

P R O S P E R I T A

Madam Business®


NATUR HOUSE


Stopy

Eva Brixl

Vidím je já
Vidíš je ty
Opatruj ve sněhu náhodné šlápoty
Nakresli větvičku
Srdce cukrové
Společné otisky v čase rozpustné
Milovat se možná už za chvíli budeme
Tvá prosba jsem
Pralinka rumová
Na jazyku se rozplývá
Věrná tvé chuti nebývám
Stopy své ledové možná mi příště nakreslíš
Až budu hledat cestu
Jak ti být blíž



Jan
Gonda



Naučí vás jíst a hubnout

str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s reprezentantem značky NATURHOUSE
Janem Gondou, majitelem firmy REDUCCIA s.r.o.

ESTÉE LAUDER – omlazující krém pro moderní evropskou ženu

Filozofie společnosti Estée Lauder, jež zní „Každá žena může být krásná“, je obecně platná pro všechny ženy po celém světě; avšak každá žena má svůj vlastní přístup ke kráse.

Poté, co společnost Estée Lauder uskutečnila rozsáhlé studie se spotřebitelkami v Evropě, zjistila, že její zákazníci je moderní evropská žena, která hledá zjednodušený přístup ke kráse – chce moderní krém s několika různými účinky, jež



bude předvídat měnící se potřeby její pleti. Na základě těchto zjištění a výsledků špičkového genetického výzkumu představuje společnost

Estée Lauder svůj první komplexní omlazující krém vyvinutý zvláště pro tuto evropskou ženu – průlomový, vysoce účinný krém s několika různými účinky, který je tak mimořádný, že ho nelze pojmenovat nijak jinak než REVITALIZING SUPREME GLOBAL ANTI-AGING CREME.

Když pleť stárne, začíná být suchá, ztrácí mladistvou zářivost a její potřeby se neustále mění. Novou aktivací schopnosti pokožky vypadat mladší krém REVITALIZING SUPREME GLOBAL ANTI-AGING CREME předvídá měnící se potřeby pleti, reaguje na ně a dokáže pleti dodat své účinky získané díky moderní vědě, potřebné živiny a hydrataci pronikající hluboko pod její povrch a pomoci tak oddálit vznik viditelných známek stárnutí.

(tz)

O ženách historicky současných

Praha a její dcery je zajímavý název průkopnické výstavy, již na sebe významně upozornilo Muzeum hlavního města Prahy na podzim minulého roku. Tento počín na sebe navázal řadu dalších aktivit, jež průběžně obohacují naše znalosti informacemi o významných ženách minulosti a jejich odkazu dnešním dnům. Postupně vzniká také doprovodný program, v němž figurují i zajímavé ženy pražské současnosti. O tom všem jsem hovořila s PhDr. Zuzanou Strnadovou, ředitelkou Muzea hlavního města Prahy:

Výstava Praha a její dcery měla nejen úchvatnou vernisáž loni na podzim, ale má stále lákavý obsah. Jaké jsou doposud odezvy?

Odezvy jsou velmi dobré – a to nejen na výstavu, ale zejména na bohatý doprovodný program. Odezvou, které si velice vážím, je i navázání spolupráce s dalšími městskými kulturními organizacemi. Již v roce minulém Městská knihovna v Praze měla na svém webu zvláštní stránku, věnovanou „dcerám Prahy“ v literatuře. V roce 2012 pokračujeme spoluprací s Městskými divadly pražskými, kde 19. ledna, jako doprovodné výstavy našeho projektu, budou zahájeny výstavy „Krása, talent, nostalgie“ (v divadle ABC) a „Krása, talent, současnost“ (v divadle Rokoko) připomínající výrazné ženské osobnosti, které se v minulosti i současnosti podílely a podílejí na uměleckém profilu MDP. Dále jsme navázali spolupráci s kinem MAT, kde od začátku února do poloviny dubna budou každé pondělí večer promítány filmy významných českých režisérů, většinou za jejich osobní účasti. Po promítání bude následovat beseda s nimi.

Jak jste již naznačila, celou expozici doplňuje program besed na rozmanitá témata, jedna z nich byla s představitelkami 1. českého automotoklubu žen Praha.

Nač se zájemci mohou ještě těšit?

Až do poloviny dubna budou probíhat

jednou měsíčně sobotní semináře a také úterní setkání v Salónu výstavy, zaměřené na psychologické aspekty vztahů mužů a žen, feminizmus, gender a postavení žen ve 20. století i ženství a mužství v současném světě. Našími hosty, se kterými budeme besedovat, budou například novinářka Petra Procházková, psychoanalytik Jan Poněšický a další. Konkrétní programy i s pozvanými hosty jsou uváděny na našich webových stránkách www.muzeumprahy.cz.



PhDr. Zuzana Strnadová

Genderové otázky mohou být chápány rozmanitě – vaše výstava však k této problematice přistupuje velmi smysluplně. Jaké je v tomto ohledu její poslání?

Nevím, jestli mluvit o poslání by nebylo poněkud neskromné z naší strany. Výstava byla koncipována jako hlavní projekt (nejen výstavní) ke 130. výročí založení našeho muzea. Když radní královského hlavního města Prahy 3. 10. 1881 rozhodli o založení Muzea hlavního města Prahy, byli členy rady sami muži... 130. výročí založení muzea jsme oslavili společně se všemi zaměstnanci muzea, kde větší část tvoří ženy a ve vedení muzea je žen většina. Výstavou i doprovodnými programy jsme chtěli vyjádřit, jak je a bylo důležité, aby muži a ženy byli pospolu a zároveň si uvědomovali svoje odlišnosti. Jakýkoliv extrém z jedné či druhé strany nepřispívá k řešení běžných i větších problémů. Pála bych si, abychom toto našim návštěvníkům pomohli pochopit.

Z V E M E V Á S N A S E T K Á N Í V S A L Ó N U V Ý S T A V Y

Úterní podvečerní setkání v 18 hodin
moderuje Renée Nachtigallová

24. ledna
s lékařem a psychoanalytikem Janem Poněšickým
nad knihu Fenomén ženství a mužství

7. února
s novinářkou Petrou Procházkovou
Vstupné 30 Kč, snížené 15 Kč, po předložení vstupenky
s datem od 5.10.2011 vstup zdarma.

