby. Snažíme se naslouchat požadavkům našich zákazníků ohledně platebních metod, doručovacích způ- sobů, ale i dalších služeb, které zjednoduší ná- kup v našich odborných centrech i na e-sho- pu,” naznačil Petr Kočí. (tz)

INZERCE



Firma Kv.Řezáč, s.r.o.
největší český výrobce uzlových sítí

Sítě pro všechny a na všechno

Bezpečné, pevné a certifikované síťe od Kv.Řezáč slouží nejen sportovcům, zahradníkům, rybářům a dětem při zábavě, ale i v průmyslu.

■ Sportovní síť

Pro všechny druhy sportu, profesionální i rekreační síť.

■ Ochránné síť

Pro různé účely použití. Síť podle individuálních rozměrů, tvarované síťe. Široký výběr materiálů.

■ Průmyslové síťe a bezpečnostní provazové žebříky

Sítě na kontejnery, síťe na vagóny, bezpečnostní síťe proti pádu osob a předmětů.

■ Síťe, švihadla, šplhací síťe a lana

Pro dětská hřiště a sportoviště.

■ Dekorační síťe, houpací síťe

■ Chovatelské síťe

Sítě na voliéry, síťe na krmení koní, rybářské síťe.



e-mail: info@kvrezac.cz ■ **tel./fax:** +420 549 410 084, 549 410 350 ■ **mobil:** +420 777 581 409

Kv.Řezáč, s.r.o. ■ U Svratky 780, 666 01 Tišnov

www.kvrezac.cz ■ www.kvrezac.sk

Humor je nezničitelný

Smích bývá nejlepším lékem na cokoli. Na smutky, špatné zážitky, na potlačení nemocí, na odlehčení složitých chvil ve vyjednávání, v boji proti lidské hlouposti, nabubřelosti či egu. Smích osvobozuje a člověku ulevuje. Pomáhá zvládat obtížné životní situace, překlenout se přes chvíle, kdy by se nejraději ani neviděl, jak se říká. Smích je medicína, které není nikdy dost. Na tom, abychom se smáli a usmívali, má lví podíl i um českých karikaturistů. S chutí a odvahou dokážou píchnout do vosího hnízda, vyjádřit pocity většiny z nás. Udělat si srandu z přehnaně vážných věcí, situací, okamžiků, odlehčit tam, kde to jinak snad ani nejde... Česká unie karikaturistů tomu napomáhá. Jejím nepsaným zákonem je bavit a upozorňovat, glosovat současnost, ať už jde o politiku, ekonomiku, či prosté lidské chování. Letos slaví 35. výročí. Jak je to s humorem a uměním ho předávat tisícům ostatních, naznačil její předseda Radovan Rakus:



Radovan Rakus

Proč vznikla Česká unie karikaturistů? A byl jste u toho?

Česká unie karikaturistů vznikla před 35 lety, v roce 1990, jako sdružení kreslířů, kteří chtěli vytvořit platformu pro výměnu zkušeností, podporu kresleného humoru a organizaci výstav. Ve výhledu byla i možnost vydávání vlastního časopisu. Za jejím vznikem stáli pánové Ivan Hanousek a Josef „Kobra“ Kučera. Do zakládajícího výboru patřili také takové osobnosti jako Vladimír Jiránek, Miroslav Barták či Honza Vyčítal. ČUK byla oficiálně založena na ustanovující Valné hromadě v Malostranské Besedě v Praze, kde se tehdy sešlo na 150 zá-

jemců o členství. Atmosféra byla plná euforie z nově nabyté svobody, která je pro kreslený humor a satiru klíčová. Já jsem tam samozřejmě mě nechyběl – tenkrát jako neznámý začínající „čmáral“. Sešla se tam tehdejší kreslířská špička a ani ve snu by mě nenapadlo, že se jednou stanu předsedou tohoto spolku.

Češi jsou vtipálkové, humor mají rádi. Ale zdá se mi, že dnes není tolik v kurzu, že se málo smějeme a usmíváme, méně vtipkujeme a jsme až příliš vážní. Nebo je to jinak?

Humor tu stále je, jen se možná trochu proměnil. Dříve byl kreslený humor běžnou sou-

částí novin a časopisů, dnes se více přesunul na internet. Ale že bychom se méně smáli? To si nemyslím! Humor je nezničitelný. Pravda, někdy nás může „přejít“ – ale většinou jen na chvíli.

Co může vaše unie udělat pro to, aby bylo veseleji?

Pokračujeme v organizaci výstav, soutěží a různých akcí, které přináší humor mezi lidi. Hlavně podporujeme kreslíře, aby měli prostor publikovat své vtipy. Zda tím přispějeme k větší radosti, nevím, ale jedno je jisté – nesmí být smutno!

Na vašich webových stránkách je záložka nazvaná Nabídka. Lze z ní vyčíst, že nabízíte firmám, organizacím, pořadatelům nejrozličnějších akcí řadu aktivit, dokonce dodání kreslených vtipů na jakékoli zadané téma. Třeba do letáků, brožur, katalogů, vitrín apod. Je o to zájem? A vědí to třeba právě české podniky, státní a veřejná správa?

Ano, zájem je, ale mohl by být větší! Firmy se občas obávají humoru, protože se bojí kontroverze. Přitom dobře zvolený vtip může být skvělým marketingovým nástrojem. U státních institucí je to ještě těžší – důstojnost úřadu je pro ně svatá a smysl pro humor se příliš nepěstuje. Naštěstí máme dobré zkušenosti s některými místními samosprávami, které občas dávají prostor akcím na téma humoru. Ukazuje se, že mají blíže k lidem a jejich potřebám – a já tvrdím, že humor k těmto potřebám patří.

Naznačil jste to a já mám týž dojem, totiž že se mnohé firmy kresleného humoru bojí, že nemají ambice provokovat, udělat si srandičku samy ze sebe, i když se to přímo nabízí. Jak to změnit?

Chce to odvalu! Humor přitahuje pozornost a dělá značku zapamatovatelnou. Firmy by měly víc experimentovat. No... řekněme, že si nás někdy pletou s krizovým managementem. Jakmile se odváží být vtipné, zjistí, že lidé je konečně vnímají. Ale ne všechny na to mají kuráž – některé raději zůstávají tak se-

Pokračujeme v organizaci výstav, soutěží a různých akcí, které přináší humor mezi lidi. Hlavně podporujeme kreslíře, aby měli prostor publikovat své vtipy. Zda tím přispějeme k větší radosti, nevím, ale jedno je jisté – nesmí být smutno!



riózní, že jejich reklamy fungují jako uspávací prostředek.

Marketing však dnes více než kdy jindy využívá slovních hříček, proč ne kreslený humor, když čeští karikaturisté dokážou doslova zázraky?

Přesně! Čeští karikaturisté dokážou vytvořit vtip na jakékoli téma – jen jim stačí dát prostor. Slova jsou levná, ale obrázky vyžadují talent! Kreslený humor je jako dobrá reklama: zapamatujete si ho, rozesměje vás, a když je dobře vytvořený, máte chuť ho sdílet. Samozřejmě vše záleží na zadavateli.

Uměla bych si představit kreslenými vtipy prošípanou výroční zprávu, brožuru k výročí, produktové listy, webové stránky. Kdysi i naše redakce zvažovala, že by na jeden velmi používaný formulář vložila kreslený vtip, ale právníci, účetní, auditoři na to měli smíšený názor, spíše to nedoporučovali, nevěděli si tehdy s tím nápadem rady. Nikdo netušil, zda je dovoleno mít na úředním dokumentu kreslený humor, byť to výslovně žádný předpis nezakazoval... Jaký názor na to má unie?

To je skvělý nápad! Humor může odlehčit i seriózní obsah. Právníci a auditoři by se mohli trochu uvolnit. Představte si výroční zprávu prošípanou vtipy – konečně by ji někdo četl

dobrovolně! Jen musíme najít právníka, který se s námi raději vyfotí, než aby nás žaloval.

Oč nyní usilujete? S jakými aktivitami počítáte do konce roku 2025?

Letošní rok slavíme 35 let ČUK, takže se soustředíme na připomenutí tohoto výročí.

Vrcholem oslav bude profilová výstava členů v Hradci Králové v létě tohoto roku a k ní vydaný katalog – almanach.

Nepřipravujete výstavu třeba na téma AI?

