

květen 2026

fresh® TIME

PROSPERITA

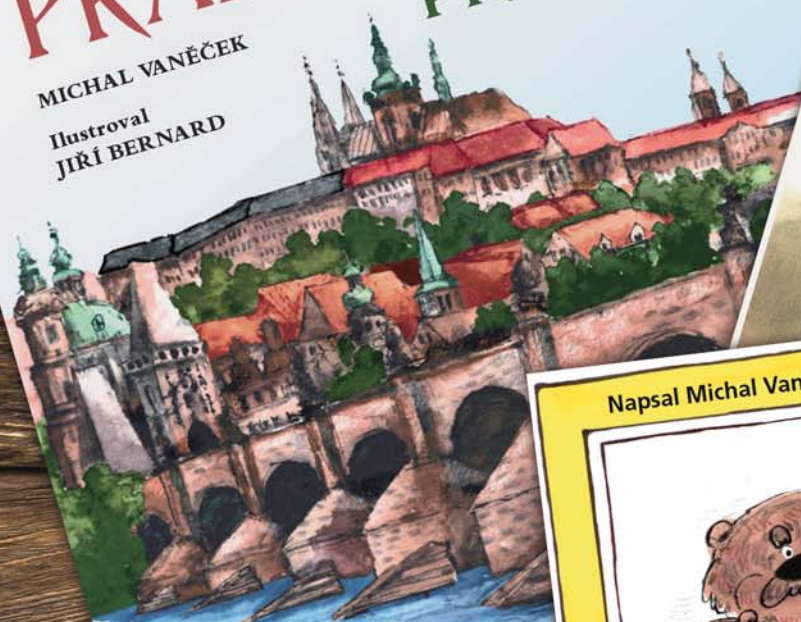
Osobnosti tohoto vydání:

Michal Vaněček
Martin Novák
Karel Dojáček
Karel Huleš
Jan Zajíček
Filip Teplý
Julius Maindl
Filip Pekárek

PRAŽSKÉ PRO DĚTI

MICHAL VANĚČEK

Ilustroval
JIRÍ BERNARD



Pugét

aneb
Jak to bylo s Erbenovou Kyticí?



Napsal Michal Vaněček

Ilustrovala Viktorie Šprachtová



ME DVĚD64?



Michal Vaněček

Bilance v mezičase aneb
když člověk dostane čas navíc

rozhovor na stranách 2-4

Bilance v mezičase aneb když člověk dostane čas navíc

Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, je, moderně řečeno, multifunkční osobnost. Když s vámi mluví, těžko byste věřili, že je původní profesí programátor. Tak jako on totiž programátoři nepřemýšlejí. On kolem sebe nevidí jen obyčejné jedničky a nuly, ale jejich kombinaci v nadčasových souvislostech. Zračí se v tom zkušenost, moudrost i obavy z toho, zda stihne vše, co by rád. Je businessman, zakladatel projektů, spisovatel i snilek. Vždycky šel po stopě tvořivého a tvůrčího konání, rád překonával hranice nemožného a nalézal řešení. Chtěl být užitečný. A tak je tomu vlastně pořád:



Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

Když se člověk ohlédne za svým životem, často vidí jen jednotlivé epizody. Vy jste podnikal, prošel vážnou nemocí, prodal firmu, založil nadaci a dnes píšete knihy. Dá se těch posledních dvacet nebo třicet let charakterizovat jednou větou?

Ano, dělám mnoho věcí, a možná všechny trochu blbě. Možná to bude znít trochu patecticky, ale řekl bych, že to byla cesta od budování věcí venku k budování věcí uvnitř. Člověk nejdřív staví firmu, projekty, systém. Má pocit, že to je to hlavní. A pak přijde chvíle, kdy zjistí, že ty opravdu důležité věci jsou někde úplně jinde – v lidech, v příbězích, v tom, jak naloží

s časem, který má. Jednou větou to ale shrnout? To vážně nejde.

Mnoho lidí vás zná především jako podnikatele. Jak vlastně vznikla firma, kterou jste s takovou chutí budoval?

Dohodli jsme se, že nebudeme jmenovat moji firmu, ani nadaci, ani to, co jsem napsal. Ono je to totiž jedno. Hodnota tohoto rozhovoru by neměla být v těch konkrétnostech. Ale kdo bude chtít, tak si mne vygüglí, ne? Ale začalo to vlastně docela obyčejně. Byla to doba, kdy se rodily první větší informační systémy a digitalizace začínala měnit způsob fungování

institucí. Byla v tom směs nadšení, improvizace, a někdy i docela velkého rizika. Nebyl internet, e-mail, mobily, weby a budovali jsme velkou IT firmu.

Podnikání tehdy znamenalo hlavně hodně práce. Dny, kdy člověk řešil technologii, obchod, lidi i problémy zákazníků zároveň. Ale bylo to zároveň velmi tvůrčí období. Stavěli jsme něco, co předtím neexistovalo.

A co bylo na podnikání nejtěžší?

Asi odpovědnost. Firma není jen projekt. Je to skupina lidí, kteří na vás spoléhají. Každé rozhodnutí má dopad na jejich práci, jejich rodiny, jejich životy. A zároveň je podnikání dlouhodobý běh. Není to sprint. Musíte vydržet období, kdy se věci nedaří, kdy máte pocit, že všechno stojí proti vám. Je to služba společnosti. Aspoň z mého pohledu. Lidé, které zaměstnáváte, věnují třeba většinu života práci pro vás. A já jsem chtěl, aby z firmy odcházeli vždy tak, aby firmu mohli navenek pořád chválit. Nejhorší je odchod zhrzeného zaměstnance. To se vám vždycky dřív nebo později vrátí jako bumerang. Trvá dlouho něco vybudovat od nuly. Ale pokazit se to dá za týden.

Po mnoha letech jste se rozhodl firmu prodat. To není jednoduchý krok. Proč k němu došlo?

Firma je trochu jako dítě. Budujete ji dlouho a s velkým osobním nasazením. Ale přijde chvíle, kdy si člověk uvědomí, že jeho role už možná není stejná jako dřív. Pro mě to bylo spojené s pocitem, že jedna kapitola je u konce. Že firma už má vlastní život a že já bych se měl posunout dál. A kromě toho to nebyla rodinná firma, kterou by člověk předal dětem. Mají svůj život a svoje priority. A dnes si i myslím, že to tak bylo správně. Vidím kolem sebe příklady toho, kdy se to předání zkrátka nepovedlo.

Co člověk cítí ve chvíli, kdy prodává něco, co budoval desítky let?

Je to zvláštní směs pocitů. Na jedné straně úleva, protože odpovědnost, kterou nesete dlouho, najednou zmizí. Na druhé straně určitá prázdnota. Ráno se probudíte a najednou zjistíte, že ten svět, který jste roky řešil každý den, už není váš. Ale právě v té chvíli si uvědomíte, že se otevírá prostor pro něco jiného. I když to není stříh z dne na den, ale nějaké přechodné období. Zůstal jsem ve firmě dál jako ředitel pro strategii. Dokud mne to bude bavit. A dokud to bude bavit nové majitele.

Ve vašem životě ale přišel ještě jeden velmi zásadní moment – vážná nemoc před dvaceti lety. Ovlivnilo vás to hodně?

Velmi. Už dvacet let mám nad sebou Damoklův meč. Nemoc má zvláštní schopnost zjednodušovat věci. Najednou přestanete řešit spousty drobností, které vás předtím zaměstnávaly. Uvědomíte si, že čas není samozřejmost. Že každý rok, který člověk dostane, je vlastně trochu dar.

Změnilo se po této zkušenosti něco zásadního ve vašem pohledu na život?

Ano. Člověk přestane tolik spěchat. Tedy, tak se to obvykle říká. A měl bych to říct. Ale není to tak. Já jsem možná naopak začal spěchat, „abych všechno stihnul“. Když jste mladší, máte pocit, že všechno musí být rychle – projekty, kariéra, výsledky. Nemoc vás ale naučí, že některé věci mají vlastní tempo. A také vás naučí určité pokoře. Uvědomíte si, že ne všechno lze plánovat. Jdete zdravý na běžnou kontrolu a odcházíte jako onkologický pacient.

Založil jste také nadaci. Jak se zrodil tento nápad?

Nadace vznikla vlastně z jednoduché úvahy. Když má člověk možnost něco vytvořit, měl by část energie vrátit zpět společnosti. Nejde jen o peníze. Jde spíš o to vygenerovat prostor pro věci, které mají přesah – podporu projektů, které by jinak možná nevznikly. Něco, co není pro peníze. Ale to mnoho lidí nechápe. Že se dají dělat věci ne pro peníze. Ale jenom proto, aby se staly.

Má nadace nějaký osobní rozměr spojený s vašimi zkušenostmi?

Určitě. Myslím, že většina lidí, kteří zakládají nadace, k tomu mají nějaký osobní důvod. Určitou zkušenost, která je přesvědčila, že některé věci stojí za podporu. Pro mě je to i způsob, jak dát některým věcem delší život, než jaký má samotný člověk. A my jsme nadaci od začátku zaměřili na pomoc onkologickým pacientům, děláme pro ně knížky jejich příběhů. Ale za ty roky se nám to rozrostlo o spoustu dalších diagnóz.

Vedle toho jste začal psát knihy. To je docela neobvyklá cesta pro člověka z businessu.

Možná ano, ale vlastně to není tak vzdálené, jak by se zdálo. Podnikání i psaní mají něco společného – obě činnosti vytvářejí příběhy. V podnikání jsou to příběhy projektů a lidí.

Nemoc má zvláštní schopnost zjednodušovat věci. Najednou přestanete řešit spousty drobností, které vás předtím zaměstnávaly. Uvědomíte si, že čas není samozřejmost. Že každý rok, který člověk dostane, je vlastně trochu dar.



"Ne. Umělá inteligence nevyřeší to, že jste blbec..."

V literatuře jsou to příběhy lidských osudů. Psaní je pro mě způsob, jak se vrátit k tématům, která mě zajímají – historie, paměť, morální rozhodnutí lidí v těžkých dobách.

Ano, všimla jsem si, často pracujete s historickými událostmi a lidskými osudy. Proč právě tento směr?

Protože historie není jen soubor dat. Je to především soubor lidských příběhů. Každá doba vytváří situace, ve kterých se lidé musí rozhodovat – někdy velmi těžce. A právě tyto okamžiky mě zajímají. Příběh je to, co je důležité. A je to stejné jako u podnikání. Když si budete číst o jakékoliv firmě z první republiky, copak budete hledat výsledkovku? Rozvahu? Vždyť to je naprosto nezajímavé a nedůležité, budete hledat příběh. Lidé, kteří ten

příběh utvářeli. Naprostá většina úspěšných firem měla období, kdy téměř zkrachovala a brodila se v problémech. Ale to jsou právě ty příběhy, které jsou důležité. To je zkušenost, která nám dává odvahu se do něčeho pustit, i naději, že i velký průšvih může mít dobrý konec.

Pokud byste dnes potkal mladého podnikatele, který stojí na začátku své cesty, jakou radu byste mu dal?

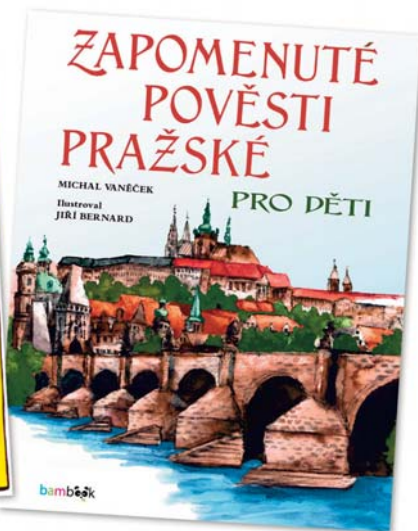
Možná dvě. První: dělejte věci, které dávají smysl, nejen ty, které přinášejí rychlý úspěch.