Sobotní seminář od 10 do 16.30 hodin

21. ledna
Ženy a muži očima psychologie

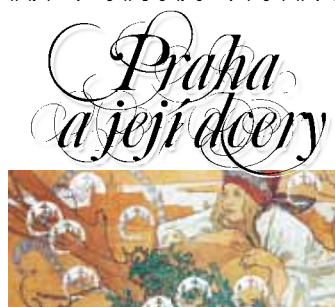
Program:
10.00 PhDr. Ludmila Trapková, MUDr. Vladislav Chvála:
Vývoj mužství a ženství v jazyce rodiny
z transgeneračního pohledu

11.30 PhDr. Olga Bejstová: Ženy a dětství v době Freuda

13.30 MUDr. et ThMgr. Prokop Remeš,
Máří Magdaléna a apoštol Tomáš

15.00 MUDr. et PhDr. Jan Poněšický, Ph.D.,
Fenomén ženství a mužství

Vstupné 50 Kč, na jednotlivé přednášky 30 Kč.



www.muzeumprahy.cz



Z nedávného setkání v podvečer, kdy s návštěvníky muzea besedovaly (zleva) Zuzana Otrubová a Alena Aulíková, reprezentantky 1. českého automotoklubu žen Praha

Nejsou v archivu muzea i nějaké zmínky o začátcích podnikání žen u nás? Třeba žen, které za První republiky provozovaly živnost, nebylo asi mnoho, ale příběh několika určitě existuje...

Příběhy určitě existují, ale nejsem historik, a tak to raději přenechám povolanějším a jinému rozhovoru...

Jak vás osobně výstava oslovila? Ostatně, ve vedení muzea, jak jste podotkla, pracují převážně ženy...

Podle mě není podstatné, jestli je ve vedení muzea většina žen, nebo mužů. Důležité je, abychom spolu otevřeně a slušně komunikovali a tvořili tým. Kdyby tomu tak nebylo, já sama bych toho příliš mnoho nedokázala. Uvědomila jsem si také, že jsem ráda, že žiji v této době a že mám kolem sebe lidi, kteří tu žijí se mnou. Ať už se jedná o blízkou rodinu, přátele, nebo spolupracovníky.

otázky připravila Eva Brixí

Žádné ženy ve vedení

67 procent českých firem

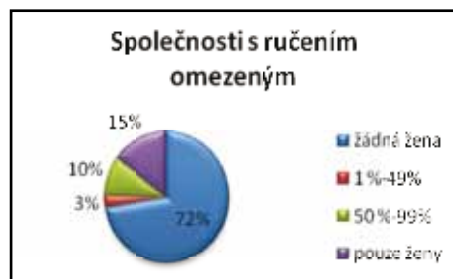
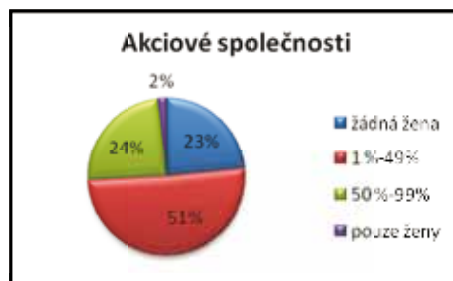
Ve statutárních orgánech 67 procent českých obchodních společností zcela chybí ženy. Ženy převládají pouze ve 14 procentech firem, ve zbývajících 19 procentech je obsazení statutárních orgánů smíšené. Přitom v současné době činí podíl žen studujících vysokou školu, díky níž mají lepší kvalifikaci pro řízení firem či založení vlastní společnosti, zhruba 60 procent. Vyplývá to z analýzy společnosti CCB – Czech Credit Bureau.

„Výrazný nepoměr žen a mužů ve vedení společností ukazuje, že ženy stále nemají kvůli tradičnímu pohledu na jejich roli stejné podmínky pro pracovní kariéru jako muži. Předpokládá se, že žena bude doma s dětmi a bude vytvářet rodinné zázemí. I přesto, že muži mají možnost zůstat s dětmi doma, situace v Evropě ani u nás neukazuje, že by v nejbližší době tento trend převážil,“ řekla Věra Kameníčková, vedoucí analytického oddělení společnosti CCB – Czech Credit Bureau.

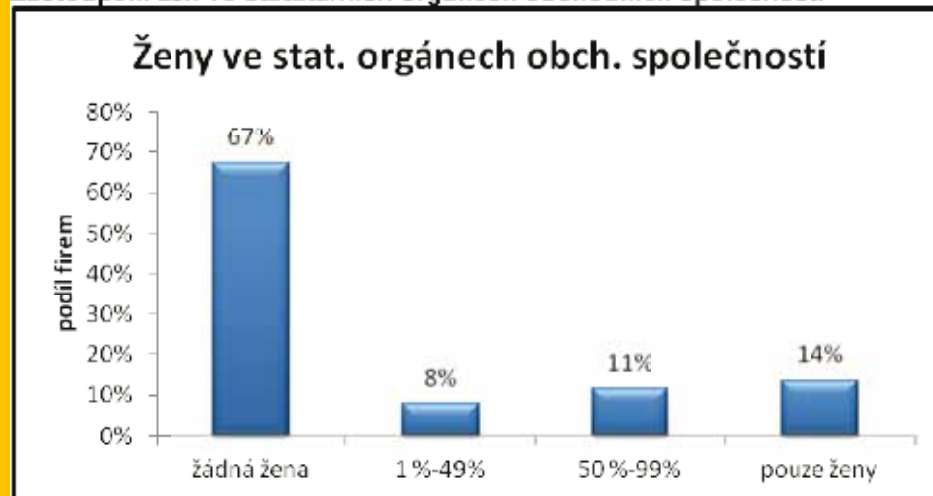
Na druhou stranu analýza zjistila, že ve více než 14 procentech společností figurují ve statutárních orgánech samé ženy. Nejvíce subjektů se stoprocentním zastoupením žen je mezi společnostmi s ručením omezeným, což je dáno tím, že tuto právní formu často řídí nebo vlastní pouze jedna osoba.