AI je zajímavé téma, ale většina lidí zatím netuší, co všechno s sebou přináší. Už dnes umí



Hele, co kdybychom snědli moji starou ?



AI generovat obrázky, ale skutečně vtipné karikatury zatím ne. Až to zvládne, budeme první, kdo se ji bude snažit přesvědčit, aby nás nekopírovala...

A může se do unie přihlásit i ten, kdo kreslený humor netvoří, ale má ho nadmíru rád?

Ano, ale spíše v rámci čestného členství pro ty, kteří se dlouhodobě zasazují o rozvoj a propagaci kresleného humoru. Unie potřebuje fanoušky – kreslený humor je jako stand-up comedy: čím víc lidí tleská, tím víc nám to jde!

Jako karikaturisté se spíše profilují muži. Přesto je v unii i sedm žen. Liší se nějak jejich tvorba od produkce většinového zastoupení?

Každý kreslíř má svůj styl, ale ženy často přinášejí jemnější humor a jiné pohledy na věc. Poetika je jim vlastní, vyhýbají se drsnějším tématům a málokdy kreslí černý humor. Ženský humor je často sofistikovanější – žádné gagy o pivu a fotbale, ale vtipy, které vás přimějí přemýšlet.

Myslím, že doba nabízí nespočet příležitostí k humornému a nadčasovému ztvárnění nejrůznějších nešvarů a hloupostí, které nás pronásledují den co den... Mají výtvarníci stále chuť popichovat, tnout do živého, jak se říká?

Rozhodně! Chtít po karikaturistovi, aby nepokoušel autority, je jako chtít po rybě, aby přestala plavat. Nemůžeme si pomoci – a ani nechceme! Toto nutkání provází člověka již od chvíle, kdy poprvé zjistil, že může kreslit a malovat na stěny jeskyně. Už tehdy se snažil nejen zachytit svět kolem sebe, ale i komentovat dění humornou či ironickou formou.



Stačí se podívat na některé pravěké kresby – vždyť kdo ví, jestli to nebyly první karikatury lovců, jejich nešikovných pokusů o ulovení mamuta nebo rané pokusy o satiru na tehdejší společenské hierarchie. Od pradávna tak člověk využívá humor k vyjádření názoru a komentování světa kolem sebe. Také je důležité mít svobodný prostor pro tvorbu. Svoboda je pro kreslený humor klíčová – bez ní by satira nemohla existovat. Naštěstí máme už 35 let prostor pro tvorbu bez zásadních omezení. Takže dnes platí, že největší překážkou bývá autocenzura.

Karikaturista si často klade otázku, zda nepřekračuje hranice, a občas se raději zdrží ostrého humoru, aby nevyvolal kontroverzi. Přesto humor nesmí ustoupit ze strachu – je to způsob komunikace, kritiky i odreagování. Pokud bychom se báli ho použít, možná bychom dnes neměli ani jeskynní malby – a svět by byl bez něj daleko chudší.

za odpovědi poděkovala Eva Bixi

Na pašerácké stezce přes alpský kaňon **soutěsky Klobenstein**

Tato úchvatná horská soutěska, opředená legendami, spojuje Tyrolsko s bavorským podhůřím Chiemgau. Dřívější dějiště nesčetných pašeráckých příběhů se proměnilo v jednu z nejkrásnějších alpských dobrodružných turistických tras pro celou rodinu.

Tematická stezka byla otevřena v létě 2021 a zdůrazňuje roli Kaiserwinklu jako jednoho z předních evropských turistických regionů. Klobensteinská soutěska se odnepaměti považuje za tajemně ukrytou bránu do Alp a cesta kaňonem za pašeráckou stezku, kolem níž vzniklo nespočet fantastických příběhů. V rámci společného rakousko-bavorského projektu Interreg mezi Turistickým svazem Kaiserwinkl, obcí Kössen a bavorskou horolezeckou obcí Schleching, byla tato přeshraniční soutěska s celkovým rozpočtem 1,5 miliónu eur zpřístupněna pro pěší turistiku a zážitky, a to velmi šetrným způsobem k životnímu prostředí. Je to jedinečný svět, pro který je charakteristická žurčící tyrkysově zbarvená voda, bizarní skalní stěny, divoce romantické lesy a zářivě lesklé šterkové břehy. Do tohoto přírodního



skvostu se můžete ponořit prostřednictvím velkolepých skalních lávek, panoramatických kazatelů a dvou visutých mostů, které otvírají nečekané perspektivy, plné divadelní alpské krásy. Přístupová místa s odpočívadly u řeky usnadňují turistům zážitek z Tiroler Ache. Mystický cíl stezky, poutní místo Klo-

benstein s rozeklanou skálou a poutním kostelem, vyzařuje tajemnou sílu. Na osmikilometrové interaktivní tematické turistické stezce, vedoucí z Kössenu přes Klobenstein do Ettenhausenu, můžete na speciálních stanovištích s mobilní aplikací zažít pašerácká dobrodružství a poznávat přírodu a horský svět. (tz)

Pro váš nový zážitek tradiční slavnosti v Kaiserwinklu



Máte chuť si vyjet kousek za hranice a poznat něco nového, čím byste rádi doplnili škálu zážitků v tomto roce? Pak můžete zamířit do známé turistické oblasti v Kaiserwinklu. Během roku se zde pořádá mnoho akcí. Nejvýznamnější události kolem svátku Nanebevstoupení Páně a svatodušních svátků mají dlouhou tradici. Návštěva se vyplatí všem, kteří mají rádi regionální produkty, živou hudbu a typické tyrolské speciality.

28. ročník Kasfestu v Kössenu připraven na 31. května 2025

Sýrové slavnosti v Kössenu jsou již mnoho let zasvěceným tipem mezi kulinářskými vesnickými slavnostmi v Tyrolsku. Nabízené pochoutky se vyrábějí ručně, stejně tak ryzí je i místní hudební doprovod. Mezi návštěvníky a stánky s jídlem se potuluje několik hudebních skupin, které vystupují zcela „bez aparatury“. Na programu bude ochutnávka a prodej sýrových pochoutek i zdejší pálenky, můžete navštívit řadu farmářských stánků, okusit skvělá vína, seznámit se se starým sýrařským řemeslem.

26. ročník Kaiserwinkl Egascht Fest'l bude 8. června 2025

Prvnímu senoseči se dříve říkalo Egascht Mahd. Na základě této staré tradice se ve Walchsee vždy na Zelený čtvrtek slaví Egascht-fest. Kolem festivalového stanu najdete řadu vystavovatelů, kteří často představují dávno zapomenutá řemesla. Kromě kováře, soustružníka dřeva, vyšíváče zlata, proutěného košíkáře a mnoha dalších jsou v „Schmankerlstraße“ k ochutnání nejrůznější pochoutky. Akce se konají za každého počasí a vstup je zdarma. (tz)

Bližší informace: Turistický svaz Kaiserwinkl, Postweg 6, A-6345 Kössen, tel.: 0501 100, e-mail: info@kaiserwinkl.com, www.kaiserwinkl.com

Pivovar nemůžete brát jen jako investici



Lukáš Tomsa

Jak se člověk stane sládkem? A co tato práce obnáší?

Mám k tomu dvě věci. Určitě je to vysněné povolání spousty mužů i žen, ale hodně se liší podle velikosti pivovaru – ve velkém jde spíš o manažerskou pozici, zatímco v menších pivovarech není tak pokročilá automatizace, která práci zjednodušuje. Ani jedno není horší nebo lepší, jen každý pivovar funguje trochu jinak. Lidé často mají o práci sládků mylnou představu, ale dnes je jednodušší si o ní vše zjistit, a třeba se i sládkem stát. Záleží, jak k tomu přistoupíte. Pivo se nedá dělat kvůli penězům a není možné brát pivovar jako investici. Hodně je naopak teď vidět, že home brewing se může posunout na vyšší úroveň a jeho provozatelé se stále častěji dostávají z domácí výroby k profesionálnímu pivovarnictví. Dále je možné využít školy nebo pomoc různých konzultantů. Rád cituji Martina Matušku, který i po padesátce řekl, že se každý den něco učí, tak rozmanité pivovarnictví je. A co tvrdím já? Cest k pivu je vícero a není tak těžké ho uvařit, ale docela náročné je ho vařit dlouho a dobře. Člověk tomu musí být otevřený a bez neustálého vzdělávání a zkoušení novinek se neobejde.