Já jsem vždy považoval podnikání za něco jako službu společnosti, jak jsem už naznačil. A nedělejte to pro peníze. Peníze jsou všechny stejné. Vytvořte něco jedinečného. Peníze přijdou samy. A druhou: nezapomeňte, že život není jen práce. Věnujte co nejvíc času rodině, dětem. Není žádné „až bude jednou čas“. Ten čas je teď. Právě teď. Radím dobře, že? Ale možná právě proto, že cítím, že tohle jsem trochu zanedbal.

Musím se nutně zeptat na jednu věc – umělá inteligence a její role v IT firmě. Pomáhá, nebo škodí?

Když mluvíme o umělé inteligenci, často používáme slova jako efektivita, automatizace nebo produktivita. Všechno to zní logicky. Nahradit rutinní práci, zrychlit vývoj, snížit náklady. V IT světě se to dnes projevuje velmi konkrétně – otázkou, zda vůbec ještě potřebujeme juniorní programátory. Na první pohled to dává smysl. AI dokáže generovat kód, opravovat chyby, navrhovat architekturu. Proč tedy zaměstnávat někoho, kdo se teprve učí? Jenže tady se dostáváme k paradoxu, který je starý jako lidstvo samo. Bez učňů nevzniknou mistrři. Každý seniorní vývojář byl jednou junior. Dělal chyby, psal špatný kód, učil se. Prošel procesem, který nebyl efektivní, ale byl nezbytný. Pokud tento proces odstraníme, možná si krátkodobě pomůžeme. Zrychlíme vývoj, snížíme náklady. Ale dlouhodobě si podřezáváme větve, na které sedíme.

Za deset let můžeme zjistit, že máme sice výkonné nástroje, ale chybějí lidé, kteří by jim opravdu rozuměli. Lidé, kteří dokážou jít za hranici toho, co AI nabízí. Lidé, kteří umí nést



odpovědnost. Kteří jsou kreativní. Technologie totiž nevytváří zkušenost. Tu vytváří čas, chyba a opakování.

A možná je tu ještě hlubší otázka. Proč vlastně chceme lidi nahrazovat? Je to skutečně jen snaha o efektivitu? Nebo je za tím i určitá neochota pracovat s lidskou nedokonalostí? Člověk je pomalý, dělá chyby, má emoce, někdy nesouhlasí. AI je předvídatelnější. Poslušnější. Ale právě v té lidské „nedokonalosti“ vzniká tvořivost, odpovědnost a schopnost vidět věci v souvislostech. Pokud budeme nahrazovat lidi všude tam, kde jsou zatím slabší než stroje, může se stát, že nakonec ztratíme to, co nás dělá silnými. Chybami vytvářet dokonalost.

Podobně zjednodušující je i způsob, jakým dnes často řídíme firmy...

KPI – klíčové ukazatele výkonnosti – mají být nástrojem řízení. Dávají strukturu, umožňují měřit výkon, nastavují očekávání. V určité míře jsou nepochybně užitečné. Ale mají i svou stinnou stránku. Jakmile člověk začne být hodnocen primárně podle KPI, začne optimalizovat své chování právě na tyto ukazatele. Ne na celek. Ne na smysl práce. Ne na společný cíl. Oddělení začínou plnit své metriky, ale přestanou spolupracovat. Lidé začínou chránit své výsledky místo toho, aby sdíleli informace. Firma se začne rozpadat na jednotlivé „ostrovy výkonu“. V extrému vzniká prostředí, kde všichni plní své KPI – a celek přesto nefunguje. Nastávají situace, kdy všichni udělali svou práci dobře, ale společný výsledek není. Alternativou není chaos bez metrik. Alternativou je sdílený smysl. Organizace, které fungují dlouhodobě dobře, často nestojí na desítkách ukazatelů, ale na jednom společném cíli, kterému lidé rozumějí. Když lidé vědí, proč svou práci dělají, dokážou se sladit i bez detailních metrik. KPI pak mohou být pomocným nástrojem, ne cílem samotným. Možná obě tyto úvahy – o AI i o řízení lidí – spojuje jedno společné téma. Snaha zjednodušit složitý svět. Nahradit učení automatizací. Nahradit důvěru měřením. Nahradit proces výsledkem. Krátkodobě to funguje. Dlouhodobě ale riskujeme, že ztratíme to podstatné – schop-

nost růst, spolupracovat a rozumět jednotlivostem v jejich celku. A právě to jsou věci, které zatím žádná technologie obsáhnout neumí.

Nechtěl jste prozrazovat, konkretizovat. Ale třeba přece jen něco poodhalíte... Co tedy plánujete ještě napsat?

Mám v plánu, bude to znít komicky – čtvrtý díl trilogie Velká kniha správného Čecha. (Tak přece jen jsem na sebe něco prozradil). A pak povídkový román, nebo jak to nazvat, mělo by se to jmenovat Dívka z koruny. Zdánlivě nesourodé osudy několika lidí mezi lety 1945–1989, propojené jedním sdíleným osudem. Ale nechci vyzrazovat víc, než zatím smím. Tematicky to trochu navazuje na román Mlýn, který jsem napsal asi před šesti lety.

A pak mám rozmyšlených a rozpracovaných ještě několik témat, a jen doufám, že to všechno stihnou.

Podíváte-li se zpět na svůj život, kde je ta největší hodnota?

Asi to, že jsem dostal čas navíc. Ale největší hodnota je rodina – manželka a děti. Těm

jsem se měl věnovat víc. Dát jim víc času na úkor firmy. A že jsem ho mohl využít nejen k práci, ale i k věcem, které mají fakt hlubší smysl – k psaní, k podpoře projektů, k přemýšlení o přiběžících lidí.

Možná právě proto bych dnešní období svého života nazval tak, jak se jmenuje i tento rozhovor: balance v mezičase.

A když nahlédnete dopředu? Co byste si ještě přál?

Přál bych si vlastně docela obyčejné věci. Být zdravý. To člověk v určité fázi života začne vnímat jinak než dřív. Zdraví není samozřejmost, ale podmínka všeho ostatního. Bez něj ztrácí smysl i úspěch, i plány, i sny. Chtěl bych se dožít vysokého zdravého věku, tedy ne jen „početem let“. Spíš tak, abych byl soběstačný, aby člověk nemusel být závislý na ostatních, aby si zachoval důstojnost. Myslíím, že to je možná důležitější než samotná délka života.

A pak jsou tu věci, které se nedají naplánovat, ale člověk v ně doufá. Třeba vnoučata. A nejen to, že se jich společně s manželkou ve zdraví dožijeme, ale že budeme mít ještě dost energie být s nimi. Povidat si s nimi, něco jim předat, možná i něco z toho, co jsem sám prožil. Ne jako poučení, spíš jako sdílení. A vidět, jak čtou moje pohádky.

A možná ještě jedna věc, která souvisí s tím, co jsem dělal celý život. Přál bych si, aby ještě aspoň jednou někdo přišel s nějakým projektem a řekl: „Potřebuju pomoci, protože ten projekt nejde udělat.“ Takové věty mám rád. Protože většinou znamenají, že to smysl má. Že to není jednoduché, že to není jen rutinní práce, ale něco, co stojí za to zkusit. Protože něco, co se dá udělat, to může udělat každý, ne? A pokud bych ještě měl energii a možnost u něčeho takového být, pomoci, posunout to o kousek dál, tak bych měl pocit, že ten čas, který jsem dostal navíc, byl k něčemu dobrý.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■



"Ano. Je to automat na umělou inteligenci. Nevěřil byste, kolik peněz tam lidé nasypou..."

Zlato jako na houpačce

Cena zlata se aktuálně pohybuje přibližně kolem 100 000 Kč za trojskou unci, tedy zhruba 4600 amerických dolarů. V posledních týdnech však trh zaznamenal výraznou korekci, kdy klesla přibližně o 20–25 % ze svých historických maxim. Jak se bude cena drahého kovu vyvíjet dál?

Dramatický pád ceny přišel po mimořádně silném růstu. „Pokles ceny, který zlato zaznamenalo během letošního března, přišel po více než tři a půl letech trvajícím růstu, během něhož zlato prakticky nepodstoupilo výraznější korekční fázi. Jen v roce 2025 zlato vytvořilo více než 50 nových historických rekordů a jeho cena meziročně vzrostla o desítky procent,“ řekl Roman Pilíšek, ekonom a spolumakladatel společnosti Zlaté rezervy. Na aktuální vývoj má vliv změna chování klíčových hráčů na trhu. „V souvislosti s geopolitickým napětím v oblasti Perského zálivu došlo k omezení toku dolarových rezerv ze zemí vyvážejících ropu a zemní plyn. Tyto státy přitom v posledních letech patřily mezi význam-

né kupce zlata. Výrazným faktorem současného poklesu je tak oslabení nákupní aktivity některých států a zároveň tlak na získání rychle dostupné likvidity,“ vysvětlil Roman Pilíšek. Zásadní roli ve vývoji ceny hraje struktura poptávky. „Celosvětová poptávka po zlatě v roce 2025 dosáhla historického maxima a přesáhla hranici 5000 tun, což znamená meziroční růst přibližně o 1 %. Hlavním motorem trhu byla investiční poptávka, která vzrostla o 84 % na 2175 tun. Oproti tomu centrální banky nakoupily přibližně 863 tun zlata, tedy zhruba o pětinu méně než v předchozím roce. Celková hodnota trhu přitom vzrostla na přibližně 555 miliard dolarů, což představuje meziroční nárůst o 45 %. Podíl centrálních bank na globální poptávce se navíc dlouhodobě zvyšuje a dnes přesahuje 20 %, zatímco ještě před deseti lety byl zhruba poloviční,“ popsal Roman Pilíšek. Výhled do nejbližšího období naznačuje spíše pokračující výrazné cenové výkyvy než jed-



foto Pixabay

noznaný trend. „Na jedné straně lze očekávat tlak na prodej ze strany subjektů, které čelí nedostatku likvidity nebo potřebují doplnit hotovostní rezervy. Na straně druhé se však na trhu objevuje rostoucí skupina investorů a domácností, kteří zlato dosud nevlastní nebo vyčkávali na příznivější cenové úrovně. Podle dostupných průzkumů například v Evropě drží fyzické zlato méně než 10 % domácností, což naznačuje značný prostor pro růst poptávky v případě další nejistoty na finančních trzích,“ uvedl Roman Pilíšek. (tz)

INZERCE

JE DŮLEŽITÉ BÝT
NABLÍZKU DĚTEM,
KDYŽ NÁS NEJVÍC
POTŘEBUJÍ



S FLEXI NYNÍ NABÍZÍME **500 000 Kč navíc** při diagnóze cukrovky I. typu.

Mimořádná akce platí od 1. 4. 2026 do 30. 6. 2026.
koop.cz/akce


flexi
životní pojištění


Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

Pro život, jaký je

Firmy bez dědiců: proč tisíce českých podniků čeká zbytečný konec

Budovali je desítky let, teď je vlastníma rukama posílají do likvidace, často nechtěně. Česká ekonomika čelí tiché tragédii. Přestože v roce 2025 vzniklo historicky nejvyšší množství firem, rekordní počty jich zároveň zanikají. Důvodem nejsou jen krachy, ale prázdné židle v ředitelských kancelářích. Generace „devadesátkových“ podnikatelů odchází do důchodu, a protože včas nevyřešila nástupnictví, jejich životní úspěch končí zbytečným zánikem.

kdy půlku obratu zajistí oni a druhou půlku tým kolem nich,“ dodal.

Prodej jako nejtěžší rozhodnutí v životě podnikatele

Prodej firmy zůstává v Česku výrazně podceňovaným tématem. Přitom jde často o jedno z nejtěžších rozhodnutí v podnikatelském životě. „Nejde o jednoduché téma. České podnikání totiž stojí před největší generační výměnou od 90. let. Zhruba 18 000 rodinných firem dnes řeší otázku nástupnictví. Přitom více než 70 % z nich nepřežije přechod na druhou generaci,“ upozornil Jiří Jemelka. Zejména u menších firem, které stojí na osobních vztazích a důvěře, má rozhodnutí o prodeji mnohem hlubší rozměr než pouhou finanční transakci.