U 10 procent družstev figurují ve statutárních orgánech pouze ženy a ve 38 procentech jsou zastoupeni pouze muži. U společností s ručením omezeným najdeme výhradně muže u 72 procent firem. Jakousi výjimku tvoří akciové

Zastoupení žen ve statutárních orgánech obchodních společností



Zastoupení žen ve statutárních orgánech obchodních společností



Pramen: CRIBIS.CZ, CCB-Czech Credit Bureau, a.s.

společnosti, kde je možné ryze mužské vedení nalézt pouze u necelé čtvrtiny z nich. „Za relativně vysokým zastoupením žen u akciových společností stojí patrně skutečnost, že statutární orgány u této právní formy jsou nejpočetnější, což zvyšuje pravděpodobnost, že v nich existuje alespoň

jedna žena,“ dodala Věra Kameníčková. Z hlediska odvětví je nejvíce přátelským sektorem k působení žen ve statutárních orgánech textilní a oděvní průmysl a doprava, skladování a cestovní kanceláře. V obou případech tvoří společnosti s výlučně ženami obsazenými statutárními orgány více než pětinu, tedy zhruba 22 procent. U nejčastěji zastoupeného odvětví obchodu má 15 procent společností smíšené obsazení statutárních orgánů a stejné množství jich má ve statutárních orgánech pouze ženy. Z toho vyplývá, že 70 procent společností působících v odvětví obchodu nemá ve statutárních orgánech ani jednu ženu. „Nepřekvapí, že ve stavebnictví až 80 procent firem nemá ve statutárních orgánech ani jednu ženu. I podíl společností s výlučným zastoupením žen ve statutárních orgánech je v případě tohoto odvětví velmi malý, zhruba 7 procent,“ vysvětlila Věra Kameníčková. Co se týče zastoupení žen ve společnostech dle výše zisku, vyšší zastoupení žen ve vedení firmy nalezneme spíše u menších subjektů (s tržbami do 10 mil. Kč za rok).

(tz)



Jak naskočit

Lenošili jste o vánočních svátcích? Já to chtěla zkusit. Že bych si konečně jednou vychutnala volno a užila si nepoznané sladké nicnedělání? Jak bláhové! Můj pokleslý krevní tlak a adrenalin životní aktivity vyskočily souběžně a přehlušily naději na relax, jaké mé tělo i duše potřebovaly. Stalo se tak po jediné doplňkové návštěvě u lékaře specialisty, který mi již v půli prosince s pomstychtivostí sobě vlastní radostně sděloval, že mezi Štědrým dnem a Silvestrem ordinuje a že se mám zastavit. Když mi předával zprávu o výsledku svých úvah nad zdravotním stavem mého opotřebovaného já, okomentoval to slovy: játra mírně zvětšená, přesto obezita, vysoký tlak, tuky, cholesterol, přísná redukční dieta, rizikový pacient, a dejte pozor, ať to s vámi někde neseke. Jediný okamžik, kdy se kysele usmál.

Ty dědku jeden, pomyslela jsem si. Kdybych byla tak nerudná a zelená jako ty, jak bych po světě mohla chodit? Vrhla jsem na něj pohled, na jehož základě musel poznat, že jeho sexepíl je pod bodem mrazu. Zašklebila jsem se nad vidinou toho, že se stanu pomateným vegetariánem v podobě tyčky od plotu. A také – já že nemám pohyb? Víš jen, ty chlapče, kolik běhání mě stálo úsilí napéct cukroví? A teď bych se měla dívat, jak si dává do nosu tchýně, jak spořádá vše, oč se nezasloužila? A já zítra jen mrkev a zelí? Do roku 2012 jsem byla nastartovaná dřív než orloj na Staroměstském náměstí. Touha po lenošení u televizních pohádek vzala za své, musela jsem ze sebe ty emoce vymlátit aspoň úklidem kuchyně po předvánočním běsnění. A neduhy zvládám silou vůle mít radost ze života. Směřuji se vlastním prohrám, míchám zeleninové saláty a u toho listuji v kuchařkách stránkami o domácí zabíjačce.

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Rychlé meditace pro zklidnění těla a mysli

Schází vám ve shonu všedního dne pocit uvolnění? Jste příliš zaneprázdnění či ve velkém stresu? V knize najdete mnoho rychlých meditativních cvičení, od půlminutových až po pětiminutových, které vám pomohou výrazně omezit pocit stresu, zlepšit vaše zdraví a získat více energie. Tato meditativní cvičení jsou snadno naučitelná a velmi efektivní. Můžete díky nim meditovat kdykoliv a kdekoliv – během chůze, jídla,

práce, při čekání, cestování či dýchání... Pomohou vám žít „tady a teď“ a více si užívat života. Autor, který je nejuznávanějším australským učitelem meditace, tato cvičení už naučil tisíce lidí.

partneři www.madambusiness.cz

Amway

www.amway.cz

your chance

www.yourchance.cz

Genius Media

www.geniusmedia.cz

OREA
HOTELS

www.orea.cz

UniCredit
leasing

www.unicreditleasing.cz

LG
Life's Good

www.lg.com

ng

www.ngprague.cz

resort
SVATÁ KATEŘINA

www.katerinarresort.cz

KIA
KIA MOTORS
The Power to Surprise

www.kiamotors.cz

Edenred

www.edenred.cz

REGINA
KOSMETIKA

www.reginakosmetika.cz

credium

www.credium.cz

Templarske

www.templarske-sklepy.cz

BON-BON

www.bon-bon.cz

VOX
kruhy, semináře
reklama, marketing

www.vox.cz

211

www.zpmvcr.cz

Model

www.modelpraha.cz

zts

www.zts.cz

AB
COSMETICS

www.ab-cosmetics.com

VEZDRA
RATING

www.economy-rating.cz

COOP
CENTRUM

www.coop.cz

Cetelem

www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 6, leden 2012

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové
e-mail: brixix@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?



►► **Štěpánka Filipová**
ředitelka marketingu a komunikace,
tisková mluvčí, CzechInvest

Komunikaci vnímám jako nezbytnou a často velmi milou součást osobního i profesního života. Její význam – zejména v pracovním světě – roste a nadále růst bude spolu s rychlostí, množstvím i kvalitou předávaných informací. Na druhé straně fakt, že internet snese všechno, dává prostor také autorům, které jazykové vzdělání minulo už na základní škole, a to mě jako bývalého novináře vážně mrzí. Práce se slovy bývá často objevná, nezávisle na tom, zda se jedná o text mluvený, či psaný. Jsou-li významy pěkně spojovány, je radost mluvit, číst nebo pouze poslouchat. Pokud to nejde, ticho má také něco do sebe.

Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?



►► **Ing. Radek Šulta**
ředitel společnosti, člen představenstva
Česká mincovna, a.s.

Možná to vyzní jako klišé, ale na ženách podnikatelek či manažerek si cením především toho, že dokáží skloubit svoji profesní kariéru s rodinným životem. Z vlastní zkušenosti vím, že v mém „žebříčku“ je vlastní rodina často na druhé koleji a bez manželky by její chod byl nemyslitelný. Pokud jde o samotné profesní atributy, tak jako největší přednost u žen v podnikatelské sféře vidím jejich způsob komunikace a empatie, což jim umožňuje – na rozdíl od mužů – udržet si jakýsi nadhled a lepší zvládání stresových situací. Dále musím ocenit jejich větší cit při delegování úkolů, a samozřejmě, kterou muži automaticky předpokládají, ale málokdy docení, je jejich pečlivost.