Věnujete se sládkovskému řemeslu od začátku kariéry?

S Adamem Matuškou (synem Martina Matušky) se znám někdy od svých deseti let. Společně jsme pak na Strahově už asi od 14 let pomáhali jeho otci stáčet lahve, což se tehdy dělalo ručně. A od té doby mě pivo baví. Pak jsem sice studoval úplně jiný obor, ale u Matušků jsem se vyučil pivovarnickému řemeslu,

V pivovarnictví není důležité jen vzdělání, ale i vztah k řemeslu, který si každý vybuduje jinak. Někdo začne pivo vařit doma, někdo se už od raného mládí učí od zkušenějších, což byl i případ Lukáše Tomsy, který začal stáčením lahví u uznávaného českého sládků Martina Matušky. A dnes je sám vrchním sládkem karlínského pivovaru Dva kohouti. A jeho recept na dobré pivo a na úspěch v pohostinství?

což je pro mě velká pocta. Mám spíš praktický pohled, ale samozřejmě musím znát i teorii. V malém pivovaru se to dobře naučíte, protože musíte obsáhnout všechno, vědět, co jak funguje. Práce je zajímavější a různorodější, sami si děláme i uklízečky a opraváře, člověk se zkrátka nenudí. Je to živý proces, a dokud to pivo není hotové, je potřeba se o něj starat a něco s ním dělat.

Proměnil se váš obor za poslední roky?

V minulých desetiletích se toho změnilo hodně. Asi za posledních 20 let nám technologie usnadňují práci nejvíce. Nejde o skokové změny, ale spíš o postupný přínos – jmenovat můžu třeba cylindrokónické tanky, které jsou však už zavedené od minulého století. Díky nim probíhá kvašení i zrání v jednom tanku, takže odpadá přemísťování mezi nimi. Je to velký technologický posun. Většina pivovarů už na tento systém přešla. Z nových technologií je to například vzdálená správa přes telefon, i u složitějších strojů, kdy se na něj může připojit výrobce, zkrátka takové zlepšováky nás posouvají stále dál. Přestože jde spíš o drobnosti a nárazové věci. Vařit se dá i na technologii, která je až stovky let stará. Proces sám o sobě se téměř nemění. Novinkou je ale třeba to, že jakmile se pivo uvaří, tak se zchlazuje a přidává se do něj chmel, protože pak tam nechává výraznější aroma. Tento trend se objevil asi před deseti lety a dnes se s ním setkáte u určitých moderních stylů – jmenovitě se používá u piv ve stylu New England IPA a obecně u Hazy/Juicy piv, která jsou hodně chmelená na aroma. Nejde ale o to, že se změní celé pivovarnictví. A populární je třeba styl Neipa (Hazy ipa), který se vyznačuje neusazeným základem a citrusovým chutovým profilem. Je to spíš o trendech a tento se drží poměrně dlouho, i když teď je možná trochu na ústupu, kdežto klasické ipy se drží desítky let. V každém případě se hodně malých pivovarů snaží zkoušet novinky. Já to mám tak, že mi pivo hlavně musí chutnat a musím ho dělat s láskou. Nechci tedy vařit všechno, když to pak nedělám s láskou a nemám k tomu vztah – sám nemusím třeba právě neipu, navíc ji u nás můžeme nabídnout z jiných pivovarů.

Kudy vedla vaše cesta do karlínského pivovaru Dva Kohouti?

Po vyučení u Matušky jsem se dostal ze sklepa na varnu. Následně jsem odjel do Kanady a po návratu do Čech jsem pracoval v technologické firmě, v Denwelu. Dělal jsem tedy poprvé obchod, i když v pivovarnickém řemeslu. Zaměřuji se hlavně na karbonizaci, pasterizaci a další technologie před stáčením. Mají spoustu technologií, které vyvinuli i sami. Technologicky to bylo velmi zajímavé, bavilo mě tam pracovat. Jsou odborníci a mají obrovské know-how. Chyběl mi ale ten provoz a řemeslo, nechtěl jsem jen sedět v kanceláři nebo v zasedačce a asi po roce jsem dostal nabídku do Dvou kohoutů, na kterou jsem kývnul. A rozhodně nelituji, že jsem tu, navíc od samého začátku, opravdu od stavby. Já si to tady vlastně částečně postavil sám. Je to pak velká výhoda, když nastane nějaký problém, dokážete si lépe poradit. A tím, že jsem to tu nestavěl jen technologicky, ale i reálně, tak si pak můžu dělat sám údržbu...

Plno máte nejen přes léto. V čem spočívá úspěch vašeho konceptu?

Roli hraje spousta faktorů. Prvním důvodem je určitě spojení extrémně silných značek – Matušky a Ambiente. Ambi dobře ví, jak dělat



gastronomii, a Adam je na podobné špičce v pivovarnictví. Zároveň jsme ve skvělé lokalitě. Karlín se hodně proměnil, dnes je právem vyhledávaný, a my tu navíc máme jeden z nejlepších vnitrobloků. Sami majitelé budovy to tady hezky zrekonstruovali.

V zimě jsou všichni uvnitř, ale v létě je zahrádka plná k prasknutí. Zároveň se pořád pokoušíme celý koncept posouvat. Kolegyně a generální manažerka Ivana Kubíčková má na starosti lidi, já pivovar a oba se to snažíme dělat co nejlépe. Nechceme zůstat na místě, ale reagujeme na trendy, požadavky lidí atd. Je to myšleno ve všech různých sférách. Nedávno jsme tedy přidali i samoodbavovací kiosky, jako je ve fastfoodech. A potvrzuje se, že hodně pomáhá komfortu hostů, kteří to tu znají a vracejí se k nám.

Druhá strana je o nabídce piv – my nejsme vytvořené craftové místo, nechodí k nám jen pivní „geeci“. Kromě fanoušků piva vítáme i lidi z kanceláří, turisty, expaty atd. A máme podle mého péknou platformu na to, abychom lidem ukázali, co je pivo. Snažíme se ho dělat pitelné i pro hosty, kteří pivo tolik neznají. Třeba náš první kyselák byl v tomto zajímavý, je růžový a má zajímavou chuť, protože v určité fázi se tam přidají laktobacily, které to okyselí, a pak během kvašení se tam dává ovoce (u nás nejčastěji maliny), které mu přidají chuť a barvu. Dřív byla piva kyselá, nakyslá, protože lidé neměli možnost kontrolovat kvašení. To dnešní je čisté, protože máme teploměry, mikroskopy atd. Takové je moderní pojetí piva v posledních 200–300 letech, oproti tomu kyseláče spíš odkazují k historii. Máte čtyři suroviny a každá má tisíce variant – pivo může být hořké, sladké, kyselé i slané. Je to velmi rozmanitá škála, která je zajímavá také pro párování s jídlem. To se teď snaží prosadit mnoho restaurací, včetně michelinských. Kyselák hodně děláme s backbone, s pivním tělem, takže chuť piva tam je. Oblíbí si ho ale často i lidé, kteří klasické pivo moc nepijí. Když jsme s ním začínali, nebylo dostupné čisté nedoslazované pyré. Většinu našich kyseláčů tedy děláme z ovoce, čerstvého nebo mraženého, které někdy pustí ještě víc chuti. A pracujeme s českým ovocem – malinami,

švestkami, někdy i ostružinami, ale žádné mango nebo passion fruit u nás nenajdete. Alfou a omegou je pro nás pitelnost, protože jen někteří časem proniknou do výraznějších kyseláčů.

Chystáte nějaké novinky na letošní hlavní sezónu?

Ano, pořád něco zkoušíme. S kolegou Adamem Utíkalem, brand manažerem Lokálu, jsme teď udělali třeba nové „marketingové“ pivo – lehké svrchně kvašené pale ale. Vycházíme z marketingové zkratky 4P (product, price, place, promotion), kterou jsme si přejmenovali na První Pivo Po Práci. Trochu jsme se tentokrát orientovali do britských piv, která máme rádi. Využili jsme britský slad a australský a novozélandský chmel. Každý rok také hledáme nové sezónní ovoce na kyseláče. Nyní například vaříme jedno pivo s Lokálem Korunní k jeho narozeninám a teď během jara chystám i kooperace s Američany, sládky Brienne Allan a Mikem Favou ze Sacred Profane a sládkem Ericem Larkinem z Cohesion Brewing Company. A jako vždy plánujeme i novinky na akce a eventy. Loni jsme třeba udělali pivo na hokejové mistrovství, na Den otců vaříme už pravidelně a určitě zase bude něco nového.