Nechtější milióny, ale klid

Překvapivě hlavním motivem prodeje nebývají finance, ale únava. „Buď je to čas, nebo přetížení. Lidé už nechtějí pokračovat, nebo chtějí dát větší prioritu rodině,“ naznačil Jaroslav Pokorný. Typický scénář nastínil i Jiří Jemelka: „Ten člověk buduje svou firmu 20–30 let a pak už přichází únava a přemýšlení, že by se chtěl věnovat rodině nebo odpočívat či cestovat,“ shrnul.

Největší iluze je ego

Jednou z největších brzd růstu českých firem není nedostatek příležitostí ani kapitálu, ale mindset samotných zakladatelů. Mnozí z nich zůstávají přesvědčeni, že firmu dokážou řídit nejlépe sami. Tento přístup sice funguje v počátečních fázích, kdy je podnik úzce navázaný na svého zakladatele, v určitém momentu se ale mění v limit.

Výsledkem bývá postupná stagnace. Firmy se roky drží na stejné úrovni, nedokážou škálovat a jejich další růst naráží právě na kapacitní i mentální limity svého zakladatele. Místo strategického posunu přichází vyčerpání a postupná ztráta dynamiky.

„Pokud navíc chybí plán nástupnictví, scénář bývá často ještě tvrdší. Firmy, které nezvládnou včas předat řízení nebo vlastnictví, ztrácejí kontinuitu a v krajním případě se mohou postupně rozpadnout,“ dodal Jiří Jemelka. Přitom praxe ukazuje, že dobře zvládnuté předání nemusí znamenat otřes, naopak může zajistit stabilitu i další růst bez dramatických personálních ztrát.

Integrace bez otřesů

Jednou z největších obav při prodeji je, co se stane s lidmi a klienty. Zkušenosti z praxe ale ukazují, že pokud je firma zdravá a změna probíhá citlivě, nemusí k zásadním odchodům



foto Pixabay

Data za rok 2025 odhalují hlubokou proměnu českého trhu. Podle analýzy společnosti CRIF se byznys dělí na dravé nováčky a unavené matadory:

- 34 860 – počet nově vzniklých obchodních společností (nejvíce za 20 let),
- 17 810 – počet zaniklých firem (historické maximum),
- 17 050 – čistý přírůstek firem (nárůst o 23 % oproti roku 2024).

Dynamika ale nepolevuje. Zatímco novou krev pohání optimizmus, zavedené firmy drtí fakt, že jejich zakladatelé často nemají žádný plán B. Podle zkušeností z praxe je problém často hluboko zakořeněný v samotném fungování firem. „Zakladatelé koncentrují rozhodování do svých rukou a dlouhodobě zůstávají hlavním nositelem kvality i vztahů s klienty,“ popsal běžnou praxi českých firem Jiří Jemelka, zakladatel JPF Czech, který se ve vedení firem pohybuje více než 20 let. Podobnou situaci dnes řeší řada podniků, a hodně zajímavým specifikem jsou napří-

klad účetní kanceláře. Účetnictví bývá vnímáno jako konzervativní obor postavený na důvěře a dlouhodobých vztazích. A právě na tom vybuodovala svůj růstový model skupina Účto.Team. Místo organického nabírání klientů skupuje menší účetní firmy a začleňuje je do jedné struktury, kde postupně nahrazuje roli původního majitele vlastním managementem.

„V době růstu jsou zakladatelé přirozenými lídry a nositeli kvality, a proto jim nedává smysl firmu opouštět,“ vysvětlil Jaroslav Pokorný, spolumajitel společnosti Účto.Team. Podle Jiřího Jemelky je však právě tato silná osobní vazba zároveň největší slabinou. Klíčový problém nastává ve chvíli, kdy firma přeroste úroveň řemesla, ale majitel zůstane ve stejné roli. „Aby člověk dostal firmu na obrat kolem deseti miliónů, musí být opravdu dobrý v tom, co dělá. A pak je strašně těžké přepnout,“ sdělil Jaroslav Pokorný. Mnoho podnikatelů totiž nedokáže opustit svou odbornost a přejít do role manažera. „Raději zůstávají v takové poloviční one-man show,

docházet. Klíčové je zachovat kontinuitu týmu a vztahů a nahrazovat primárně roli majitele, nikoliv celé fungování firmy.

„Z našich devíti akvizic za poslední dva roky neodešel ani jeden zaměstnanec. U klientů je odchod do 10 %,“ popsal Jaroslav Pokorný.

Digitální tlak: druhá vlna, která rozhodne

Do už tak složité situace přichází další faktor v podobě technologické transformace. A právě ta začíná stále více rozdělovat firmy na dvě skupiny: ty, které se adaptují, a ty, které zůstávají pozadu. Podle European Investment Bank je realita jiná. Na jedné straně patří Česko mezi aktivnější trhy, například až 48 % firem už systematicky využívá generativní umělou inte-

ligenci, což je nad průměrem EU. Zároveň ale platí, že v případě malých firem je situace výrazně slabší. Podle dat Hospodářské komory ČR ji dosud neimplementovalo téměř 70 % firem vůbec. To vytváří nebezpečný paradox. Technologie jsou dostupnější než kdy dřív, ale jejich reálné využití zůstává omezené, zejména menšími podniky, které přitom tvoří páteř ekonomiky. Navíc se AI často nasazuje jen pro dílčí operativní úkoly, například pro automatizaci nebo překlady z cizích jazyků, nikoliv pro strategickou transformaci businessu.

„Firmy, které tento trend podcení, tak nečelí jen pomalejšímu růstu. Převážně riskují, že během několika let ztratí konkurenceschopnost úplně,“ přidal názor Jiří Jemelka. (tz)

JPF Czech s.r.o.

je česká společnost s více než 15letou historií, která se specializuje na interim management, restrukturalizaci firem a jejich strategický rozvoj. Ročně řídí v exekutivních pozicích více než 150 firem s celkovým obratem přes 21 miliard korun. Pod jejím vedením pracuje téměř 10 000 zaměstnanců a meziroční růst si drží na úrovni 33 % už pátým rokem po sobě. JPF Czech úspěšně restrukturalizovala a stabilizovala více než 650 malých a středních podniků v Česku, na Slovensku a v Polsku, přičemž u realizovaných projektů dosahuje více než 80% úspěšnosti.

Hotely Růže a Oldinn získaly evropskou ekoznačku

Jan Hotels dokončila proces certifikace svých krumlovských hotelů. Od 1. dubna jsou Hotel Růže a Oldinn držiteli evropské ekoznačky EU Ecolabel a národní značky Ekologicky šetrná služba (EŠS). V České republice aktuálně nese tuto certifikaci v kategorii ubytovacích služeb pouze šest subjektů a dva z nich patří právě do portfolia Jan Hotels.

EU Ecolabel je oficiálním dobrovolným označením Evropské unie, které odkazuje na nejvyšší kvalitu z hlediska dopadů na životní prostředí. Označuje špičková turistická ubytování, která vykazují vynikající výsledky v oblasti jeho ochrany. Získání těchto prestižních značek přímo navazuje na dlouhodobý interní program skupiny Jan Hotels s názvem Green Care, jehož cílem je systematické snižování dopadů provozu na životní prostředí při zachování nejvyššího komfortu pro hosty. „Certifikační proces pro nás nebyl snahou o získání ocenění, ale

spíše o audit a potvrzení nastavených procesů v rámci naší dlouhodobé strategie Green Care. Pro naše hosty i firemní partnery, kteří v rámci svých ESG strategií sledují dopady ubytovacích služeb, představuje EU Ecolabel srozumitelný a nezávisle ověřený standard,“ uvedla Gabriela Zmeková, Director of Business Development skupiny Jan Hotels. Získání certifikací EU Ecolabel a EŠS není pro Oldinn a hotel Růže ale pouze etickým rozhodnutím, ale strategickou investicí s jasnými očekáváními:

■ **Konkurenční výhoda v B2B sektoru:** Firemní klientela a nadnárodní korporace stále častěji vyžadují pro své akce a ubytování zaměstnanců partnery s prokazatelným udržitelným přístupem. Certifikace zjednodušuje schvalovací procesy v rámci výběrových řízení.

■ **Oslovení uvědomělé klientely:** Roste segment tzv. green-minded cestovatelů, zejména ze západní Evropy a USA, kteří aktivně vyhledávají certifikované hotely. Booking.com dokonce tuto certifikaci nabízí ve filtraci.

■ **Provozní efektivita a úspory:** Implementovaná opatření v oblasti energetiky a vodohospodářství vedou k dlouhodobému snižování variabilních nákladů.

■ **Prevence greenwashingu:** Oficiální razítko Evropské unie poskytuje značce Jan Hotels nezpochybnitelnou důvěryhodnost a chrání ji před nařčením z prázdných marketingových proklamací o ekologii.

Pro získání Ecolabel certifikace bylo nutné v obou hotelech doložit splnění desítek opatření, které hotely aktivně podnikají k omezení svého vlivu na životní prostředí a která zasahují do všech úrovní hotelového managementu:

■ **Energetika:** 50 % elektrické energie je nakupováno z obnovitelných zdrojů. Ve všech prostorách proběhla instalace úsporného LED osvětlení a automatických systémů pro vypínání přístrojů v neobsazených pokojích.

■ **Hospodářství s vodou:** Všechny vodovodní baterie a sprchy byly osazeny průtokovými šetriči. Hotely zavedly program pro snižování objemu praného prádla a intenzivní školení personálu v oblasti úsporného úklidu.

■ **Management odpadů:** Provoz snižuje množství odpadu, důsledně třídí a k recyklaci předává maximum materiálů, včetně specifických komodit, jako jsou tonery, elektroodpad či gastro oleje. V celém provozu byla eliminována jednorázová plastová balení.

■ **Nákup:** Hotely při nákupu využívají převážně služby a produkty lokálních dodavatelů. Přednostně jsou využívány výrobky ve vratných obalech a veškerá hotelová kosmetika i čisticí prostředky splňují ekologické certifikace.

■ **Vnitřní prostředí:** Teploty ve společných prostorách jsou optimalizovány na 22 °C.

Jan Hotels touto certifikací doplňují své „zeleňé portfolio“. Jejich hotel Pulse8 již úspěšně obhájil mezinárodní certifikaci Green Key. Pro Jan Hotels je získání těchto certifikací dalším milníkem na cestě k udržitelnosti, která citlivě propojuje prvotřídní hotelové služby s respektem k životnímu prostředí. Skupina se tak řadí k aktivním zastáncům šetrného cestovního ruchu v České republice. (tz)



Interiér hotelu Růže



Průčelí hotelu Oldinn

Ideální chvíle je teď



Martin Novák

Podle celorepublikového průzkumu společnosti Broker Consulting a výzkumné agentury Behavio mají české rodiny v tomto směru spíše umírněná očekávání. Největší skupina rodičů uvedla, že dítěti do života stačí částka do 200 000 Kč. Průzkumu se zúčastnilo 2000 respondentů, z toho 1074 rodičů ve věku 25–65 let. Podle výsledků průzkumu považuje právě částku do 200 000 Kč za dostatečný finanční start největší skupina rodičů. Překvapivě ji jako postačující uvedlo i 28 % rodičů s vyššími příjmy. Pětina rodičů je přesvědčena, že dítěti do života není nutné dávat žádné peníze. Tento názor přitom častěji sdělují starší rodiče. Zatímco mezi rodiči ve věku 25–39 let to řekl 13 % respondentů, mezi rodiči ve věku 50–65 let už více než čtvrtina. Největší překážkou, která rodičům brání více řešit finanční budoucnost svých dětí, je podle průzkumu nedostatek peněz. Uvedlo to 45 % respondentů. Další rodiče zmínili také obtížné plánování budoucnosti, uvedlo to 27 % respondentů. Průzkum zároveň ukázal, že rodiče nevnímají vklad do života dítěte pouze jako peníze. Velký důraz kladou také na to, aby se děti naučily s financemi zacházet a byly v dospělosti samostatné. Vedení k finanční gramotnosti považuje za důležité nebo naprosto klíčové přibližně 94 % rodičů. Podobně silně rodiče zdůrazňují také podporu vzdělání a rozvoje talentu. „Je velmi pozitivní vidět, že rodiče přikládají tak velký význam finanční gramotnosti a schopnosti dětí rozumět penězům. Zároveň si uvědomují, že investicí do budoucnosti dítěte není jen finanční pomoc, ale také vzdělání, roz-