Informace do kabelky

Epson má svůj první mobilní skener pro firmy

Společnost Epson vstupuje na trh mobilních skenerů. Cílem je umožnit firemním pracovníkům, například obchodním zástupcům a prodejcům na veletrzích, snadnou správu dokumentů i mimo kancelář. Prvním modelem z této nové řady je WorkForce DS-30, přenosný skener formátu A4, díky němuž mohou lidé z domácích kanceláří, malých firem i velkých společností jednoduše, rychle a bez obtíží digitalizovat materiály na pracovišti i mimo něj.

Model DS-30 je zárukou prvotřídní mobility. Jedná se o jeden z nejlehčích skenerů pro firmy na trhu – váží pouze 325 gramů a má malé rozměry. Lze jej snadno vzít kamkoli s sebou a je napájen pomocí rozhraní USB 2.0.

Model DS-30 je navíc vybaven sadou pro správu dokumentů, díky níž jsou k dispozici pokročilé funkce. Software EpsonScan tak nabízí širokou škálu funkcí včetně tvorby prohlídatelných souborů PDF, vynechání barev RGB, automatického vyrovnání

zkosení, automatického zjištění velikosti dokumentu, zabezpečení PDF, vylepšení textu, automatické segmentace oblasti a odstranění děrování. Software Abbyy FineReader obsahuje funkci optického rozpoznávání znaků (OCR) a aplikace Presto! BizCard 5 usnadňuje správu vizitek.

(tz)



Fotky s ušlechtilým posláním

Fotografie Bohuslavy Šenkýřové, zakladatelky Společenství škol a rektorky Vysoké školy finanční a správní, jejímž velkým koníčkem je cestování, nevypovídají jen o exotice zemí, které postupně navštěvuje. Jsou zároveň dobrodružnou sondou do krás přírodních scénérií, úžasem nad výpovědí architektury dávných časů i současnosti, zrcadlem úsměvných legráček často z říše zvířat. Také a možná především zachycením okamžiku tváří místních obyvatel, lidí a lidiček neznámých, kteří mají k ostatním na této planetě své velké poselství: jsme tady, žijeme, pracujeme a věříme, že zítra zase vyjde slunce, padne rosa, z nebe zaševerlí déšť, vyroste keř, uzraje ovoce.

S fotoaparátem v ruce zdokumentovala Bohuslava Šenkýřová řadu destinací, poznala místa, kam si přála vstoupit a která zanechala v jejím nitru stopy vzpomínek. Svědectvím je několik nástěnných kalendářů VŠFS (dnes vlastně soukromé univerzity), výpravná publikace Srdcem Bohuslavy Šenkýřové, která vyšla koncem loňského roku, i výstavy fotografií. Vernisáž té v řadě poslední se uskutečnila 17. ledna v Muzeu města Ústí nad Labem. Zmíněné aktivity přinášejí radost, ale nejsou samoúčelné a jen pro potěchu cestovatelky, fotografky, manažerky, ženy, která přemýšlí o mnohých souvislostech s vizemi jí vlastními. Jsou z velké části ku podpoře zájmu o exotické destinace, jejichž cestovní ruch přispívá k rozvoji ekonomiky daných zemí, ale především k tomu, aby prostředky z prodeje fotografií, kalendářů i knihy a získané prostřednictvím výstav plynuly do Stipendijního fondu školy a umožňovaly tak dosáhnout na vzdělání například hendikepovaným lidem.

(rix)



Bohuslava Šenkýřová (uprostřed) při slavnostním zahájení výstavy v Muzeu města Ústí nad Labem



Malé firmy nemusí měnit svět

Podnikání a řízení firem již zdaleka není tak intuitivní jako v začátcích novodobé historie České republiky. Business se stal vyhledávanou půdou pro seberealizaci nejen mužů, ale i žen, které v něm nacházejí příležitost k tvořivému nacházejí sebe sama. Neobejde se to však bez dalšího vzdělávání, studia odborné literatury, vyhledávání publikací, jež mají co sdělit každodenní živé praxi.



Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA,
generální ředitel společnosti SINDAT

Jednou z takových je Management & controlling malé a střední firmy, kterou napsal Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA, generální ředitel společnosti SINDAT, která řídí majetkové účasti skupiny výrobních a výzkumných podniků. Spolupracuje s akademickou a zaměstnavatelskou sférou, je děkanem Fakulty ekonomických studií VŠFS a předsedou Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Čerpat z jeho zkušeností není na škodu. Zeptala jsem se ho:

Jste autorem publikace Management & controlling malé a střední firmy, kterou v závěru loňského roku vydalo nakladatelství Eupress. Základem k jejímu vzniku byly vaše přednášky studentům, četná vystoupení na konferencích, bohatá publikační činnost i snaha osvětlit základy úspěchu v podnikání...

Kniha vznikala několik let a je završením mých asi pěti předcházejících publikací. Nejdříve jsem si správnost svého záměru – její obsah ověřil na studentech v rámci několikaletých přednášek, poté na odborných konferencích a kurzech pro podnikatele, později jsem na to téma připravil skripta a učebnice a otestoval

prodej a nakonec jsem vše shrnul do odborné monografie. Tento postup se osvědčil, neboť po pár týdnech je většina z nákladu prodána a již se připravuje verze ruská a anglická.

Kniha může velmi dobře posloužit také těm nadšencům, kteří se na dráhu podnikání teprve chystají, třeba ambiciózním ženám, které rády dělají věci „po svém“. Jaké pasáže byste zejména doporučil jejich pozornosti?

Je pojata tak, aby byla uchopitelná jak pro studenty, tak pro podnikatele. Reaguje na zásadní změny v řízení podniků a je postavena na pochopení plánování, stejně tak na přísném controllingu a minimalizování rizik. Jedná se o prolnutí teorie managementu a personálního řízení s exaktním finančním řízením, založeném na manažerském účetnictví. Navíc je kniha doplněna asi třiceti příklady z hmatatelných tuzemských firem a příběhy úspěšných českých manažerů a manažerek. Přiznám se, že jsem alergický na stokrát odvyprávěné virtuální příběhy o Apple, Microsoftu apod. Nejenže jsou obvykle vymyšlené, ale hlavně si z nich malá regionální firma mnoho neodnese.

Ty úspěšné ženy mě zajímají.

O kom si tedy můžeme přečíst?