Podle čeho vybíráte ostatní značky craftového piva?

Asi z 50 % prodáváme naše piva a zbytek je od hostujících pivovarů. Naší vlajkovou lodí je Místní ležák. Je pitelné, ale chceme, aby zároveň mělo charakter plzeňského (českého) ležáku. Rezidentním hostem je Matuška, který tu má pravidelně minimálně čtyři piva. Hodně záleží na kapacitě, kterou máme poměrně malou a v létě nám úplně nestačí. Teoreticky bychom mohli mít 13 piv, protože disponujeme čtyřmi tanky a devíti kohouty, průměrně ale nabízíme dvě až tři naše piva a šest až devět od hostů. Snažíme se mít od každého stylu piva něco, aby byla nabídka pestrá a člověk mohl ochutnávat. Pro příklad – černé pivo se tolik nepije, takže se ho týdně spotřebuje zhruba stejně jako Kalifornie od Matušky za den.

Přesto ho ale na čepu máme, abychom ukázali tu rozmanitost.

Jde nám hodně o to, aby se piva doplňovala, a sami musíme značku znát a mít ji rádi. U dlouhodobě spolupracujících pivovarů samozřejmě rádi zkoušíme novinky, ale chceme vařit i čepovat piva, která nám chutnají. Pochopitelně ne každému sedí všechno, ale výběr určitě není náhodný, volíme pečlivě. Pokud něco od partnerů vyzkoušíme a chutná nám, tak pak rádi testujeme další.

Nedávno jste představoval pivo z českých surovin Američanům. Při jaké příležitosti to bylo? A jak jim chutnalo?

S projektem Beer The Czech Way jsme prezentovali česká piva ve Spojených státech. Je málo míst, kde se dělají od surovin až po sklenici, jako je to u nás. Zkratka spojuje celou pivní cestu a loni jsme ji letěli představit do Las Vegas na největší pivní konferenci v Americe. Nechtěli jsme to dělat polovičatě, takže jsme pivo uvařili přímo na místě – na americké technologii a ze surovin, které jsou tam dostupné. Právě ve spolupráci s pivovary Sacred Profane a Cohesion Brewing Company. Vše musí dávat smysl. Uvařili jsme tři piva, která jsme pak čepovali. A oni sem teď zase přiletěli, a společně uvaříme nějaké pivo u nás.

Nabízíte i zážitky v podobě vaření piva a degustace. Jak probíhají? A jsou vhodné také pro firmy?

Ano, už je i oficiálně nabízíme. Jmenuje se to Den se sládkem a přihlášení je možné přes web darkovapoukazka.ambi.cz. Lidé za námi tedy přicházejí, aby si vyzkoušeli pivovarnické řemeslo v praxi. Není to taková idylka, jak si mnozí představují. Jinak prohlídky jsou na ad hoc osobní domluvě, ale z mého pohledu není problém je zařídit. A s otevřeností se snažíme pracovat i během provozu. Koncept je hodně o tom, aby bylo všechno vidět a každý člověk byl toho součástí. Nic neskrýváme a neschováváme.

ptala se Dana Halušková





Na deset procent Čechů trvale používá vodu ze studní

V České republice je necelých 10 % obyvatel trvale zásobováno vodou z domovních nebo veřejných studní. Mnoho lidí také používá vodu ze studní na chatách a chalupách o víkendech a dovolených. Po zimním období je třeba věnovat pozornost její kvalitě. Změny teplot, jarní tání a srážky mohou ovlivnit složení vody a její zdravotní nezávadnost.

Voda může vypadat i chutnat výborně, a přesto být závadná – člověk svými smysly přítomnost mikroorganismů a většiny chemických látek prostě nepozná. Netěsnící septiky a žumpy, nesprávné skladování hnoje nebo volný pohyb zvířat v okolí studny může velmi pravděpodobně vést ke kontaminaci



vody škodlivými bakteriemi a viry, které mohou být příčinou mnoha vážných infekčních chorob, úplavici počínaje a virovou žloutenkou typu A konče.

Kontrola vody je klíčová pro zdraví

Voda ve studních je vystavena přírodním vlivům a kontaminacím škodlivými látkami. Tající sníh a led mohou obsahovat nečistoty nahromaděné během zimy, jako jsou prach, písek a chemikálie. Silniční posypové materiály jako písek či štěrk obsahují často soli, například chlorid sodný nebo chlorid vápenatý. „Na jaře dochází také k odtoku z polí, kde se začínají používat zemědělské chemikálie. Vlivem tání sněhu se mohou do vody dostat bakterie z půdy, kompostu, septiků či exkrementů zvířat. Odtoky z polí a pastvin mohou zvýšit obsah dusičnanů ve vodě. Je tedy důležité kontrolu vody nepodceňovat, a alespoň jednou ročně, ideálně na jaře, provést laboratorní rozbor,“ řekl Jaroslav Žák ze společnosti BWT a dodal: „Pokud se ve vodě objeví jakékoliv nebezpečné látky, je nutné přijmout opatření doporučená odborníky. Často to je kombinace mechanického čištění, dezinfekce a instalace vhodného filtračního systému.“

Domácí test má smysl

Mnoho lidí se spoléhá na kvalitu vody z veřejných vodovodních řadů. Přestože vodárny podléhají přísným hygienickým normám, kvalita vody může být ovlivněna stářím vodovodního potrubí nebo usazeninami v domovních rozvodech. Jednoduchý domácí test vody ukáže, zda je v pořádku zejména množství chloru, které může ovlivňovat chuť a vůni vody, tvrdost vody, přítomnost železa a manga-



Jaroslav Žák

nu a pH vody, které je ideální v rozmezí hodnot mezi 6,5–8,5.

„Ať už voda pochází ze studny, nebo vodovodu, úprava kvalitním filtračním systémem může nejen eliminovat nežádoucí látky, ale také zlepšit chuť a přinést zdravotní benefity. Voda bude zbavena nežádoucích látek, jako jsou těžké kovy, bakterie, viry nebo mikroplasty. Filtrace také komplexně vylepší senzorycké vlastnosti vody – odstraní zákal, zápach a přidá příjemnou chuť. Nejmodernější technologie nejenže vodu vyčistí a dodají jí lepší chuť, ale navíc ji obohatí o blahodárný hořčík, čímž zajistí zdravotně prospěšný mineralizační účinek,“ uvedl Jaroslav Žák.

(tz)

Portu Gallery je unikátní platformou pro investory

Investiční platforma Portu Gallery publikovala druhé vydání ročenky Element, která mapuje trh se sběratelskými předměty a nejzajímavějšími úpisy na Portu Gallery napříč kategoriemi od umění přes veterány až po luxusní hodinky, drahé kameny nebo investiční alkohol. V roce 2024 nabídla online galerie investorům 42 úpisů za více než 72 milionů korun, z realizovaných prodejů se zhodnotil nejlépe sud whisky Bowmore, a to se ziskem 38,22 %, nebo sportovní BMW M3 E30 s 22,27 % ziskem.



Loňský rok byl pro Portu Gallery výjimečný v mnoha ohledech – platforma oslavila páté výročí existence a byla spuštěna inzertní plocha, kde se uskutečnilo více než 2000 pokynů v hodnotě necelých devíti milionů korun. Mimoto Portu Gallery navázala strategická partnerství s významnými institucemi, jako je Prague Philharmonia a Prestige Philately Club Prague.

„Alternativní investice jako sběratelské a umělecké předměty mají v portfoliu investora opodstatněné místo. Osobně si jich cením především proto, že si k nim člověk buduje jakési citové pouto. Za alternativními investicemi stojí příběh, který je dělá zajímavější,“ řekl Martin Jaroš, ředitel Portu Gallery. Podle něj nejsou sběratelské předměty vázány na eko-

nomické výkyvy jako akcie nebo dluhopisy. Stávají se tak stabilní a konzervativní částí portfolia, která kromě potenciálu zhodnocení přináší i potěšení z vlastnictví něčeho hmatatelného a krásného.