Jak usnadnit dětem vstup do života? Spořít jim od narození určitou částku? Z volných prostředků koupit další byt nebo rodinný dům? Přispívat jim v pozdějším věku na splátky hypotéky? Platit studium v zahraničí? Co rodina, to jiný názor. Mnoho rodičů takové záležitosti vůbec neřeší, i když by mohlo. Snaží se vést své potomky k soběstačnosti, preferují zkušenost s vyděláváním peněz brigádami, vlastními aktivitami mládeže, a tvrdí, že je to nejlepší škola života. Když už se hovoří o finančních prostředcích, pak se nabízí otázka: Jak velký finanční start by měli rodiče dát svým dětem do dospělého života?

voj talentu, sport nebo čas a energie, které rodiče věnují výchově. Finanční start a rozvoj dítěte mají zkrátka dvě stránky. Když se podaří skloubit obě, dává to dětem mnohem lepší předpoklady pro spokojený a finančně stabilní život,“ uvedl Martin Novák, hlavní analytik společnosti Broker Consulting. Je řada možností, jak generaci vstupující do dospělosti život zpříjemnit či usnadnit. Finanční plánování a investování v něm hraje důležitou roli. A právě o nich je následující rozhovor s Martinem Novákem:

Váš nedávno prezentovaný průzkum o tom, jak rodiče usnadňují dětem vstup do života, vzbudil velký ohlas. Proč jste zvolili právě toto téma?

Protože se týká téměř každé rodiny. Rodiče dnes stále více řeší, jak dětem pomoci při vstupu do dospělosti, ať už jde o studium, bydlení, nebo vytvoření určité finanční jistoty. Zároveň vnímáme, že roste zájem o dlouhodobé spoření a investování pro děti. Chtěli jsme proto ukázat, jak české rodiny o budoucnosti svých potomků přemýšlejí a jak se k této odpovědnosti reálně staví.

Některí chtějí dětem dát do života peníze, jiní nic. Čím jsou tyto postoje ovlivněny?

Je to kombinace více vlivů. Roli hraje osobní zkušenost rodičů, jejich vztah k penězům, rodinné hodnoty i to, jak moc přemýšlejí v delším horizontu. Často vidíme, že lidé, kteří sa-

mi do života výraznější finanční podporu nedostali, mají menší tendenci něco cíleně připravovat i pro své děti. Nejde ale jen o to, kolik rodina vydělává. Podstatné je také to, jaké si nastavuje priority a zda považuje finanční přípravu dětí za důležitou součást rodinného plánování.

Pokud rodiče dětem spoří, většinou jim chtějí předat 200 000 až 400 000 Kč. Je to málo, nebo hodně?

To není malá částka. Pro mladého člověka může jít o velmi slušný základ, který mu pomůže ve chvíli, kdy to bude nejvíce potřebovat. Může jít o podporu při studiu, příspěvek na bydlení, vybavení domácnosti, rozjezd podnikání nebo první větší finanční rezervu. Důležitější než samotná výše částky ale je, kdy ji rodiče dítěti předají a k jakému účelu má sloužit. Pokud je tento krok dobře promyšlený, může mít pro start do života opravdu velký význam.

Čím dnes motivovat rodiče, aby více mysleli na budoucnost svých dětí?

Nejlépe funguje ukázat konkrétní souvislosti. Když si rodiče uvědomí, kolik dnes stojí samotný start do života a jak náročné může být bez finanční rezervy zvládnout studium, bydlení nebo první větší životní rozhodnutí, začnou o tom přemýšlet jinak. U dětí navíc funguje obrovská výhoda času. Pokud rodič začne odkládat peníze brzy, nemusí jít o vysoké část-

Kolik rodičů dětem aktuálně pravidelně spoří nebo investuje? 35 %

Jak to máte s pravidelným spořením nebo investováním svým dětem?



ky, a přesto může v budoucnu vzniknout velmi zajímavý základ. Právě to je na tomto tématu důležité: nejde o jednorázové velké sumy, ale o včasné rozhodnutí pravidelně odkládat určité částky.

Neměli by rodiče dětem strádat peníze už od narození? Pravidelnost přece vytváří dobrý návyk, který si děti nesou dál.

Ano, přesně tak. Pravidelné odkládání peněz není důležité jen s ohledem na naspořenou částku, ale i proto, jaký vztah k penězům v rodině vytváří. Rodiče tím dítěti ukazují, že je normální myslet dopředu, plánovat a budovat si rezervu. Děti si finanční návyky často přenášejí z domova, takže pokud vyrůstají v prostředí, kde se s penězi zachází zodpovědně a s výhledem do dalších let, je větší šance, že budou podobně přemýšlet i v dospělosti. Vedle samotných peněz je to tedy i výchova k finanční odpovědnosti.

Co doporučujete klientům udělat s penězi, které mají pro děti připravené do dospělosti? Měli by je vést k tomu, aby část investovali?

V první řadě záleží na konkrétní situaci a na tom, jak vyspělý vztah má mladý člověk k penězům. Obecně ale dává smysl, aby takový obnos pomohl u důležitých životních kroků, tedy například s bydlením, studiem, rozvojem kvalifikace nebo startem podnikání. Pokud to situace dovolí, je určitě rozumné bavit se i o tom, aby část prostředků zůstala investována a dál pracovala. Mladý člověk má totiž obrovskou výhodu dlouhého horizontu, a to je při investování mimořádně silný faktor. Byla by škoda celý tento základ okamžitě rozpustit ve spotřebě, pokud může posloužit i k budování dalšího majetku.

Mladí lidé na důchod moc nemyslí, ale k investování mají blíž než jejich dědečkové. Je to známka vyšší finanční gramotnosti, nebo spíš jiného životního stylu?

Je to kombinace obojího. Mladá generace má dnes mnohem lepší přístup k informacím, investičním nástrojům i různým vzdělávacím zdrojům, takže investování vnímá přirozeněji

než generace předchozí.

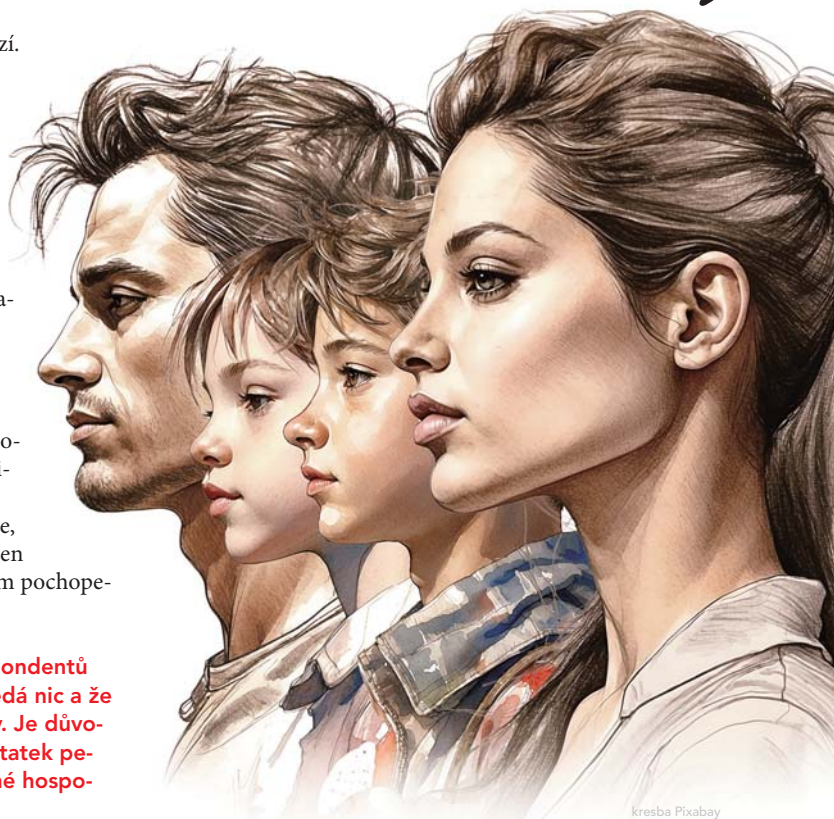
To je bezpochyby pozitivní posun. Na druhou stranu ale platí, že větší dostupnost ještě automaticky neznamená lepší rozhodování. Mladí lidé jsou zároveň vystaveni velkému množství zjednodušených rad, často ze sociálních sítí, které mohou budovat dojem, že investování je snadné a bez rizika. Zájem o investování roste, což je dobře, ale musí být doprovázen i rozvahou a základním pochope- ním principů.

Zhruba čtvrtina respondentů uvedla, že dětem nedá nic a že si musí poradit samy. Je důvodem opravdu nedostatek peněz, nebo spíš špatné hospodaření?

Ve většině případů je to spíše otázka priorit než absolutní nemožnosti. Mnoho rodin by si mohlo dovolit odkládat alespoň menší částku, ale budoucnost dětí neřeší dostatečně systematicky a přednost dostávají jiné výdaje. Neříkám, že každá domácnost má stejný prostor, to určitě ne. Ale velmi často nejde o to, že by odkládat nešlo vůbec, spíše o to, že se toto téma odsouvá a nepovažuje se za dostatečně důležité. A právě tam je podle mě velký prostor ke změně přemýšlení.

Když se díváte na hospodaření klientů, daří se obvykle najít peníze, které lze odkládat stranou?

Ano, ve většině případů ano. Když se finance domácnosti skutečně přehledně rozepíší, tedy příjmy, pravidelné výdaje, zbytné výdaje i dlouhodobé cíle, velmi často se ukáže, že určitý prostor existuje. Nemusí jít hned o vysoké částky, ale i menší pravidelná suma má při dlouhém horizontu velký význam. Často tedy



kresba Pixabay

nejde o to, že by lidé neměli z čeho odkládat vůbec nic, ale o to, že své finance nesledují dostatečně vědomě a nemají jasný plán.

Někteří odborníci tvrdí, že i lidé s vysokými příjmy nakládají s penězi neuváženě. Chápu, co se jim snažíte vysvětlit?

Určitě, a často je překvapí, že vysoký příjem sám o sobě ještě neznamená dobré finanční zdraví. I lidé s nadstandardními příjmy mohou zbytečně utrácet, neplánovat, nechránit svůj majetek nebo ho nerozvíjet dostatečně efektivně. U bonitnějších klientů často řešíme hlavně diverzifikaci, větší pořádek ve struktuře majetku a dlouhodobou strategii. Jinými slovy, i tam, kde peníze jsou, bývá velký prostor pro lepší rozhodování.

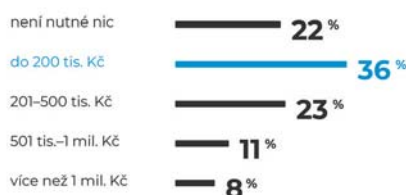
Žijeme v poměrně velkém blahobytu, přesto si mnozí stěžují, že jim peníze nestačí. Není to často jen důsledek rozmařilosti a malé finanční kázně? Jinými slovy – spořit lze, jen se musí chtít?

Velmi často ano. Je pravda, že život je dnes dražší než dříve, ale u velké části lidí hrají zásadní roli hlavně priority, spotřební návyky a neochota dívat se na finance v delším horizontu. Spořit nebo investovat ve většině případů možné je, jen to znamená dát budoucnosti přednost před okamžitou spotřebou. A právě to bývá rozhodující rozdíl. Ti, kdo začnou včas a pravidelně, si postupně budují jistotu i majetek. Ti ostatní často jen čekají na ideální chvíli, která obvykle nikdy nepřijde. Ideální chvíle je teď.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■

Za dostatečný start do dospělosti považuje nejvíce rodičů částku do 200 000 Kč

Jakou částku považujete za dostatečný finanční start dítěte do dospělosti?