Představil jsem tři špičkové manažerky a podnikatelky středních organizací, záměrně ze zcela odlišných odvětví. Ze státní organizace Evu Sykovou, jednu z nejrespektovanějších žen českého veřejného života, šéfkou Ústavu experimentální medicíny. Dále Evu Hanákovou, z oblasti vydavatelské, které dokázala vytvořit nejlepší ekonomický novinářský tým mezi tuzemskými časopisy (Ekonom) a získala si nebývalý respekt jak v business sféře, tak v redakci. Nakonec jsem představil Bohuslava Šenkýřovou, která z nuly vybudovala největší soukromou

tuzemskou skupinu škol, od mateřské až po univerzitu (VŠFS).

Zakládání mikrofirem se neobejde bez nadšení a iluzí. Jaké nebezpečí hrozí?

Nejen mikrofirmy, každá firma by měla být zakládána s optimizmem. Je třeba si ovšem uvědomit, že podnikání není pro ty, kteří jej berou jako alternativu v případě neúspěchu v běžné práci. Naopak, šanci přežít mají pouze ti nejschopnější, ochotní podstupovat trvalá rizika, ti, kteří jsou ochotni naslouchat, učit se a tvrdě pracovat. Ti, pro které peníze jsou až druhotnou motivací. Nezapomeňme, že 95 % malých a středních firem v Evropě nepřežije pátý rok od svého založení.

Mnoho žen na mateřské dovolené sní o tom, jak se ještě jinak seberealizovat, začínají podnikat z domova, přes internet, sprádaají plány, vstupují do světa businessu bez investic a věří, že budou mít radost z nového. Jaký na to máte názor?

Dovedu si to představit, ale musí to být dobře promyšlené. Čímž říkám, že si musí vytvořit kvalitní domácí zázemí. Má-li mít podnikání smysl a šanci na úspěch, potom není možné je odsouvat na druhou kolej. Varianta, že žena bude doma

s dítětem a občas si odskočí za zákazníkem, jak jí čas dovolí, je špatnou volbou. Nicméně zvládnout se dá cokoli, jak rodina, tak manažerská práce nebo podnikání. Záleží do vysoké míry na organizačních schopnostech a houževnatosti, pochopitelně i na partnerovi.

Má smysl budovat od začátku značku produktu či služby?

Budovat značku je velmi náročné, stojí to velké úsilí, mnoho peněz a ani to ještě není u malých firem zárukou úspěchu. Pokud se to podaří, je to přirozeně velká výhoda, ale řízení značky je spíše doménou korporací. Malé firmy nemusí měnit svět, výborně prosperují i neznámé regionální firmy, založené na individuálním přístupu, na perfektní a rychlé službě, na



Přiznám se, že jsem alergický na stokrát odvyprávěné virtuální příběhy o Apple, Microsoftu apod. Nejenže jsou obvykle vymyšlené, ale hlavně si z nich malá regionální firma mnoho neodnese.

Partnerské hádky za volantem

Sedáte-li za volant po hádce s partnerem, zvyšuje se pravděpodobnost, že zapříčiníte dopravní nehodu. Vyplývá to z průzkumu pojišťovny MORE THAN, sesterské společnosti DIRECT Pojišťovny, jenž proběhl mezi řidiči ve Velké Británii. Více než třetina (36 %) respondentů totiž uvedla, že těsně po hádce věnují méně pozornosti řízení, zatímco dalších 19 % přiznává, že po partnerské rozepři řídí roztěkaně. DIRECT Pojišťovna proto řidičům přináší návod, jak se účinně po hádce rozptýlit a snížit tak riziko nehody.

Ve výzkumu se téměř třetina (31 %) motoristů přiznala, že bezprostředně po vášnivém rozmlíse s partnerem sedají do auta a řídí pak agresivně. Na britských silnicích je vztek za volantem po milenecké hádce důvodem téměř 2,5 milionu bouraček a nehod. Pojišťovna MORE THAN proto vypracovala ve spolupráci se vztahovou psycholožkou Honey Lancaster-Jamesovou unikátní systém, který hodnotí závažnost sporu a zkoumá jeho následky. Zároveň nabízí doporučený způsob zklidnění před usednutím do vozu.

Typ sporu: Tichý vzdor

Následky: Když se stanete terčem „tichého vzdoru“, cítíte se ublíženě a můžete mít tendenci uvolnit svůj vztek trochu razantnějším sešlápnutím pedálu. Doporučený způsob uklidnění: Alespoň pět minut. Měli byste svůj vztek před jízdou uvolnit například tím, že zavoláte kamarádovi / kamarádce nebo alespoň pošlete textovou zprávu. Nabudete pocit, že vám někdo naslouchá a tendence k rychlé jízdě bude slabší.

Typ sporu: Jízlivé poznámky

Následky: Stanete-li se terčem jízlivých poznámek, můžete se cítit naštvaně a ublíženě. Svůj vztek pak můžete namířit i proti jiným řidičům, a to třeba „nalepením se“ na vozidlo před vámi. Doporučený způsob uklidnění: Alespoň 10 minut.



Řidiči by se měli zamyslet nad tím, co přesně je na jízlivé poznámce naštvato, čím se jim dostala pod kůži. Pokud na ní není nic pravdivého, tak by to měli nechat plavat. Jestli na ní je něco pravdy, tak je potřeba situaci řešit později. Celou záležitost prostě uzavřete tak, že se několikrát hluboce nadechnete.

Typ sporu: Vášnivá debata

Následky: Po vášnivě debatě s partnerem můžete cítit úzkost ohledně stavu svého partnerského vztahu. Tento druh strachu může působit rušivě a může odvést vaši pozornost od řízení. Zcela jistě tím bude dotčena rychlost vaší reakce. Doporučený způsob uklidnění: Alespoň 15 minut. V takové situaci byste před usednutím do vozu měli svému partnerovi zatelefonovat nebo mu poslat textovou zprávu. Pokuste se spolu problém vyřešit nebo alespoň po roztržce trochu prolomit ledy. Pokud se nedovoláte, tak třeba na chvíli zavzpomínejte na okamžiky v minulosti, kdy jste se pohádali, ale zase se usmířili a život šel dál.

Typ sporu: Výměna ostrých slov

Následky: Po výměně ostrých slov s partnerem bývá řidič v psychologickém stavu tísně. Při stresu lidské tělo reaguje a připravuje se na boj nebo únik. Když je řidič za volantem a probudí se v něm instinkt úniku, může mít tendenci k rychlé jízdě, může řídit roztěkaně. Doporučený způsob uklidnění: Alespoň

30 minut. Tělu by měl být dán dostatečný čas, aby se zklidnilo, aby se usadila hladina adrenalinu a zpomalil srdeční tep. Je dobré dělat pomalé, šest sekund trvající nádechy a výdechy, tj. při výdechu napočítat do šesti a stejně tak i při výdechu. Tím si zklidníte tep a uklidníte se. V této fázi by se lidé neměli snažit své záležitosti s partnerem řešit; situace by se tím pravděpodobně jen zhoršila.