Loňský rok Portu Gallery nabídla 42 úpisů za více než 72 milionů korun. Ty nejatraktivnější vyvolaly mimořádný zájem a upsaly se během několika hodin, respektive dní. „Radost nám loni přineslo hned několik prodejů s lákavým dvouciferným zhodnocením. Například sud whisky Bowmore 1997 se prodal se ziskem 38,22 %, zhodnotilo se také sportovní BMW M3 E30 s 22,27 %,“ doplnil Martin Jaroš. Následovalo i několik částečných prodejů, jako whisky Glenrothes 2013, safírů, rubínů a raritních známek a chybotisků. Na inzertní ploše,

kteřá byla spuštěna v loňském roce, se uskutečnilo více než 2000 pokynů v hodnotě necelých devíti milionů korun.

Od vzniku platformy v roce 2019 nabídla Portu Gallery přes 180 unikátních předmětů v hodnotě přesahující 330 milionů korun (nespadá sem úpis Muchovy sbírky za 270 milionů). V portfoliu se objevil například atraktivní úpis raritních autorských sitotisků popartového umělce Andyho Warhola nebo výjimečný přírodní zambijský smaragd o hmotnosti 4,84 karátu. „S odbornou komisí se rozhlížíme i po dalších segmentech, kterými chceme rozšířit nabídku, stejně jako tomu bylo vloni v případě meteoritů. Může jít o kabelky, sportovní memorabilia, luxusní psací pera nebo vzácné knihy,“ vysvětlil Martin Jaroš.

Nejzajímavějšími úpisy Portu Gallery z loňského roku, které ročenka Element zmiňuje, jsou obraz Sedící žena s kloboukem v krajině od Pierre-Augusta Renoira a whisky z roku 2014 z palírny Macallan. Pomyslné třetí místo patří skláři Vladimíru Kopeckému a jeho obrazu a plastice, čtvrtou pozici obsadil výjimečný Cognac Louis XIII Rare Cask 42.1 a výběr top pětice uzavírá kompletní sestava legendárních prvních známek Československa navržených Alfonsem Muchou. „Všechny tyto předměty jsou skutečnými klenoty pro každého sběratele,“ sdělil Martin Jaroš.

Punc unikátnosti dodává ročenka Element i její tulní strana, kterou zdobí obraz Snake, Boat and Dove od české vizuální umělkyně Radky Bodzewicz, vytvořený speciálně pro tuto publikaci. Obraz je možné rozpožehovat pomocí aplikace Artivive. Díla nadějně mladé autorky jsou také součástí portfolia Portu Gallery.

(tz)

Portu Gallery

je první online investiční galerie, která umožňuje široké veřejnosti investovat do unikátních předmětů s historickou nebo sběratelskou hodnotou již od jedné koruny. Portu Gallery umožňuje podílet se na výnosu i menším investorům tím, že si nekupují celý předmět, ale pouze jeho část. Svou investici tak mohou investoři rozložit mezi různé druhy aktiv, a tím diverzifikovat případný zisk. Jak název napovídá, galerie nabízí různé investiční příležitosti. Od veteránů, sudů s whisky, lahví vína, historických houslí, sběratelských medailí a mincí, poštovních známek až po umění.

Loňský rok v číslech podle Elementu 2024:

- Portu Gallery loni nabídla 42 úpisů za 72 190 000 Kč.
- Nejdražší úpis byl v hodnotě 4 960 000 Kč, šlo o hodinky Czapek Antarctique Emerald Iceberg.
- Nejlevnějším úpisem v hodnotě 830 000 Kč byl Půlakt a Pracovní kniha Františka Drtíkova.
- Nejrychlejším úpisem se stal 47karátový tanzanit za 910 000 Kč, který se upsal za 39 min. 18 s.
- Průměrný počet investorů v jednom úpise byl 336.
- Nejvíce se zhodnotil prodej sudu whisky Bowmore 1997, zisk činil 38,2 %.

Krize přicházejí a odcházejí, ale připravenost rozhoduje o tom, kdo je zvládne

Mnoho lidí hodnotí dobu, v níž nyní žijeme, jako velmi složitou, a to zejména pod vlivem globální ekonomické i politické situace, pod zorným úhlem informací, které se šíří rychleji než kdysi. Někteří podnikatelé propadají pesimismu více než kdy jindy, jiným optimismus nechybí ani dnes. Majitelé firem se stali v mnohých rozhodnutích opatrnější, více zvažují, kam investovat, koho zaměstnat a jak naložit s firemním i rodinným majetkem, jak ho ochránit. A právě to je téma, jemuž se velmi erudovaně věnuje společnost Fichtner Wealth Managers v čele s jejím zakladatelem Ing. Vladimírem Fichtnerem. Zeptala jsem se ho:

Platí nějaké zásadní pravidlo pro těžkou etapu vývoje společnosti a ekonomiky?

Zásadní pravidlo zní: spravuj majetek tak, aby přežil i těžké scénáře. V dobrých časech vydělá každý. Ale ve chvíli, kdy přijdou propady, krachy, nastává krize, rozhodují právě ty emoce. Kdo není připraven, často skončí se ztrátou. Proto říkáme – strategie pro správu majetku musí počítat s krizemi. Ty přijdou vždy, jen jejich podoba se mění.

Je dobrým řešením nyní ukládat volné prostředky například do zlata nebo nemovitostí ať už v Česku, nebo v cizině?

Zlato nevidím jako klíčový nástroj. Z minulosti víme, že když se o něm píše v médiích, bývá spíše na vrcholu. Navíc i nejbohatší lidé světa v něm mají nižší jednotky procent svého celkového majetku. Nemovitosti mají v majetku své místo – ale znovu, podle statistik tvoří 15–20 % majetku těch nejbohatších lidí světa, ne 60 %. Tahle doba není výjimečná natolik, abychom opustili to, co funguje po desetiletí. Důležité je nesázet vše na jednu kartu.

Vyplácí se v této době investovat dále do akcií a fondů?

Ano, pokud to nedělám pod vlivem emocí, ale mám jasnou strategii. My s klienty investujeme dlouhodobě, a tudíž investujeme dál – a naši klienti nakupují při poklesech a jsou rádi, že jsou ceny nižší. To neznamena, že neklesnou dál. Ale pokud vím, co dělám, poklesy cen mohou být příležitostí. Bohužel právě nezkušené investory často vyčkáávají – a přicházejí o šanci.

Někteří Češi uvažují o tom, že by majetek prodali a opustili svoji vlast, a našli nový domov třeba v jižní Americe. Hodnotíte to jako rozumné východisko?

Odejít mohu – ale jen pokud jsem připraven. Ten, kdo má všechnen majetek v koruně a nemovitostech, nemá svobodu se rozhodnout.

Kdo není připraven, často skončí se ztrátou. Proto říkáme – strategie pro správu majetku musí počítat s krizemi. Ty přijdou vždy, jen jejich podoba se mění.



Ing. Vladimír Fichtner

Jak byste charakterizoval dobu, v níž nyní žijeme? Kdy jsme ztratili jistoty, o něž jsme se po druhé světové válce opírali, kdy se mluví o novém rozdělení světa, kdy se bojuje o cenná území?

Doba, kterou nyní prožíváme, může působit nestabilně – ale z pohledu historie nejde o nic mimořádného. Osobně si pamatuji na ropnou krizi, válku v Jugoslávii, dotcom bublinu i finanční krizi v letech 2008–2009. Ta byla mimochodem zatím daleko náročnější než to, co vidíme dnes. Lidé nevěděli, zda jejich banka krachne, či ne. Problém je, že naše historická paměť je krátká. To, co zažíváme, už tady mnohokrát bylo – jenom jinak zabalené.

Řada lidí, i velmi bohatých, propadá beznaději a ztrácí chuť s majetkem nakládat jako v dobách, kdy se cítili neohrožení a navýsost spokojení. Existuje rozumný návod k zvládnutí nových výzev?

Lidé v těžkých dobách přemýšlejí, co s majetkem. Není to o tom, že by s ním přestali chtít nakládat – spíš mají obavu a chtějí mít rezervy. Emoce jsou silné a je snadné udělat chybu. Proto se vyplatí držet se strategie, která počítá i s náročnými scénáři. Při dlouhodobé správě majetku nemůžeme počítat s tím, že bude svět vždy stabilní. My s klienty investujeme tak, aby majetek přežil i krize, a je třeba myslet rovněž na to, že každá firma, i ta největší na světě, může zkrachovat.



Regionální i měnová diverzifikace dává našim klientům možnost volby. Této svobody si velmi cení.