Značka Chery do showroomu věhlasného dealera přichází v době, kdy se pojetí mobility mění

Auto? Patří k našemu životu jako fenomén, bez něhož by se pohyb na zemi zastavil. Řidičák patří k samozřejmé výbavě člověka stejně jako mobil nebo zubní kartáček. Není divu, že se o novinky na trhu aut zajímá vlastně celý národ. A tak se i naše redakce vypravila v polovině dubna na den otevřených dveří v sídle známé a prestižní firmy AUTOCENTRUM Dojáček, spol. s r.o. v Praze. Tam nás kromě vlídného přijetí (hostům se zde věnovali srdečně a s neuvěřitelnou vstřícností a pozorností) zaujal nový přírůstek v portfoliu – čínská značka Chery, která v ČR uvedla zatím čtveřici modelů. Všechny patří do kategorie SUV a na českého zákazníka cílí nesmírně chytře. „Kdybych si do toho auta nesedl a nevyzkoušel si ho, nikdy bych netušil, jak vynikající je, opravdu, věřte mi,“ řekl s více než stoprocentním přesvědčením Karel Dojáček, zakladatel firmy AUTOCENTRUM Dojáček, noblesní a zkušený podnikatel, který o autech ví asi všechno, co rozvoj tohoto odvětví lidstvu zatím přinesl. A dokáže vždy přesně odhadnout, jakým směrem mají jeho aktivity v tomto ohledu vystřelit pozornost. Čím a proč zaujmout.

Fakt, že se firma AUTOCENTRUM Dojáček stala dealerem čínské značky Chery, nás jen utvrdil v tom, že Karel Dojáček je vizionář, který dokáže odhadnout, co trh bude potřebovat, co lidé a firmy budou chtít kupovat. Ale nejen to. Vždy mu záleželo na tom, jak daný produkt prodat. A už dávno věděl, že klienta si získá službou, tím, že se o jeho přání, často ještě nevyřčená, dokáže postarat. Rychle, seriózně a s pochopením toho, že „to“ vždy spěchá. Proto je AUTOCENTRUM Dojáček ikonou v prodeji a servisu řady značek už několik desetiletí.

Co si od Chery slibuje? „Myslím, že jde o logické doplnění naší nabídky. Evropa si zvyká na čínská auta a zjišťuje, že jsou na vysoké technické úrovni a že směle konkurují značkám, na něž starý kontinent sázel. Prostě svět jde dál a nelze ustrnout na názorech a zvyklostech, které vývoj takřikajíc převálcoval. My jsme se před pár měsíci pustili do prodeje Chery nikoli intuitivně, ale s jasným poselstvím. Dát zákazníkovi možnost volby, ukázat mu, jaké možnosti čínské automobily skýtají. Sážíme i na velmi dobrý poměr užité hodnoty a ceny, a nadstandardní servis a záruky.

Opravňuje nás to věřit, že o vozy této značky bude zájem, protože jsou prostě přesně tím, co český zákazník nyní hledá. A jestli někdo pochybuje, zvu ho k nám do showroomu v pražských Vršovicích, ať si jednotlivé modely vyzkouší a získá názor,“ popsal Karel Dojáček. Ředitel společnosti AUTOCENTRUM Dojáček Karel Huleš toto stanovisko sdílí. „Jsem rád, že jsme se takto rozhodli. Ve značce Chery vidím značný potenciál, protože velmi dobře dokáže vyjít vstříc potřebám náročného klienta, který vybírá nový automobil nejen z hlediska technické dokonalosti, podle trendů nebo požadavků ekologie a udržitelnosti, ale i emocí, stejně tak jako nárokům pětičlenné rodiny na komfortní cestování,“ doplnil a pokračoval: „Do našeho programu vnáší Chery dynamiku, zase něco nového, prvek, který je přitažlivý svým pojetím i pro mladší generaci. Ta se chce odlišit od generací předchozích, sází na novinky, demonstračněji upřednostňuje to, co vnáší na trh tak trochu revoluci, co provokuje.“

Karel Huleš, který dohlíží na chod celého soukolí firmy reprezentující řadu automobilových značek a má letité manažerské zkušenosti, je rovněž velkým optimistou: „Rozhodně mne těší, že do našeho portfolia taková značka přibyla. Vytvořili jsme tím dobrý a praktický mix, na jehož základě bychom mohli dobře naladit další zájemce. A pokud budou s naším přístupem spokojeni, je předpoklad, že AUTOCENTRUM Dojáček zůstanou věrni. A je poučné poslouchat, na co se zájemci o Chery ptají, co je zajímavé nejvíce, i jak jsou překvapě-



Karel Dojáček



Karel Huleš



Jan Zajíček



ni, co všechno za danou cenu získají. Přidaná hodnota je v tomto případě skutečně velká a náš tým těší, že ji může poskytnout.“

V AUTOCENTRU Dojáček považují strategii Chery uvést do ČR prozatím pouze SUV modely za logickou. Data totiž hovoří jasně, tato karosářská verze si ukousla dominantní část trhu a mezi nově pořízenými vozy podíl těch sportovně užitkových nadále roste. A tak si v pražském autosalónu v ulici U Seřadiště může zákazník nejen modely Tiggo 4, Tiggo 7, Tiggo 8 a Tiggo 9 prohlédnout, avšak také si je vyzkoušet při testovací jízdě a vést o nich zasvěcenou debatu se zdejšími specialisty.

Když se řekne elektrifikace, mnoho českých zákazníků znejistí. Pak stačí odborníkům v showroomu dodat, že v případě Chery jde o hybridy a plug-in hybridy, které v sobě kombinují spalovací klasiku efektivně sladěnou s elektrickým ústrojím a dokážou přinést citelnou úsporu provozních nákladů. Pro představu – největší vůz z nabídky Tiggo 9 je dle standardu WLTP schopný jezdit za 6,9 l / 100 km. Sentiment se najednou mění a přichází zvědavost.

Jedním z odborníků je i Jan Zajíček, který se věnuje firemní klientele: „Chery výborně odhadlo potřeby tuzemských zákazníků. Auto dnes znamená taky ekosystém služeb, které majiteli zjednodušují život a šetří náklady. A tak má klient k zakoupenému vozu nárok na záruční servisní prohlídky zdarma po tři roky, nebo do nájezdu 45 000 km. Do toho spadá i každoroční výměna oleje a filtrů. Dále na auto od výrobce dostává záruku na sedm let nebo do nájezdu do 150 000 km. U všech plug-in hybridních verzí se pak přidává ještě osm let nebo 160 000 km záruky na akumulá-

tor, elektromotor a elektroniku.“ A pro koho jsou jednotlivé modely určené? Tiggo 4 je typické kompaktní SUV, které se bude pohybovat skvěle v městském terénu. Odborníci z showroomu odhadují, že za jeho volant častěji usednou ženy a mladí lidé. Pořizovací náklady jsou příznivé, cena verze Comfort startuje na 599 000 Kč, včetně DPH.

Tiggo 7 patří mezi ideální volbu pro mladé rodiny a nabídne už v základu technologie, výbavu i možnosti, které bývají u jiných značek příplatkové. Verze Tiggo 7 PHEV má navíc

pohon všech kol, proto je častěji v hledáčku aktivních lidí, kteří chtějí svůj čas mimo zdi kanceláře trávit v maximální svobodě – očekává se, že si tento model získá popularitu u digitálních nomádů.

Tiggo 8 je až sedmimístné prostorné SUV, které cílí na větší rodiny, ale oslovuje také firmy, které potřebují pracanta na čtyřech kolech pro své manažery či obchodníky. Menší podnikatelé si ho vybírají jako auto, které představuje správný kompromis mezi profesním vyžitím a rodinným životem.





foto Kateřina Medová Šimková

Vrcholem nabídky Chery dostupné v AUTOCENTRU Dojáček je reprezentativní Tiggo 9 PHEV, jež přivádí komfort běžný v prémiové třídě, pohon všech kol a systémový výkon 428 koní. Zaujme náročná řídiče, kteří si poptrpí na technologickou vyspělost auta a nechtějí dělat kompromisy. Tiggo 9 pojme až sedm pasažérů.

Přístupují ale zákazníci k pořízení nového vozu stejně jako před lety? Nejen ti firemní čím dál častěji dávají přednost před běžnou koupí operativnímu leasingu. Zvláště pak mladší generace řidičů dnes auto netouží vlastnit, ale užívat si jeho předností bez starostí: „Pro dnešní třicátníky je jednorázová velká investice do pořízení auta něco, co omezuje jejich dynamic-

ký životní styl i komfort. Vidíme to u lidí, kteří hodně cestují, pracují odkudkoli, preferují zážitky nad hmotnými statky. Když se na to detailněji podíváme, není to překvapivé. Předplatné a pronájem je dnes jejich běžnou strategií, ať už jde o software, elektroniku, bydlení, nebo i další statky,“ přiblížil vztah k autům Karel Huleš. Proto v AUTOCENTRU Dojáček zájemcům dokážou vyjít s tímto požadavkem vstříci i v případě značky Chery. Smlouva na 24–48 měsíců šetří čas a eliminuje nečekané výdaje. A pro podnikatele je toto řešení zohlednitelné jako přímý náklad a lze na něj uplatnit odpočet DPH. U modelu Tiggo 4 HEV přitom startuje měsíční splátka na 6699 Kč, u luxusního Tiggo 9 PHEV na 14 499 Kč.

A jak si značka dosud vede? „Prodejní sezóna se typicky rozbíhá až v teplejší části roku. Běžní zákazníci nejčastěji nákup nového vozu realizují v období od května do září. Nikdo si nepřeje svého nového pomocníka na čtyřech kolech vytáhnout hned ze začátku do plískanice a posolených silnic. Firemní zákazníci naopak čekají na závěr roku,“ potvrdil Jan Zajíček. Na hodnocení letošní čtvrté novinky v AUTOCENTRU Dojáček je ještě brzy, ale očekávání jsou vysoká. Chery do showroomu věhlasného dealera přichází v době, kdy se pojetí mobility mění s ohledem na životní styl i události ve světě.

připravila Kateřina Medová Šimková

AI analyzuje chůzi a umí odhalit špatné návyky

Umělá inteligence se dostává i do oblasti, která byla donedávna doménou pouze fyzioterapeutů a sportovních trenérů. Nové studie ukazují, že právě detailní rozbor pohybu pomocí umělé inteligence zásadně pomáhá ve zlepšování chůze i běhu a odborníkům přináší detailnější objektivní data.

„Umělá inteligence vstupuje do dalšího velkého oboru, kterým je analýza pohybu. Dokáže zpracovat obrovské množství dat z kamer, senzorů či chytrých telefonů a odhalit vzorce, které by lidské oko přehlédlo. To znamená, že dokáže zachytit i velmi jemné odchylky v chůzi, které se mohou projevit až v dlouhodobém horizontu, například přetěžováním kloubů nebo špatnými pohybovými návyky,“ řekl Michal Černý ze společnosti Audiopro. „Pro posun celkové analýzy pohybu pomocí umělé inteligence je důležité, že již není váza-

ná jen na laboratorní prostředí. Díky mobilním technologiím lze sledovat chůzi i v běžném životě a pracovat s daty v reálném čase. Tímto technologie otevírá cestu k personalizovaným doporučením,“ sdělil Jan Dvořák z Počítačové školy GOPAS.

AI rozkládá pohyb na desítky měřitelných detailů, vyhodnocuje délku kroku, rychlost pohybu, počet kroků za minutu nebo symetrii mezi pravou a levou nohou. „Za pomoci



umělé inteligence lze efektivně odhalit špatné návyky při došlapu a zároveň optimalizovat techniku chůze nebo běhu. Technologie tak lépe pomůže odhalit odchylky nebo neefektivitu pohybu. Velkou roli hraje způsob, jakým noha dopadá na zem. Systémy sledují, jestli člověk došlapuje přes patu, střed, nebo špičku, jak dlouho je chodidlo v kontaktu se zemí a jak se krok odvíjí,“ vysvětlil Jan Chalupný z naBOSO.cz.