Typ sporu: Výbuch vzteku

Následky: Výbuch vzteku vede k nejzávažnější formě agrese za volantem – akutní emocionální rozrušení bývá příčinou extrémně nebezpečné jízdy. Když se řidič dostane v tomto stavu za volant, může mít tendenci k rychlé jízdě, agresivnímu chování k dalším řidičům, jízdě v těsné blízkosti ostatních vozidel a zbytečnému riskování (například předjíždění v nebezpečných situacích). Silnými emocemi bývají řidiči velice rozrušeni. Doporučený způsob uklidnění: Minimálně hodina. Dříve, než se dostanete do blízkosti svého auta, měli byste se pokusit kontaktovat svého partnera a trochu pročistit vzduch, pokud je to možné. K tomu, aby se emoce vrátily do normálu a aby tělo dostalo šanci reagovat na původní stresovou reakci, je zapotřebí čas. V této situaci obvykle pomáhá celou věc probrat s kamarádem/kamarádkou, jelikož se tak člověk nad problémem racionálně zamyslí. Je to rozhodně lepší než sednout za volant a ohrozit sebe i druhé. (tz)

► znalosti prostředí a osobních vazbách nebo na subdodávkách velkým firmám.

Ráda bych si založila firmu na prodeji nápadů. Co byste mi doporučil, abych měla šanci uspět?

Tak především ten dobrý nápad. Ale to je při vši účtě hrozně málo. Nápady má kdekdo. Dát jim řád a smysluplnou myšlenku je druhý krok. Pak musíte přesvědčit někoho, kdo jej zafinancuje, ale to neberu jako hlavní překážku, zdrojů je na trhu dost. Nejnáročnější je překlomit vše následně do reality a zabezpečit návratnost vložených peněz plus efekt navíc. Pokud se vám to podaří, jste úspěšná podnikatelka, pokud nikoliv, nikdo vám příště nedá ani korunu.

ptala se Eva Brixi

Vyhodnocení soutěže

Channel Crossings

Milé čtenářky, ve spolupráci s prestižní jazykovou školou Channel Crossings jsme pro vás připravili soutěž, která prověří vaše znalosti angličtiny. Desátou soutěžní otázkou jsme zveřejnili v prosincovém čísle Prosperity Madam Business.

Správná odpověď je:
c) gifts.

Vítězce prosincové soutěže Miroslavě Vohralíkové z Hradce Králové blahopřejeme a posíláme dárkový balíček z oblasti jazykových služeb. Všichni účastníci obdrží roční přístup k on-line studijnímu programu angličtiny, němčiny nebo francouzštiny v hodnotě 490 Kč.



Mnoho štěstí, zdraví a úspěchů
v novém roce 2012

ZNOVÍN ZNOJMO, a.s.
SE SÍDLEM V ŠATOVĚ

Provident je hlavně o lidech

„Jedeme! Nejedeme.“ Většina z nás si pod jménem Provident vybaví televizní reklamu s rodinou, které se před dovolenou porouchá auto. I pro mne bylo překvapením, když jsem zjistil, že Provident Financial, britská finanční společnost, byla založena už v roce 1880, působí v šesti zemích a jenom v ČR má víc než čtvrt milionu zákazníků. O tom, jak se snoubí britská tradice s moderním přístupem k byznysu ve znamení mobility, jsem si povídal s Vendulou Pongráczovou, která patří k nejmladší manažerské generaci a v Providentu ještě nepracuje příliš dlouho. I přesto, nebo možná právě proto, jí při rozhovoru nechyběl potřebný nadhled i jasný názor. Nejen o odměňování a motivaci zaměstnanců, což je její pracovní náplní, je následující rozhovor.

Provident jako nejznámější poskytovatel půjček pro domácnost své prioritní postavení nezískal náhodou. Čím podle vašeho názoru přitahuje klienty?

Zásadou Providentu je, že nabízí jednoduché a srozumitelné podmínky. Nemá žádné skryté poplatky a penále. Klient ihned ví, kolik za půjčku zaplatí. Z těchto důvodů se Provident stal i vítězem Indexu etického úvěrování. Dáváme také na výběr, zda bude klient chtít vyplatit půjčku převodem z účtu nebo ji dostane v hotovosti. Pokud se rozhodne pro hotové peníze, náš obchodní zástupce mu je přiveze až domů a pak pravidelně jezdí pro splátky. Klient nemusí chodit ani do banky ani na poštu, ale vše probíhá v pohodlí jeho domova.

Tohle je opravdu klientsky vstřícná služba! Co všechno pro pohodlí člověka děláte?

Vždy klademe velký důraz na osobní přístup. Když se rozhodujeme, zda půjčku poskytneme, obchodní zástupce navštíví klienta doma a posoudí jeho situaci. Tím, že se s naším klientem vidíme tváří v tvář každý týden, můžeme okamžitě reagovat na náhlé změny v jeho finanční situaci. V případě výpadku příjmu kvůli nemoci nebo ztrátě zaměstnání se s klientem můžeme domluvit na snížení, nebo dokonce na odložení splátek do doby, než se jeho situace opětlepší. Díky pravidelnému kontaktu také našim zákazníkům můžeme pomoci při plánování rodinného rozpočtu a poradit jim, jak lépe zacházet s penězi. To je

ostatně i náplní našeho vzdělávacího programu Abeceda rodinných financí, kterým se snažíme zlepšovat finanční povědomí mezi lidmi.

Jak dlouho pracujete v Providentu?

Jen šest měsíců.

To není dlouhá doba. Čím si vás zaměstnavatel získal? Připomenu, že jste přišla z renomované společnosti Ernst & Young.

Rozhodování nebylo tak těžké. Pracovala jsem v oddělení daňového poradenství a Provident byl jeden z mých prvních klientů a zůstal jím po celou dobu mého působení v Ernst & Young. Zнала jsem společnost tedy velmi dobře a věděla jsem, že lidé v Providentu jsou velmi schopní a zároveň přátelští. Nebyl to krok do neznáma. Líbí se mi také firemní kultura Providentu, která vychází z britské tradice. Zaměstnanci si tykají, což podle mého názoru podporuje otevřenou komunikaci. Každý zaměstnanec může přijít k řediteli a otevřeně mu říci, co si myslí. V neposlední řadě oceňuji suchý anglický humor, kterým mě náš generální ředitel vždy rozesměje.

V předchozím zaměstnání jste se zabývala mimo jiné mezinárodním pohybem zaměstnanců a jejich zdaněním. Máte možnost v Providentu tyto zkušenosti využít?