Často jde o rodinná rozhodnutí, o rodinný majetek, velké diskuze. Co je v tomto případě důležité, aby se strategie správy a zhodnocování majetku sjednotily a byly smysluplné?

Klíčem je role majitele. Když mám firmu a natatý management, mohu žít jinde, ale dál ji vlastnit a strategicky řídit. Stejně tak majetek –

diverzifikace mi umožňuje přesunout se v podstatě kamkoliv na světě, aniž bych přišel o kontrolu. A je potřeba o těchto věcech mluvit včas a připravit se i na tento scénář. Jinak může být pozdě a my budeme muset jednat pod vlivem okolností. Riskujeme, že budeme utíkat s ranečkem, nikoliv s rancem.

Zkušení říkají: vezmi rozum do hrsti. Jak tuto poučku aplikovat právě dnes?

Znamená to jednat s rozvahou – ne pod tlakem. Nečekat, až bude pozdě. Dnes ještě má-

me čas plánovat. Zatím se ještě nic dramatického neděje. Krize přicházejí a odcházejí, ale připravenost rozhoduje o tom, kdo je zvládne.

Není nejjednodušším řešením nebrat všechny ty světové složitosti v potaz a uvažovat a pracovat tak, jak je to člověku vlastní? Tedy s vizí, optimizmem a podnikatelským entuziasmem? Samozřejmě ale při zvážení rizik, která celý svět obcházejí?

Optimismus je důležitý. Bez něj bychom nevybudovali tak úspěšné firmy. Ale ignorovat rizika nedává smysl. Nemusím sledovat každý den, co zrovna řekl Trump, ale musím přemýšlet i o krizových scénářích. Strategicky, klidně, s rozumem. Majetek budeme spravovat desetky let, po nás to převezmou děti, a šanci, že v tomto horizontu nepříjde nečekaná krize, je téměř nulová.

A může nám pomoci umělá inteligence?

AI je skvělý asistent – ale není to náhrada za odpovědnost. Pokud nevím, co chci, může mi spíš uškodit. Když nedokážu vyhodnotit, zda mi poradila dobře, nebo špatně, mohu se spálit. Pro správu majetku není řešením spoléhat se na nástroj, který nemá žádnou kůži ve hře.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Firmy šlapaly loni ve 2. pololetí lépe, než se čekalo

České firmy zvládly druhé pololetí loňského roku lépe, než se očekávalo. Třetina podniků zaznamenala zlepšení své situace, téměř polovina (44 %) stagnaci a pouze 23 % hlásí zhoršení. Přes turbulentní podmínky se naprostá většina firem vyhnula propouštění – sedm z deseti podniků počet zaměstnanců neměnilo. Vyplývá to z šetření Hospodářské komory ČR Komorový barometr, kterého se na přelomu ledna a února 2025 zúčastnilo 548 firem napříč obory a regiony.

„Na pozadí globální nejistoty a slabé zahraniční poptávky je výsledek českých firem dobrá zpráva. Je vidět, že podnikatelé zareagovali pružně a odpovědně – zvláště malé firmy ukázaly, že umí fungovat i v napjatých podmínkách. Stále ale platí, že výhled do budoucna závisí na stabilním a bezpečném mezinárodním prostředí a vytvoření příznivějších podmínek pro konkurenceschopné podnikání. Klíčem je odstranění přebujelé regulace a byrokracie. To je především politický úkol – doma i v Bruselu,“ uvedl prezident Hospodářské komory Zdeněk Zajíček.

Z dat vyplývá, že se dařilo hlavně malým firmám, z nichž 41 % zaznamenalo zlepšení

a jen 17 % méně příznivý vývoj. Naopak velké firmy se častěji potýkaly s problémy – horší vývoj hlásilo téměř 35 %, zlepšení jen čtvrtina. Tento výsledek je neobvyklý, protože velké podniky jsou, například díky větším finančním rezervám nebo snazšímu přístupu k úvěrovému financování, typicky odolnější vůči špatným ekonomickým podmínkám. Vysvětlením slabšího výsledku velkých firem může být jejich častější orientace na export a působení ve zpracovatelském průmyslu. Zahraniční poptávka přitom zůstává slabá a zpracovatelský průmysl je nejcitelněji zasaženým sektorem.

„Zatímco služby táhne domácí poptávka a nižší úrokové sazby pomáhají i stavebnictví, průmysl je stále pod tlakem. Firmy v tomto segmentu jsou nejvíce vystaveny výkyvům v zahraniční poptávce. Přesto i zde vidíme příklady podniků, které se s nepříznivými podmínkami dokázaly vyrovnat, a navzdory slabší poptávce udržet stabilní počet zaměstnanců,“ dodala Lenka Janáková, ředitelka odboru legislativy, práva a analýz HK ČR.

V oblasti zaměstnanosti se situace stabilizovala. Nejčastější odpovědí bylo „beze změny“ (70 %). Pouze 15 % firem propouštělo, a stejný podíl zaměstnance naopak nabíral. K výraznějším změnám docházelo ve velkých firmách, kde čtvrtina podniků snižovala stav, ale



téměř stejně velká část (22,7 %) hlásila růst. Také v investicích zůstávají firmy ke změnám zdrženlivé. Více než polovina firem (54,2 %) investovala v podobném rozsahu jako dříve. Zvýšení uvedlo 22,1 %, pokles 23,7 %. Aktivnější přístup k investicím zvolily malé a střední firmy.

Růst zakázek zaznamenalo 31,4 % podniků, nejčastěji firmy ve službách (až 37 %). Naopak nejslabší nárůst oznámil zpracovatelský průmysl. V tomto odvětví zvýšení stavu zakázek zaznamenala pouze čtvrtina firem. (tz)

Maria Liquer:

oddenek kosatce, kořen pampelišky a hořce, šťáva z plodu brusinky

Je hořký, ale chutná sladce. Společnost Maria Liquer s.r.o. oznámila uvedení nového originálního bylinného likéru Maria Liquer na český trh. Spojuje v sobě tradici lázeňských likérů a jedinečné přírodní bohatství oblasti Mariánských Lázní. Tento tmavě jantarový nápoj, vytvořený pod vedením zkušeného odborníka a významné postavy českého lihovarnictví Václava Šitnera a jeho dcery Barbory Šitnerové ze směsi dvaceti pečlivě vybraných bylin, které byly pro své blahodárné účinky využívány již po generace, přináší harmonii chutí, vůní a sílu léčivých bylin typických pro region Mariánských Lázní. Maria Liquer se vyznačuje jemnou sladkostí na začátku a příjemným, dlouhým nahořklým závěrem. Likér je aktuálně dostupný již ve většině nejvýznamnějších hotelů v Mariánských Lázních a také v městském infocentru, které navštíví většina turistů města.

Za vznikem nového likéru stojí tři mariánsko-lázeňští podnikatelé a patrioti – Štěpán Katina, společně s kolegou Petrem Vopálenským, zakladatelé a spolujednatelé společnosti Simply Bar Catering, Edward Café v Mariánských Lázních a Bistro Bobovka v Praze, a podnikatel a hoteliér David Folprecht. Distribuci zajišťuje společnost Simply Bar s.r.o.

Likér obsahuje 35 % alkoholu a je méně sladký než srovnatelné produkty na trhu. Díky tomu se výborně hodí nejen jako digestiv po jídle, ale také jako základ pro koktejly. Pro plné vychutnání tvůrci doporučují Maria Liquer podávat lehce nachlazený, ideální teplota je přibližně 12 °C. Skvělý je také v kombinaci s tonikem či jemně zázvorovým pivem, díky čemuž likér získává nový rozměr a zůstává příjemně lehký a osvěžující.

Myšlenka vytvořit likér speciálně pro Mariánské Lázně možná není nová. Pokoušel se o to už někdo kdysi dávno? Nebo jste opravdu první, koho to napadlo?

V Mariánských Lázních se prodával likér do roku 2013 (článek: chebsky.denik.cz/zpravy_region/rodinna-likarka-arnika-konci-20131030.html). V každém případě na něj konkrétně neodkazujeme ani nenavazujeme. Vycházíme z celkové tradice bylinných likérů v lázeňských městech a máme jinou vlastní originální recepturu.

Ta je patrně tajná, budete chránit název a logo ochrannou známkou?