Pomocí senzorů nebo tlakových podložek pak AI analyzuje, jak se při došlapu rozkládá váha na chodidlo, tedy kde je tlak největší a jak se během kroku přesouvá. Z toho lze vyčíst například přetěžování konkrétních částí nohy.

Systémy sledují také způsob zapojení kloubů – kotníků, kolen nebo kyčlí, a rovněž držení těla, například náklon trupu nebo práci paží. To pomáhá odhalovat chyby v technice, které nejsou na první pohled viditelné.

„Zásadní je hlavně to, že AI převádí chůzi do jasných dat. Díky tomu už nejde jen o subjektivní vnímání, ale o přesné měřitelné parametry, které lze vyhodnocovat,“ dodal Jan Chalupný z naBOSO.cz. (tz)

Brněnská Ajala si přivezla medaile z nejprestižnější čokoládové soutěže

Brněnská čokoládovna potvrdila, že patří mezi světovou čokoládovou elitu. Na prestižním festivalu bean-to-bar čokolád Showcolat v Bordeaux byly začátkem května vyhlášeny výsledky European, Middle Eastern and African Bean-to-Bar Competition 2026. Ajala si z Francie odváží rekordních pět ocenění, čímž definitivně stvrdila svou pozici mezi úzkou světovou špičkou v kvalitě.

Mezi největší hvězdy letošního ročníku patří stříbrná čokoláda Květy a pomeranče. Tato tabulka kombinující výtažek z divokého pomeranče a sušené luční květy sbírá medaile pravidelně už od roku 2018. Letos poprvé navíc získala zvláštní ocenění grand jury za inovaci, kreativitu nebo netradiční přístup v čokoládě.

„Květy a pomeranče jsou naše srdcovka a stálice, která už osm let sbírá medaile i přičemž zákazníkům. Je to nejlepší důkaz naší filozofie: nevyvíjíme žádné speciální ‚soutěžní‘ šarže. To, co si u nás zákazníci běžně kupují, je úplně stejná čokoláda, která teď nadchla porotu v Bordeaux. Fascinuje mě ta symbióza – ukazuje se, že naši zákazníci mají stejně vytržbený vkus jako ti nejuznávanější světoví experti,“ řekl zakladatel Ajaly Filip Teplý.



Filip Teplý

Kromě ní si medaile odnesly ještě čtyři tabulky:

■ **Rustikální (stříbro):** Pro milovníky toho, když to „křupe“. Čokoláda s neobvyklou strukturou, kde krystalky panely, sušené třtinové šťávy, nejsou dokonale zamleté, a čokoláda tak má hrubší strukturu a chuti se propojují až na jazyku. Jde o recepturu, která vychází z původního zpracování čokolád, můžete tak ochutnat to, jak se čokoláda vyráběla v 15. století.

■ **Nikaragua (stříbro):** Single origin tmavá čokoláda. Nic než špičkové kakaové boby a panela. V této kategorii se pozná, kdo si nejen umí vybrat suroviny, ale i je správně užít.

■ **Tanzanie a Belize (bronz):** Důkaz, že single origin čokolády prostě Ajala umí.

Pro Ajalu není letošní úspěch náhodou, ale potvrzením dlouhodobé kvality. První velký mezinárodní průlom přišel v roce 2016, kdy jejich klasická tmavá čokoláda získala 2. místo v evropském kole. Následovaly další medaile v letech 2018 i 2022. Loni pak manufaktura zazářila v další prestižní soutěži Great Taste Awards, kde získala hned čtyři ocenění, včetně dvou hvězd pro čokoládu s boby z Tanzanie. Aktuálních pět medailí z Bordeaux tak představuje dosud nejúspěšnější vystoupení Ajaly na světové scéně. (tz)



International Chocolate Awards (ICA)

jsou celosvětově nejuznávanější nezávislou soutěží, která se specializuje na hodnocení kvality řemeslné bean-to-bar čokolády. Tato soutěž funguje jako přísné odborné síto: mezinárodní porota složená z certifikovaných degustátorů, šéfkuchařů a potravinářských kritiků hodnotí vzorky v anonymních slepých testech, kde se zkoumá výhradně komplexnost chuti, aroma a technické zpracování bobů. Evropská větev soutěže (zahrnující také Blízký východ a Afriku) je pro výrobce klíčovým regionálním kolem, které letos vyvrcholilo právě na festivalu v Bordeaux. Získání medaile v této konkurenci stovek vzorků není jen oceněním za chuť, ale funguje jako prestižní certifikace, která potvrzuje, že daná čokoláda patří k absolutní světové špičce.

Dlouhodobé vztahy mají větší hodnotu než jednotlivé obchody



Julius Maindl

Když Multivac v roce 2006 otevíral svou českou pobočku, dodával jednoduché balicí stroje. Dnes, o 20 let později, je situace diametrálně odlišná. „Český potravinářský i medicínský průmysl sází na plnou automatizaci, robotiku a digitální řízení procesů. Multivac tento trend nejenom následoval, ale i aktivně spoluvytvářel prostřednictvím špičkového servisu a služeb,“ popsal Julius Maindl, jednatel společnosti MULTIVAC Verpackungsmaschinen Česká republika s.r.o.

V Česku je v provozu celkem 668 strojů Multivac, z nichž se o 503 instalací postarala přímo lokální pobočka. Za 20 let se přitom obrat společnosti zvýšil více než sedminásobně, z původních 45 miliónů na současných více než 300 miliónů korun. Tento růst společnost vnímá především jako potvrzení správnosti cesty orientované na zákaznický servis a spolehlivost. „Naše postavení na trhu nestavíme na číslech o obratu, ale na spolehlivosti a kvalitě našeho servisu. Za těch dvacet let jsme se posunuli od role dodavatele jednotlivých strojů k partnerovi, který se orientuje na celé procesy a přináší komplexní řešení. Instalovaná báze pro nás není jen statistika, je to mapa dů-

Dvacetiletí na trhu má svou váhu. Přináší nejen rostoucí ekonomické výsledky firem, ale také je zárukou prestiže, důvěry, posilování image. Zaměstnancům nabízí jistotu stálého výdělků, managementu dobrý pocit, že to, co dělá, má smysl, že je to zkrátka potřeba. Společnost MULTIVAC Česká republika, přední dodavatel balicích a procesních technologií, právě takových 20 let v tomto roce na českém trhu slaví. Během dvou desetiletí se firma proměnila z malého obchodního zastoupení v klíčového partnera českého průmyslu, který zajišťuje komplexní automatizaci, včetně servisu od potravinářství až po medicínu. Úspěch firmy definuje především instalovaná báze čítající více než 500 technologií realizovaných lokální pobočkou, mezi zákazníky například patří největší potravinové řetězce v zemi.

věry. Každý stroj představuje závazek servisu a podpory na deset i patnáct let dopředu,“ vysvětlil Julius Maindl.

Zatímco první dekáda (2006–2015) byla ve znamení budování základů a dodávek kompaktních balicích strojů, druhé desetiletí přineslo posun ke komplexním linkám. Dnešní Multivac integruje do výrobních procesů slicery, robotické zakládání, inspekční systémy i software.

Významným potvrzením vyspělosti českého týmu byl nedávný vstup do oblasti medicíny. V roce 2025 firma realizovala instalaci třicetimetrové plně automatické linky v tomto vysoce regulovaném segmentu. Úspěch v oblasti s extrémními nároky na dokumentaci a procesní stabilitu dokazuje, že Multivac je dnes schopen řešit ty nejnáročnější technologické výzvy. „Investovali jsme do servisního zázemí, a hlavně do lidí, a dnes víme, že to byla správná cesta. Odpovědnost za vztah se zákazníkem pro nás nekončí podpisem smlouvy, ale provádí nás celou dobu životnosti technologie,“ potvrdil Julius Maindl. Jemu patřily i naše otázky:

MULTIVAC je v České republice dobře zavedená značka. Čím si podmanila zákazníky a příznivce?

Uprímně – ne značkou, ale tím, že věci fungují. V týmu máme společný přístup: hledáme způsoby, ne důvody. A to zákazníci velmi rychle poznají. Největší změnou za těch 20 let

není velikost firmy, ale naše role. Začínali jsme jako dodavatel jednotlivých strojů, dnes řešíme celý výrobní proces. Důvěru jsme si nevybudovali marketingem, ale praxí. Více než 600 instalovaných strojů v České republi-

ce není pouhá statistika – je to důkaz zkušenosti našich zákazníků a jejich důvěry. Pro nás je to nejen odměna, ale zároveň přirozeně i velký závazek.

Dvacetiletí na tuzemském trhu slavíte v roli klíčového partnera českých firem. Co se tedy podařilo za ty dvě desítky let?

Vyrůstli jsme – a nemyslím tím jen objemově, ale především kompetenčně. Obrat se výrazně zvýšil, ale důležitější je, že jsme vybudovali silný tým, servisní zázemí a technologické know-how. V některých obdobích jsme vědomě investovali do lidí i za cenu krátkodobých výkyvů ve výsledcích. Dnes se ukazuje, že právě tyto kroky vytvořily pevný základ.

Sázíte na automatizaci, robotiku a digitální řízení procesů. Co si pod tím můžeme představit?

Není to tak složité, jak to zní. Moderní technologie znamenají stabilnější výrobu, méně chyb a lepší kontrolu nad procesem. Dnes už nejde jen o to „zabalit výrobek“. Jde o řízení celého procesu na základě dat – sledování výkonu, ztrát nebo kvality v reálném čase. Technologie má dnes kde kdo. Rozdíl vzniká

v tom, jak s daty pracujete. A dobrý stroj dnes nepoznáte podle katalogu, ale podle toho, jak se chová v pondělí ráno ve výrobě.

Dnes už nejde jen o to „zabalit výrobek“. Jde o řízení celého procesu na základě dat – sledování výkonu, ztrát nebo kvality v reálném čase.

Dnes zvládáte celé procesy. Jak se do toho promítá zákaznická orientace?

Zákazník dnes neřeší stroj, ale výsledek. Ve chvíli, kdy začne řešit celý proces místo jed-

notlivých technologií, mění se i role dodavatele. Naším úkolem je dívat se na výrobu jeho očima – z pohledu výkonu, stability a nákladů.

Čím se snažíte získat důvěru klientů?

Dlouhodobostí a otevřeností. Instalace nového stroje pro nás neznamena prodej, ale závazek často na deset i více let. Důvěra nevzniká při podpisu smlouvy, ale po něm – v reálném provozu. Ve chvíli, kdy něco nejde podle plánu, nejde ani tak o technologii, ale o přístup. Jestli zákazníka nenecháte čekat a problém vezmete za svůj. A právě tam se důvěra skutečně buduje.

Dokážou ocenit nadstandardní péči?

Ano, zejména ve chvíli, kdy ji opravdu potřebují. Když se zastaví výroba, rozdíl mezi standardem a nadstandardem je velmi viditelný. V takových momentech se servis stává klíčovým faktorem a potvrzuje hodnotu dlouhodobého partnerství.

Popsal byste milníky vašeho působení v ČR?

První dekáda byla o budování základů a důvěry. Druhá dekáda přinesla automatizaci, integraci a komplexní řešení. Zákazníci postupně přešli od jednotlivých strojů ke kompletním linkám a procesům. To zásadně změnilo i naši roli.

A dobrý stroj dnes nepoznáte podle katalogu, ale podle toho, jak se chová v pondělí ráno ve výrobě.

Jak se promítá udržitelnost do vašich řešení?

Udržitelnost dnes není zdaleka jen o materiálech, ale o tom, zda celý systém skutečně funguje. Vidíme i určitý paradox – zjednodušené vnímání typu „méně plastu = lepší řešení“ často neodpovídá realitě. Rozhodující je

kombinace materiálu, technologie a logistiky. Do hry vstupuje i evropská legislativa, která má správný směr, ale přináší praktické výzvy. Firmy dnes musí hledat postupy, které fungují nejen na papíře, ale především v reálném provozu.