Provident výrazně podporuje mobilitu



Vendula Pongráczová

zaměstnanců už jenom proto, že působíme v šesti zemích. Centrálu máme v Anglii, pobočky v Mexiku, Polsku, Rumunsku, Maďarsku, České republice a na Slovensku. Kromě několika britských kolegů, kteří působí u nás v Praze, máme kolegu, který vede mexickou pobočku a v minulosti několik kolegů pracovalo v anglické centrále. V neposlední řadě máme mnoho přesunů mezi Čechy a Slovenskem a naopak. Myslím si, že získání pracovních zkušeností v zahraničí je velmi důležité. Člověk dostane určitý nadhled a schopnost řešit situace z různých úhlů.

Týká se to i vás?

Ano, mám s prací v zahraničí zkušenosti. Během působení v Ernst & Young jsem dostala možnost strávit půl roku v Bratislavě a stejnou dobu v Berlíně. I když patří obě země do regionu střední Evropy, překvapila mě rozdílnost firemní kultury. Na Slovensku byli kolegové velmi přátelští, hned první den mne pozvali na oběd, zorganizovali mimopracovní aktivity. V Německu trvalo několik týdnů až měsíců, než se prolomily ledy, než mě začali respektovat v mimopracovním životě, než mě někdo pozvali.

► **O vysílání zaměstnanců do zahraničí jste měla přednášku i na jedné vysoké škole...**

Problematika mobility zaměstnanců je dosti složitá a zajímavá. Hovořili jsme se studenty o tom, na co vše se zaměstnavatel musí podívat, když přijme cizí zaměstnance nebo naopak, když vyšle své lidi do zahraničí. Praha se v tomto ohledu těší mimořádnému statutu, patří k velmi oblíbeným místům pro zahraniční zaměstnance. Hodně nadnárodních firem zde provozuje centrálu pro region střední a východní Evropy. Důvodem není jen výhodná geografická poloha, ale Praha je pokládána za velmi příjemné místo k životu. Oceňuji historické krásy města a bezpochyby i výborné pivo.

A jak se chce Čechům do ciziny?

Zvykají si, protože to je určitě trend posledních let. Stále častěji své zaměstnance vysílají firmy na východ, kde se zejména Ruská federace stává jejich dočasným působištěm. Nicméně nejobvyklejším místem vyslání do zahraničí jsou stále sousední země Slovensko a Německo. Provident je v tomto dobrým příkladem. Naše společnost má sdílené manažerské funkce s naší sesterskou společností na Slovensku a většina lidí z nejvyššího vedení vykonává práci i ve Slovenské republice. Pro mě osobně je to velký stimul nejen pro nové zkušenosti v oblasti odměňování a pracovníprávních otázek, ale práce tak získává na zajímavosti.

Cítíte se jako žena v top managementu přirozeně, jste dokladem toho, že Provident nedělá mezi zaměstnanci rozdíl podle pohlaví?

Provident je hrdý na to, že se stal průkopníkem v politice rovnosti příležitostí. Jako první v ČR absolvoval Audit rovných příležitostí a obstál na výbornou. Nyní po dvou letech absolvujeme další kolo, abychom certifikát obhájili. Zaměstnanci a zaměstnankyně mají v Providentu stejné postavení. Pro mě to ani není téma k rozhovoru, protože žádnou rozdílnost, pokud se týče pohlaví, věku či vyznání, nevnímám. Nehraje to žádnou roli v odměňování a ani jinde. V Providentu tvoří větší část zaměstnanců ženy a tomu odpovídá i jejich zastoupení ve vedení.

Jste odpovědná za odměňování lidí ve firmě, která poskytuje finanční služby. Jak nastavit motivační složku mzdy tak, aby byla vyvážená s ohledem na výkon a na pevné firemní vztahy mezi lidmi?

Musíme oddělit finanční složku odměňování od té složky nepeněžní. Provident klade velký důraz na budování a stmelování týmu, na spokojenost zaměstnanců. Dáváme si zpracovat průzkum angažovanosti, což sice nezní nejlépe, ale termín dost dobře vyjadřuje stupeň zaměstnanecké

spokojenosti i to, jak jsou lidé motivováni a proaktivní směrem ke své společnosti a nebojí se vyjádřit, co si myslí. Zvyšování této „angažovanosti“ patří k hlavním cílům pro letošní rok v oblasti lidských zdrojů. Každý z manažerů má akční plán, jak se svým týmem pracovat a jak dále podporovat motivovanost lidí. Během výroční konference vyhlašujeme „zaměstnance roku“ v různých kategoriích.

Vaše oddělení jde příkladem?

Například aby měli zaměstnanci dostatek informací, dohodli jsme se na pravidelných společných snídaních, že je budu informovat o dění ve vedení společnosti. Jednou v měsíci se dohodneme, kdo napeče a při dobré snídani si hodinu neformálně povídáme o pracovních záležitostech. Přáli jsme si, aby zaměstnanci získali pocit, že si nejen nadřizují, ale i kolegové jejich výkonu váží. Proto jsme zavedli soutěž „osobnost měsíce“. Každý může dát svůj hlas jinému zaměstnanci za to, co pro ostatní v práci udělal, jak pomohl a podobně. Vítěz pak získá odměnu.

Funguje to?

Ano, velmi dobře. Nejoblíbenější bývají ty neformální schůzky.

A pokud jde o peníze?

Co se týče pohyblivé složky odměny, tvoří přibližně třetinu základní mzdy. Využíváme ji především v obchodě, ale máme ji také v call centru a v podpůrných odděleních. Odměny vždy reflektují strategii a nastavené cíle společnosti. Pracujeme nyní na novém motivačním schématu, které by nám mělo zajistit dlouhodobý rozvoj i podpořit strategické myšlení manažerů. Naším cílem je zajistit dobré pracovní prostředí, omezit fluktuaci a nebo také podporu k odpovědnému obchodnímu rozhodování. Kromě „tvrdých“ obchodních cílů se chceme zaměřit i na podporu mezilidských vztahů a kvalitu zákaznického servisu.



Podepsala jste petici poslancům za zákaz kouření ve veřejných budovách. Máte s tím sama osobně problém, nebo to vyplynulo z požadavků vašich zaměstnanců?

Byla to moje soukromá iniciativa. Petice skončila v parlamentu, kde chybí vůle většiny zákonodárců zákaz kouření ve veřejných prostorách prosadit. Ale nemám pocit, že to byla zbytečná snaha. Jsem ráda, že se otevírá stále víc nekuřáckých restaurací. Na druhou stranu mě mrzí, že mnozí hostinští stále nechápou, že zakouřené prostory jim odrazují hosty.