Ano, z receptury momentálně odhalujeme čtyři byliny – oddenek kosatce, kořen pampelišky, kořen hořce a šťáva z plodu brusinky. Ostatní složení bylin zůstane utajeno. O ochranou známku máme zažádáno.

Podle čeho jste vybírali bylinky, které vašemu novému produktu dodávají typickou barvu a chuť?

Část bylin a plodů, například kosatec a plod brusinky, jsme vybrali z důvodu lokálnosti a jejich přítomnosti v Mariánských Lázních a okolí, a další byliny pro jejich chuťový profil. Zároveň jsme do receptury likéru skládali byliny i pro jejich příznivý vliv na lidský organismus. Některé z nich mají blahodárné účinky, které korespondují s tím, co se v Mariánských Lázních léčí. Například oddenek kosatce se využívá v bylinkářství při léčbě



Petr Vopálenký



dýchacích cest a kořen pampelišky na podporu trávení.

Bude se novinka prodávat jen v Mariánské, nebo i jinde?

Likér se bude prioritně prodávat v Mariánských Lázních nebo v restauracích, které mají propojení s Mariánskými Lázněmi. Například v Praze ho můžete ochutnat v restauracích El Camino, The Eatery nebo Čestř, a samozřejmě také u nás v Bistru Bobovka.

Chuť má velmi vytříbenou, možná by slušela i různým zmrzlinovým pohárům. Nebudete zkoušet nějaké variace třeba do kávů? Možná by lázeňským hostům takové osvěžení přišlo vhodné...

Ano, určitě plánujeme zařadit likér i do zmrzlinového poháru. Dá se velmi dobře kombinovat například se slaným karamellem, vanilkou a kávou. Receptura pro pohár už je na cestě!

Máte připravené i tři receptury drinků, jak ty prvním zájemcům zachutnaly?

Receptur míchaných drinků už v tuto chvíli máme připravených více, ale z těch stěžejních lidem nejvíce uchoval lehký drink ideální na léto s bezinkovým sirupem, citrónovou šťávou a tonikem (Maria Tonic), který se dá připravit i poměrně jednoduše doma. Ti, kdo mají rádi silnější drinky, tak si chválili variantu Negroni (v našem podání Negronia), kde je místo ginu Maria Liqueur.

Jaké množství ročně předpokládáte vyrobit?

Tady zvolím neurčitou odpověď. Cíle a kapacitu máme. Jsme na trhu první rok a netroufám si střilet od boku... V každém případě určitě uspokojíme všechny zájemce.

Co když o pochoutku projeví zájem i zahraniční odběratel? Začnete exportovat? Nebo se budete držet filozofie o místní nabídce a jistě exkluzivitě?

Budeme se držet naší filozofie o místní nabídce.

Chystáte představení Maria Liqueur i v rámci České barmanské asociace?

Ano, určitě bychom rádi CBA oslovili a produkt představili.

A jak hodláte nastavit marketing? Počítáte třeba i s blogery či blogerkami? Nebo pěknou tváří celebrity, která do Mariánských Lázní jezdí?

Naše priorita v rámci marketingu je dobrá vizibilita zejména v našem regionu. O spolupráci s někým známým, kdo je ve společnosti uznáván z jakýchkoli důvodů, jsme zatím neuvažovali.

A budou si moci objednat určitý počet lahviček třeba i firmy sídlící v mariolázeňském regionu jako dárky k Vánocům pro své zaměstnance, obchodní partnery, příznivce?

Určitě ano, budeme rádi a vyjdeme firmám vstříc. Plánujeme i možnost věnování nebo branding. Máme několik možností, jak to provést, ať už přímo na lahev, nebo na dárkovou krabičku. Ihned, jak bude finální vzorek s věnováním, tak nasdílíme.

za odpovědi poděkovala Eva Brix





Jak se co dovědět

Najdi si to na netu. Vygúgli si to. Dej to do vyhledávače. Tak zní rady, když člověk pátrá po rychlých, případně objektivních informacích. Jenže strýček Google či jiné platformy často mlží. Něco vám sdělí, ale kterak si ověřit, že je to pravda? A jak tak opisujeme všichni od všech, zjistíme, že i další hledání má své limity. Odkud tedy čerpat, kde a koho se ptát? Například lékaři neradi slyší, že si pacient našel určitá data

v počítači a mobilu, natož když jimi začne v ordinaci argumentovat. Stejně tak právníci s chutí odsoudí vaši snahu být chytrý z posbíraných údajů v online prostředí. Moc vzdělaná zatím není ani pomocnice AI. Kde tedy brát, když svobodně šířit info může každý? **Eva Brix, šéfredaktorka**

čtěte s námi

Fenomén Igráček se představí v Žebráku



Putovní rodinná výstava Fenomén Igráček se od 5. června do 4. srpna stane novým lákadlem muzea v Žebráku. Expozice, která pojednává o historii, výrobě a současnosti populární české hračky, potěší děti i jejich rodiče. Stejně jako na mnoha dalších místech ČR, kde měl Igráček doposud své stanoviště, najdou jeho fanoušci i zde v muzeu Žebrák dvě unikátní neprodejné figurky. Ty vytvořil historik a modelář Miroslav Svoboda. Právě pro tuto výstavu vyrobil speciální postavičku Mistra Jana Husa a krále Václava IV. Další novinkou bude právě vytvořená řada Igráčků archeologů, paleontologů a pirátů. „Protože děti rády objevují, rozhodli jsme se pro ně připravit novou dobrodružnou řadu Igráčků. Společně s figurkami budou moci v jednotlivých sadách odhalit zajímavé egyptské artefakty, kostry dinosaurů nebo pirátský poklad. Tato nová řada má podtext Objevuj s Igráčkem. Děti si díky ní skvěle procvičí jemnou motoriku, a ještě si rozšíří své znalosti. S pedagogem Mgr. Jiřím Dvořákem jsme k jednotlivým „vykopávkám“ přichystali zajímavosti, které si lze u nás na webu přečíst. A právě v Žebráku bude mít objevitelská série svoji výstavní premiéru,“ vysvětlil Miroslav Kotík, majitel firmy EFKO-karton, která Igráčky vyrábí. (tz)

Mistru Jana Husa a krále Václava IV. Další novinkou bude právě vytvořená řada Igráčků archeologů, paleontologů a pirátů. „Protože děti rády objevují, rozhodli jsme se pro ně připravit novou dobrodružnou řadu Igráčků. Společně s figurkami budou moci v jednotlivých sadách odhalit zajímavé egyptské artefakty, kostry dinosaurů nebo pirátský poklad. Tato nová řada má podtext Objevuj s Igráčkem. Děti si díky ní skvěle procvičí jemnou motoriku, a ještě si rozšíří své znalosti. S pedagogem Mgr. Jiřím Dvořákem jsme k jednotlivým „vykopávkám“ přichystali zajímavosti, které si lze u nás na webu přečíst. A právě v Žebráku bude mít objevitelská série svoji výstavní premiéru,“ vysvětlil Miroslav Kotík, majitel firmy EFKO-karton, která Igráčky vyrábí. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 14, květen 2025

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brix-Šimková

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

Šéfredaktor 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 **triangl print**

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Poznáme to pravé od padělku?

Přestože cena zlata láme jeden rekord za druhým, zásoby drahého kovu v českých domácnostech se zvyšují. Zlato je považováno za bezpečnou investici – to ale platí pouze v případě, pokud koupíte to pravé. V posledních letech došlo v ČR k nárůstu výskytu padělaných zlatých slitků. Tento trend souvisí se zvýšenou poptávkou po investičním zlatě, kterou vyvolala rostoucí inflace a ekonomická nejistota. „Důvod pro častější výskyt falsifikátů zlata na trhu je jednoduchý – vzrůstající poptávka na trhu společně se vzrůstajícími objemy prodeje zlata. Jakmile začne být něco v kurzu, vždy se objeví podvodníci, kteří se pokoušejí na trendu nepoctivě vydělat. Podezřelé jsou výhodné cenové nabídky. Žádné akční ceny nebo slevy na drahé kovy neexistují. Pokud někdo nabízí zlato pod cenou, která je na trhu běžná, je to varovný signál, že je něco špatně,“ upozornil Roman Pilíšek, ekonom a spoluzakladatel společnosti Zlaté rezervy, která na českém trhu působí od roku 2010.