V čem se změnila vaše role jednatele?

Na začátku byla moje role hodně operativní – v malém týmu jsme si museli poradit téměř se vším. Dnes je to více o směru, lidech a rozhodnutích, která mají dopad do budoucna. Zároveň ale považuji za důležité neztratit kontakt s realitou výroby. Kombinace strategie a každodenní praxe je klíčová. Pokud se od reality odpojit, začnete dělat správná rozhodnutí jen na papíře.

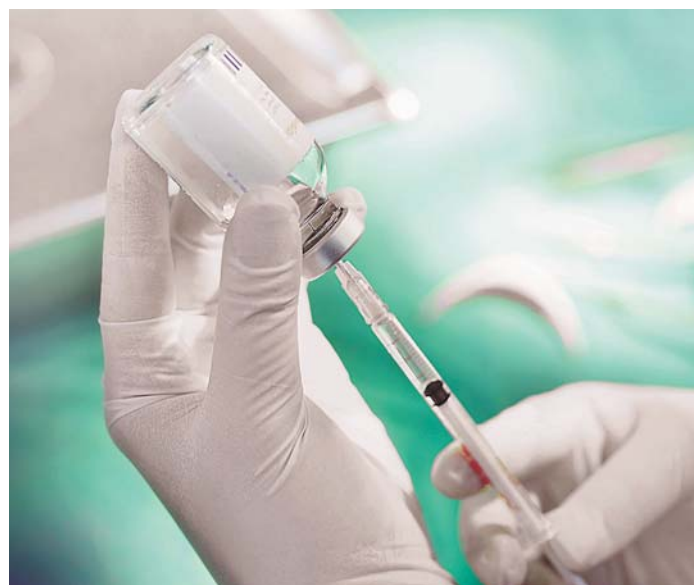
Co je nejtěžší ve vašem oboru?

Nejtěžší je zvládnout rostoucí komplexitu, a přitom zachovat jednoduchost pro zákazníka. Technologie jsou stále propojenější, požadavky rostou, ale zákazník na konci dne očekává jediné – stabilní výrobu bez výpadků. Rozdíl je mezi řešením, které funguje „teoreticky“, a řešením, které funguje v praxi.

Jakou zásadní zkušenost jste za uplynulých 20 let získal?

Že technologie je jen část úspěchu. Rozhodující jsou lidé – na obou stranách. A dlouhodobé vztahy mají větší hodnotu než jednotlivé obchody.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■





Medvědi jsou silný symbol



Filip Pekárek

Medvěda jako chundelatou plyšovou hračku dostávalo dřív každé dítě. Já měla velkého hnědého, který, když se naklonil, bručel. Po mně ho zdědil brácha, medvěd byl totiž nezničitelný. Vozili jsme ho v kočárku pro panenky, vařili jsme mu dobroty z bláta a bylinek, zkrátka patřil do našeho dětského království. Měl své jméno, své místo v pokojíčku a zabydlel se natrvalo v našich vzpomínkách. Jaký však je medvěd ve skutečnosti? Jak žije? Co má rád? Známe ho dobře? Co od něj můžeme očekávat? Je důvod se ho obávat? Proč z něj máme respekt? Mnohé se můžeme dovědět díky atraktivnímu projektu Medvědí stezka. Novinka patří do konceptu Stezky korunami stromů Krkonoše, který uvedl v život v nejnavštěvovanějších českých horách Filip Pekárek. Po třech letech se totiž do Krkonoš symbolicky vrátil medvěd hnědý. Projekt Medvědí stezka, který je součástí Stezky korunami stromů Krkonoše v Janských Lázních a veřejnosti se otevřel 4. dubna, ale není jen o návratu velké šelmy. Po prvních týdnech provozu ukazuje i to nejdůležitější – jak dnes vypadá skutečný domov medvědů v prostředí horského lesa

Titulek k tomuto materiálu jsem si vzala z jedné odpovědi rozhovoru s Filipem Pekárkem, spoluautorem projektu Stezky korunami stromů Krkonoše s.r.o. Má pravdu. Medvědi a medvídci jsou s námi nejen v zoologických zahradách, ale často i v pohádkách, cirkusech. Najdeme je v omalovánkách, ve stolních hrách, říkankách. Pohybují se na plakátech, vystupují v reklamách.

a jak se zvířata v novém prostředí postupně zabydlují. Medvědí sourozenci Míchal a Alice už mají za sebou úvodní fázi aklimatizace a na jejich chování je patrné, že si prostor postupně osvojují. Projekt tak nabízí nejen silný příběh návratu, ale otevírá i zákulisí toho, jak funguje moderní péče o velké šelmy v evropském kontextu. Filipa Pekárka jsem se zeptala:

Medvědi se vrátili do Krkonoš. Co vás vedlo k tomu, aby se opět ztotožnili s místem, které bývalo jejich někdejší domovem?

Nápad vznikl z jednoduché myšlenky – vrátit do Krkonoš symbol divoké přírody, který sem

historicky patřil. Nejde ale o „návrat“ v pravém slova smyslu, ale o připomenutí toho, jak krajina kdysi fungovala. Chceme lidem ukázat, že Krkonoše nebyly vždy jen turistickou destinací, ale skutečným domovem velkých šelem.

Projekt Medvědí stezka jste uvedli jako nový ochranný a vzdělávací koncept. Oč v něm jde a co všechno nabízí zájemcům?

Medvědí stezka propojuje zážitek s edukací. Návštěvníci se nejen setkají s medvědy, ale dozví se o jejich životě, chování, historii v Krkonoších i o tom, jak dnes chránit přírodu. Součástí jsou interaktivní prvky, edukační



ní panely i programy pro školy. Cílem je, aby si lidé odnesli víc než jen zážitek – konkrétní pochopení.

V neznámějších českých horách medvěd hnědý dříve žil. Proč se vytratil?

Hlavním důvodem byl tlak člověka – lov, rozšiřování sídel a úbytek přirozeného prostředí. Medvěd je plaché zvíře a potřebuje klid a prostor. Jakmile o něj přišel, postupně z Krkonoš zmizel.

Myslíte si, že zde najde takové prostředí, aby dal život potomkům? A ti zde pak zůstanou, nebo poputují jinam?

V našem případě jde o kontrolované prostředí, takže přirozené rozmnožování není hlavním cílem. Projekt má především vzdělávací a ochranný rozměr. Obecně ale platí, že v přírodě by medvěd potřeboval mnohem větší a klidnější území, než jaké dnes Krkonoše nabízejí.

Čím se tato šelma vyznačuje? Změnila se její charakteristika oproti dávným časům?

Medvěd hnědý je inteligentní, přizpůsobivý a velmi opatrný tvor. Je to všežravec s překvapivě klidnou povahou, pokud není vyprovokován. Jeho základní charakter se nezměnil – změnil se spíš svět kolem něj.

Určitě nebylo levné vybudovat dvěma huňáčům nové prostředí pro spokojený život. Kolik vás to stálo? Jak bylo vše financováno? A na kolik vyjde péče o tyto dva sourozence?

Celková investice do projektu byla přibližně 15 milionů korun. Financovali jsme ji z vlastních zdrojů, konkrétně prostřednictvím úvěru od České spořitelny. Provoz pak představuje další náklady – máme dva ošetřovatele, řešíme krmivo, veterinární péči i průběžnou údržbu

areálu. Je to tedy dlouhodobý závazek, který vnímáme jako investici do rozvoje produktu i celé destinace.

Medvědi v Krkonoších nejsou určitě jen atrakce pro turisty. Co všechno vaše filozofie sleduje? Čeho byste rádi dosáhli?

Primárně chceme zvyšovat povědomí o ochraně přírody a vrátit lidem respekt k ní. Medvědi jsou silný symbol, který dokáže přitáhnout pozornost – a tu pak využíváme k edukaci. Pokud návštěvník odejde s větším respektem k přírodě, splnili jsme cíl.

Nemohou vám medvědi utéct?

Bezpečnost je pro nás absolutní priorita. Výběh je navržen podle nejprísrnějších standardů a pravidelně kontrolován. Únik medvědu je prakticky vyloučen.

Jsou pojištěni?

Ano, samozřejmě. Projekt je kompletně pojištěn, včetně všech rizik spojených s provozem i samotnými zvířaty.

Co jste o medvědech nevěděl, ale dnes už víte?

Překvapilo mě, jak jsou vnímaví a osobití. Každý má jinou povahu a reaguje jinak. A taky to, jak silnou vazbu si dokážou vytvořit na své prostředí.

A napadlo vás někdy, že mezi vaše podnikatelské aktivity budou patřit právě medvědi?

Upřímně ne. Ale dává to smysl v kontextu toho, co děláme – přibližujeme lidem přírodu. Medvědi jsou jen další, možná nejsilnější krok v tomto směru.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi



Medvědí stezka

Medvědi mají k dispozici přírodní výběh o rozloze přibližně 5400 m², který se nachází přímo v horském lese pod Stezkou korunami stromů. Součástí prostoru jsou klidové zóny, přirozené úkryty, krmeliště i vodní prvky, které medvědi využívají k ochlazení i zábavě. Celý výběh je navržen tak, aby podporoval jejich přirozené chování a poskytoval dostatek prostoru i soukromí. Důležitou součástí péče je pestrá a vyvážená strava. Přibližně 75 % jídelníčku tvoří ovoce a zelenina, doplněné o další složky, včetně masa. Krmení probíhá pravidelně, ale zároveň tak, aby podporovalo přirozené chování – například hledání potravy nebo její postupné objevení v prostoru výběhu. Denní režim medvědu kombinuje období aktivity, odpočinku i spontánního pohybu. Důraz je kladen na to, aby si zachovali přirozené návyky a nebyli vystaveni stresu. Zážitky z Medvědí stezky je postaveny na autenticitě. Návštěvníci mohou medvědy pozorovat v prostředí, které odpovídá jejich přirozenému způsobu života – nikoliv v klasické expozici.

Největší šance na jejich spatření bývá v době aktivity, typicky v ranních a odpoledních hodinách. Zároveň ale mají medvědi možnost kdykoliv odejít do klidových zón.

O medvědy se stará zkušený tým chovatelů ze Safari Parku Dvůr Králové, kteří zajišťují každodenní péči i dohled nad jejich zdravotním stavem. Celý provoz splňuje přísná bezpečnostní pravidla a je navržen tak, aby byla zajištěna jak bezpečnost návštěvníků, tak maximální klid pro zvířata. V případě potřeby je k dispozici odborná veterinární péče.

Medvědi v krkonošském výběhu nejsou jen součástí návštěvnického zážitku. Jsou zapojeni do Evropského chovného programu (EEP), jehož cílem je zachování genetické rozmanitosti ohrožených druhů. Právě ochrana genofondu je jedním z klíčových důvodů, proč podobné projekty vznikají. Zvířata, která se nemohou vrátit do volné přírody, tak nacházejí důstojný domov a zároveň se podílejí na dlouhodobé ochraně svého druhu.

Projekt vznikl v areálu Stezky korunami stromů Krkonoše jako součást dlouhodobé snahy přibližovat návštěvníkům přírodu Krkonoš a její přirozené obyvatele. (Stezka korunami stromů je součástí rodiny již 12 realizovaných Stezek v Evropě a Kanadě). Projekt vznikl ve spolupráci s odborníky na ochranu přírody a zoologickými institucemi (Správa Krkonošského národního parku, Safari Park Dvůr Králové nad Labem, Zoo Košice, Zoopark Chomutov atd.). Stezka korunami stromů Krkonoše v Janských Lázních je otevřena denně po celý rok. V zimním období (leden–březen a listopad–prosinec) je otevřeno od 10.00 do 16.00, na jaře a na podzim (duben, květen, říjen) od 10.00 do 18.00 a v hlavní letní sezóně (červen–srpen) od 9.30 do 19.00. Poslední vstup je vždy možný hodinu před koncem otevírací doby. Stezka je plně bezbariérová a nachází se na okraji Janských Lázní. (tz)



Business si pomůže

Nelichotivé zprávy o tom, co se ve světě děje a co se dotýká silně i Česka a našich životů. Bude nafta a benzín? Bude čím hnojit pole? Seženeme letenky na dovolenou? Uskuteční se vůbec nějaká dovolená? O kolik se zdraží potraviny? Budou mít firmy z čeho vyrábět? A stavebnictví šanci konečně ukázat, co umí? Rodí se horší krize než ta nedávná energetická nebo covidová? Na optimistické predikce

si nikdo netroufá. Přesto letité zkušenosti jasně naznačují, že východiško se určitě najde. Podnikání, podnikavost, chytrost a vynalézavost vždy uměly najít cestu ven z jakéhokoli průšvihů. Business je mocný fenomén, který vyhrává nade všemi bouřemi. Věřím, že jeho síla je nepřekonatelná.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Mixit má zdravé biokombuchy



Pokud jste si mysleli, že fermentované čaje jsou jen zvláštní nakyslý nápoj pro zaryté fanoušky zdravé výživy, Mixit vás rychle vyvede z omylu. Tento přirozeně perlivý zázrak je totiž plný prospěšných látek, které dělají dobře vašemu tělu i trávení. Nová řada biokombuchy s přehledem strčí

do kapsy i vaši nejoblíbenější limonádu. Klasická Kombucola, osvěžující Ginger & Lemon nebo tropické Mango & Passion Fruit zaručí, že pitný režim už nikdy nebude nuda. Kombucha je osvěžující nápoj z čaje, který fermentuje díky unikátní kultuře bakterií a kvasinek (tzv. scoby). Právě proces kvašení přeměňuje slazený čaj v osvěžující nápoj plný probiotik, antioxidantů a organických kyselin, které harmonizují trávení a přirozeně podporují imunitu.

Pokud si hlídáte příjem kalorií, biokombucha od Mixit vás potěší. Většina cukru, který do nápoje na začátku přidává, slouží jako palivo pro fermentaci. Výsledkem je nápoj s nízkým obsahem zbytkového cukru, vyrobený výhradně z biosurovin bez umělých dochucovadel. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 15, květen 2026

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková
e-mail: brixii@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,
e-mail: martin@prosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Bc. Kateřina Medová Šimková, Dana Halušková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

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

partneři www.freshtime.cz



www.aquapalacehotel.cz



www.uspechvportu.cz



huderaasyn.cz

Huť František v Sázavě zve na kulturu:

Jaroslav Dušek a Patrik Kee

Huť František v Sázavě otevírá svou novou kulturní kapitolu. V čerstvě zrekonstruovaných prostorách historické sklárny si návštěvníci mohou vychutnat představení Jaroslava Duška a Patrika Kee Vnitřní klíče, které propojuje inspirativní mluvené slovo, hudbu a hlubší zamyšlení nad lidským potenciálem. Výjimečný večer se uskuteční ve dvou termínech – 27. května a 3. července 2026. Program nabídne mudrování o skrytém potenciálu lidské bytosti, inspirované mimo jiné díly autorů, jako jsou Richard Rudd, Annick de Souza, Neil Douglas-Klotz, Gregg Braden, David R. Hawkins či J. Ch. Pearce. Diváci se mohou těšit na podnětné myšlenky, nadhled, humor i témata, která otevírají prostor k hlubšímu zamyšlení nad člověkem a jeho možnostmi. Atmosféru večera navíc podbarví uhrančivý zpěv a vokální improvizace Patrika Kee, jehož hlas dodává celému vystoupení neopakovatelnou energii a emotivní rozměr. Spojení charizmatičtějšího projevu Jaroslava Duška a originální hudební improvizace slibuje mimořádný kulturní zážitek v kulisách místa s výjimečným geniem loci. Historická Huť František tak zve návštěvníky nejen na nevedední večer, ale i do nově obnoveného prostoru, který spojuje industriální dědictví s živou současnou kulturou.

Historická sklárská Huť František v Sázavě, jedna z nejceněnějších industriálních památek středních Čech, vstupuje do nové etapy své existence. Památkově chráněný areál z 19. století prochází proměnou v kulturní a společenský prostor, který propojuje historické dědictví regionu s moderním využitím pro veřejnost, firmy i místní komunitu. Dominantou celého objektu je hlavní sál situovaný přímo v původní sklářské hale, kde se historicky tavilo a chladilo sklo. Prostor si zachoval svou působivou industriální atmosféru – vysoké stropy, velkorýsý proporce a zachované architektonické prvky připomínající někdejší průmyslový provoz. Právě kontrast surové historické architektury s moderním vybavením vytváří výrazný vizuální efekt a dává prostoru jedinečný charakter.

Vedle hlavního sálu vznikají také menší salóňky a galerie určené pro komornější setkání, workshopy nebo společenské akce. Některé z nich jsou situovány v patrech a nabízejí zajímavé průhledy do hlavní haly, jiné naopak vytvářejí intimnější prostředí vhodné pro menší skupiny hostů. Díky této různorodosti lze jednotlivé části areálu využívat samostatně, nebo je naopak propojit do jednoho většího eventového celku. Architektonicky výrazným prvkem je také kombinace původních technických konstrukcí, historických materiálů a nových moderních zásahů. V interiérech se tak vedle industriálních prvků objevují současné designové prvky, umělecké instalace nebo prosklené plochy, které prostorům dodávají světlo a otevřenost. Součástí areálu jsou také prostory určené pro neformální setkávání, networking či odpočinek mezi jednotlivými programy. Tyto zóny fungují jako přirozené spojnice mezi hlavními sály a salóňky a pomáhají vytvářet atmosféru živého společenského místa. Celý komplex tak nabízí prostředí, které umožňuje pořádat velmi různorodé akce – od konferencí, odborných fór a firemních setkání až po koncerty, výstavy nebo společenské večery. Industriální architektura huti přitom zůstává hlavním charakterovým prvkem celého prostoru a připomíná více než stoletou historii tohoto výjimečného místa. Vstupenky lze zakoupit na divadlokampa.cz. (tz)



Sherlock Holmes bude v Praze

Výstava Sherlock Holmes: The Exhibition, která bude slavnostně zahájena 16. června v galerii Bílá Labuť v Praze, vtáhne doslova každého návštěvníka do světa kriminalistických stop a mistrovského umění pozorování. Tato interaktivní expozice, kterou producentsky zajišťuje společnost JVS Group, propojuje vědu, historii i kulturu a odhaluje skutečné zdroje inspirace, z nichž vyrůstají slavné a dodnes živé příběhy sira Arthura Conana Doylea.

Návštěvníci objeví, jak Sherlock Holmes, vědec, který předběhl svou dobu, dokázal z nepatrných detailů, jež ostatním unikaly, odhalovat i ty nejjáhádnější zločiny své éry. Jeho metody, zrozené v představitosti lékaře, jenž se stal spisovatelem, zásadně proměnily podobu kriminalistiky a v mnoha ohledech přetrvávají dodnes.

Výstava je rozdělena do několika tematických celků:

■ **Studovna dr. Conana Doylea** – Doktor Conan Doyle, lékař s vědeckým vzděláním, byl

po celý život zvědavým a neúnavným pozorovatelem. Návštěvníci postupně poznají jeho svět. Nejprve jako studenta medicíny na Edinburské univerzitě, poté během jeho působení v Královské koleji chirurgů, dále jako praktického lékaře v Southsea u Portsmouthu, a nakonec jako tvůrce a literárního génia, který se na počátku 90. let 19. století usadil v Londýně a stal se spisovatelem na plný úvazek. K vidění budou originální rukopisy, dopisy i ilustrace, které přibližují zkušenosti, jež Conana Doylea inspirovaly k vytvoření postavy Sherlocka Holmese.

■ **Věda a historie** – Sherlock Holmes řešil záhadu pomocí pozorování a důsledného vědeckého experimentování. Přístupu, který tehdejší skuteční detektivové, ať už policejní, či soukromí, ještě nepoužívali. Návštěvníci se sami zapojí do experimentů a prozkoumají vědecké a technologické objevy 90. let 19. století, které mají svůj význam i v moderní kriminologii.

■ **Sherlock Holmes na Baker Street** – Návštěvníci vstoupí do obývacího pokoje Sherlocka Holmese a doktora Watsona na adrese 221 B Baker Street v Londýně, kde jejich případy začínaly i končily.

■ **Staňte se detektivem** – Místo mapy výstavy dostanou návštěvníci zápisník plný stop,



s jehož pomocí se vydají rozluštit neobyčejný zločin.

■ **Kultura Sherlocka Holmese** – Závěrečná část výstavy potěší všechny milovníky populární kultury a představí bohatou sbírku všeho „sherlockovského“. Návštěvníci zde uvidí širokou škálu předmětů, od historických karetních her, komiksů a časopisů inspirovaných Sherlockem Holmesem až po rozhlasové scénáře, filmové a televizní rekvizity či kostýmy. (tz)

www.sherlockholmespraha.cz

Igráček slaví 50 let

Igráček už dávno nepředstavuje jen různé řemeslné profese. V průběhu padesáti let se spolu s dětmi proměňuje i tato legendární hračka. Dnešní děti oslovují především akční figurky s příběhem. A EFKO, český výrobce her a hraček z Nového Veselí, to moc dobře ví.

„Igráček je pro české rodiny pojem, ale spoléhat jen na legendu by byla krátkozrakost. Padesát let na trhu je pro nás závazek. Musíme přicházet s novými koncepty, které dnešní děti zaujmou, vtáhnou je do příběhu a zároveň je něco naučí. Proto jsme k jubileu připravili expediční sety MultiGO s podtituly Prehistorie a Egypt. Děti v roli malých paleontologů a archeologů nejen jezdí s auty a pracují s vybavením, ale také „vykopávají“ nálezy z přiložených bloků – objevují dinosaury, artefakty a souvislosti. Hra se tak přirozeně mění v objevování světa. V tom vidíme smysl a naši odlišnost od konkurence. Spojovat kvalitu české výroby s edukativním přesahem a poctivým příběhem, který dává dětem důvod se k hračce vracet. Naši ambicí není jen bavit na chvíli, ale zanechat pozitivní smysluplnou stopu. Igráček



se vyvíjí s dětmi – a právě tak má sílu inspirovat i další generaci,“ řekl Miroslav Kotík, majitel společnosti EFKO.

Igráček se zrodil v roce 1976 ve výrobním družstvu IGRA Praha. Autorem konstrukce byl Jiří Kalina, design navrhla Marie Pavlíčková Krejchová. První postavíčkou byl zedník, který vstoupil na trh právě v roce 1976. Tehdejší výroba probíhala v Mnichovicích u Prahy.

V 70. a 80. letech si díky jednoduchému, variabilnímu pojetí získal obrovskou oblibu u dětí v Československu i dalších zemích východního bloku. Po roce 1989 s příchodem západní kon-

kurence jeho popularita slábla a původní výroba postupně ustala. Novou éru odstartovalo EFKO. Od roku 2010 figurku znovu vyrábí v Novém Veselí a rozvíjí její svět i příslušenství. Dnešní Igráček má modernizovaný vzhled, například nos, otočná zápěstí, kvalitní potisky a materiály, a navazuje na tradici chytrých herních setů, které propojují příběhy, hru a učení. Stal se také vyhledávaným sběratelským artiklem. Sériově byly vyrobeny již vyšší stovky typů, patří mezi ně i limitované edice či figurky připravené na míru firemním klientům – například jako reklamní dárky. (tz)



TIGGO4

Chery má nový domov v Praze-Vršovicích

Prodej, servis – přijďte si pro svůj nový vůz.

CSH
CHERY SUPER HYBRID

**AUTOCENTRUM
DOJÁČEK**

www.dojacek.cz



Záruka



Servis



Financování *

* Při době splácení 3–5 let. Nabídka platí do konce roku 2026.