Zlato patří mezi deset nejtěžších kovů na planetě. Na své rozměry je tedy opravdu neobvykle těžké, padělky bývají zpravidla o něco lehčí. „Pro padělání z hlediska hmotnosti je nejbližší wolfram. Padělání jinými kovy, které se svou vahou zlata blíží, je ekonomicky nerentabilní, jelikož pořízení kovů, jako je uran, plutonium, neptunium nebo osmium, je průmyslově, ekonomicky či legislativně velmi komplikované, pro obvyklého člověka prakticky nemožné či vysoce rizikové. Běžné kovy, které se pro padělání zlata také používají, jsou výrazně lehčí. Slitek z pravého zlata má podobu velmi tenké destičky. Pozlacený slitek z běžného kovu o stejné hmotnosti bude pravděpodobně delší a bude vyšší než pravý slitek. Vážít je třeba skutečně pečlivě, rozdíl totiž mohou být v desetinách i setinách gramu. Při jakémkoliv nákupu doporučujeme vyžádat si prověření pravosti na specializovaných zařízeních, která má profesionální obchodník k dispozici,“ řekl Roman Pilíšek. Místo, kde zlato koupíte, také výrazně snižuje riziko nákupu padělku. „Existuje několik kroků, jak se vyhnout nákupu falešného zlata. Člověk by měl vždy nakupovat od prodejce, který je na trhu již nějakou dobu. První nákup ideálně realizovat v jeho kamenné prodejně. Ověřit si nezávislé reference. Každý seriózní prodejce vás rád seznámí s procesem nákupu investičního zlata a stříbra a vždy bude ochoten a schopen dané produkty podrobit kontrole měřením na certifikovaných zařízeních, která má zkušený a profesionální prodejce vždy k dispozici. My například ke každému slitku a minci přikládáme Protokol o měření pravosti – každý kus jednotlivě přeměříme. Nikdy nenakupovat na veřejných trznicích, parkovištích, v bazarech nebo na burzách. Při nákupu na e-shopech sledovat, zda má prodejce uveden kontakt, obchodní podmínky, reaguje na komunikaci a má veřejně přístupné dokumenty ohledně podnikání,“ doporučil Roman Pilíšek. Na trhu neexistuje žádný zlatý produkt, který by nebyl v minulosti padělán. Rozhodování mezi nákupem celé zlaté cihly nebo rozdělením investic do menších gramáží tak investora před podvodníky neuchrání. „Profesionální padělatelé se zaměřují jak na slitky o váze 250 gramů, kde lze očekávat vysoký zisk, tak i na výrobu kovových napodobenin v nízkých gramážích. Zaznamenali jsme třeba nesrovnalost v hmotnosti desetigramového slitku, kde rozdíl činil 0,2 gramu. Slitek nebyl poškozen a s touto odchylkou byl již vyroben – byl tak vyhotoven skutečně ze zlata, nicméně neodpovídala deklarovaná hmotnost. Takové nesrovnalosti si však skutečně laik nemá šanci všimnout, jediná jistota je proto nákup u prověřených a seriózních prodejců,“ uzavřel Roman Pilíšek. (tz)



partneři www.freshtime.cz

nupreme
www.nustore.cz
www.nupreme.com

aquapalace
HOTEL ***** PRAGUE
www.aquapalacehotel.cz

uspechvportu.cz

HUDERA A SYN
huderaasyn.cz

Peugeot E-3008: I úsporná jízda může mít charisma

Týden jsme v redakci testovali nový Peugeot E-3008. Motorizace, kterou jsme měli k dispozici, dosahovala výkonu 157 kW (210 koní) a vůz byl vybavený baterií o kapacitě 73 kW. Papírově příjemná kombinace parametrů. Jak si ale tento robustní fešák stál v reálném provozu?

Svalnatá architektura ve stylu coupé dodává tomuto vozu charisma. Bude rezonovat se sebevědomým dynamickým člověkem, pro něhož je reprezentativní vzhled zrovna tak důležitý jako hodnoty udržitelnosti. Francouzská automobilka je v designu na špičce. Propojování protikladů jí vychází. Navíc, jsou-li křivky podtrženy metalickým lakováním v modrém odstínu Obsession, je E-3008 svými proporlemi horkým kandidátem na manažerský vůz. Interiér vyniká po stránce ergonomie i designu. Kombinace několika druhů materiálů opticky prosvětluje a zvětšuje kabinu vozu. Najdete mezi nimi například hrubě tkanou jasně šedou textilií, kůži nebo umě graficky zpracované plochy, které rozptylují a změkčují barevné ambientní osvětlení. Minimalismus, který dbá na detail a není chladný ani nadměrně strohý. Prostoru před řidičem dominuje jediný panel o úhlopříčce 21", který sdružuje přístrojovou desku, infotainment a řadu ovládacích prvků. Má rychlou odezvu, příjemnou grafiku a je výborně čitelný. Přestože je ovládání nejrozumnějších prvků soustředěné právě na displeji,



foto Kateřina Šimková

řadu funkcí dokážete přehledně a rychle zpřístupnit i díky nastavitelným i-Toggles, což jsou programovatelná „virtuální“ tlačítka. Přístup k vyhřívání nebo odvětrávání sedadel, vyhřívání skel nebo rychlému spuštění klimatizace ale najdete i přímo na středové konzoli, kde se nachází také ovládání jízdních režimů, výstražných světel nebo elektronická parkovací brzda. Ovládací prvky tak dokonale obklopují prostor řidiče a chvílemi si v autě připadáte jako v raketoplánu. Volant s osmihranným věncem je kompaktní, ale ani jemu designéři nezapomněli přiřknout mnoho dalších funkcionalit.

Peugeot E-3008 je prostorný. Začneme kuřem, který nabídne standardně 520 l, což je už dost nejen pro pracovní účely, ale také pro víkend s rodinou na chatě. Místo pro řidiče a spolujezdcu je také dobře řešené. Máte pocit, že se tady zkrátka můžete nadechnout. Že vám nic nebrání cítit se zde pohodlně, i když máte ve zvyku bohatě gestikulovat. Pasažéři vzadu se však musí trochu uskromnit. A co jízdní vlastnosti? Podvozky vozů Peugeot obvykle chválíme, 3008 postavená na 20palcových kolech je ale na nerovnostech víc rozvlněná, než jsme očekávali. Nejde o zásadní diskomfort, ale rozdíl mezi režimem eco a sport vás přesvědčí, že tahle šelma umí být ještě o něco zábavnější. Přepnete-li na sportovní jízdu, dostanete to nejlepší z podvozku i stability. Zážitek z řízení, akcelrace, dynamika. Všechno to vás bude těšit na maximum. Jenže za to zaplatíte asi o třetínu nižším dojezdem. A tak je rázem ze skoro 600 km téměř 400. Zato v režimu eco a kombinovaném stylu jízdy budete z hlediska dojezdu cítit o mnoho více klidu v duši. A v městském provozu se ani nenadějete a zjistíte, že od pondělí do pátku byste to v klidu zvládli na jediné dobíjení baterie. Proč si tedy kupovat elektromobil? Je to otázka hodnot a otázka výzev, kde rychlost nehraje prim. Najít totiž rovnováhu mezi úspornou jízdou, pohodlím, klidem a náklady není jednoduché, ale Peugeot E-3008 vám v tomto směru nabízí zajímavou cestu s pořádnou dávkou charisma.

Kateřina Šimková



Značka kvalitních českých výrobků a služeb



Chcete jednoduše a efektivně komunikovat zákazníkovi kvalitu svých produktů, odlišit se od konkurence a posílit marketing? Získejte značku nezávisle ověřené kvality CZECH MADE!

Značka CZECH MADE garantuje Vaším zákazníkům, že kvalita Vašich českých produktů:

- byla prověřena odbornou komisí během důkladného hodnocení kvality
- byla ověřena i v rámci hodnocení spokojenosti zákazníků
- dosahuje nadstandardní úrovně
- je pravidelně kontrolována

Značka CZECH MADE je součástí Národního programu Česká kvalita na podporu prodeje kvalitních výrobků a služeb, který značce garantuje vysokou objektivnost a věrohodnost.

Správcem značky CZECH MADE je Česká společnost pro jakost, která značce poskytuje stabilitu a zkušenosti z oboru. Máte-li zájem o více informací, obraťte se na nás.



**ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST**

**www.czechmade.cz
www.csq.cz**

Telefon: 725 953 414, E-mail: smejkal@csq.cz