Vášim oblíbeným sportem, jak jsem se dozvěděl z webu, je cyklistika. Žena ve spojení s kolem na závodní úrovni patří ke zjevům spíše výjimečným. Čím vás dostalo? A nějaké typicky ženské koníčky?

Ráda jezdím v terénu, skákat v lese přes kameny a kořeny miluji. I stoupání do kopců, když se člověk vydává z posledních sil, se mi moc líbí. Co je na tom úsměvné, mám růžové kolo se špičkovým vybavením. Proto se s ním nebojím podnikat extrémní kousky. Líbí se mi ten kontrast „dívčí“ barvy a mimořádných možností.

A váš největší výkon?

Oblíbila jsem si Lužické hory, ráda se svezu i směrem na Karlštejn, ale nejvíc jsem se asi našlapala v Rakousku, kde ani převýšení 1600 metrů nebyl problém. Ráda také běhám, v zimě na lyžích, začala jsem hrát tenis a chodím na hot jógu a power jógu.

Máte i typicky ženské hobby?

Věnuji se vaření. Oblíbila jsem si exotická jídla, zejména thajské a japonské kuchyně, ale nevyhýbám se ani francouzské a italské gastronomii a české klasice. S přáteli pořádáme večírky, kde spojujeme jídlo s dobrým vínem. Například uspořádáme francouzský večer s hovězím na víně, doplněným degustací nejruznějších francouzských vín. Podobně při japonském večeru jsme pořádali soutěž v balení sushi. Spojuji tak tři příjemné věci – setkám se s přáteli, uvařím a vše doplním someliérstvím.

Máte ráda i domácí vína?

Moc, jezdíme na Moravu a poznáváme oblasti a jejich produkty na vinných stezkách. Často se přemístíme i do Rakouska.

S jakými plány vstupujete do roku 2012, co od něj očekáváte a co byste si přála za splněné přání?

Za Provident bychom byli rádi, kdyby se co nejrychleji vyřešila dluhová krize v Eurozóně. Napjaté čekání a nejistota ohledně budoucího vývoje ekonomické situace se přenáší i na běžné lidi. Dokud se neobnoví důvěra ve společnost, nebude prosperovat nikdo. Sama žádná velká přání nemám. Snad jen najít si víc času pro sebe, na sport a věnovat se více svým přátelům.

připravil Pavel Kačer

Naučí vás jíst a hubnout

Dlouho jsem zápasila s vlastní zbabělostí. Úkosem jsem se dívala každé ráno na osobní váhu pod postelí, vždy jsem nakročila, ale rychle změnila směr. Ne, ještě nepřišel vhodný čas... Uběhlo doslova několik měsíců. Nedopnula jsem džíny ani milovanou sukni a v kožešinové bundičce jsem vypadala jako plyšový medvěd.

Nastala hodina pravdy – pro jistotu jsem ještě vyměnila baterie, aby jednoduchý přístroj nelhal. Žel, mluvil pravdu. Překvapil mne. Na plošinku váhy jsem stoupla jednou, podruhé, i potřetí. Jasná zpráva, Evo: je to víc, než jsi tušila. Víš, co tě čeká? Nechtěla jsem domyslet. Krabice vánočního cukroví ještě zdaleka není prázdná. Léto v plavkách zatím daleko. A ve skříni se najde i oblečení jiných velikostí, než to, čím bych ráda ohromila své okolí. Potají jsem si předsevzala, že sundám 10 kilo. Věřím, že nejsem sama. Ale: kdo mi pomůže, když je mlsání v deset večer tak sladké? Jan Gonda, majitel společnosti REDUCCIA s.r.o., který u nás reprezentuje španělskou značku NATURHOUSE, mi napověděl:

Po Vánocích je každá rada drahá, i když o předsevzetí není nouze – potřebujeme zhubnout. Co udělat, jak na to?

Čím dříve se rozhodnete, tím lépe. Obvyklá praxe totiž vypadá tak, že si lidé na Nový rok stanoví několik předsevzetí, ať již se týkají hubnutí, nebo odvykání kouření, a po několika málo týdnech od nich upouštějí. Nejčastější překážka spočívá v tom, že nemají dostatečnou motivaci a vůli vytrvat. Právě s těmito atributy v dietetických centrech NATURHOUSE pracujeme. Naši klienti jsou motivováni a podporováni vyškoleným personálem, tudíž na tento nelehký úkol nejsou sami. To je jeden z důvodů, proč se našim klientům daří úspěšně shazovat přebytečné kilogramy, nejen ty, které nabrali o vánočních hodech. A navíc je veškeré poradenství a služby pro klienta v našich centrech poskytováno zdarma.

Značka, kterou jste u nás uvedl na trh, na tu nelehkou otázku kolem zbavování se nadbytečných kil dokáže odpovědět. Máte vyzkoušené zásady,



kteří fungují. Čím přesvědčíte zákazníka, aby vyzkoušel váš program?

Nejpádnější argument spočívá v tom, že u nás klienti nehladoví ani nedrží žádné drastické diety, neužívají žádné „zázračné“ pilulky. My klienty učíme zdravému a vyváženému stravování, s naším programem jedí pět až šestkrát denně, tedy častěji více než dříve. Když k nám klient poprvé přijde, výživová poradkyně ho přeměří, převáží a zeptá se ho na zdravotní stav a stravovací zvyklosti. Cílem je stanovit příčinu špatných stravovacích návyků. Poté klient obdrží pestrý jídelníček na míru, který vychází ze zásad středomořské kuchyně. Poradkyně dále doporučí lehký pohyb v podobě procházek se psem či chůze do schodů a k tomu přidá naše vhodné produkty, které podpoří boj klienta s nadbytečnými kily. Je také nutné si uvědomit, že někteří lidé mají tendenci zdržovat v těle více vody. Tudíž zdravé hubnutí není jen o ztrátě tukové tkáně, ale také např. o odstranění přebytečné vody z organismu.

Nejde však jen o to zbavit se kilogramů, ale výsledek si udržet. V čem je kouzlo?

Kouzlo spočívá právě v tom, že se klienti pod naším vedením naučí vyváženému stravování. Získají správné stravovací návyky a k těm starým se ani nemají tendenci vracet, prostě jim ta „stará“ strava nic neříká, nechutná. Klienti často říkají, že poté, co zhubli svých prvních 5 kg, sami pozorují, že jsou atraktivnější pro své okolí. Výjimkou nejsou ani ti, kteří pod naším vedením zhubli více jak 30 kg. Mohou si například kupovat pěkné trendy oblečení,

Naši poradci NATURHOUSE pracují s klienty na osobní a přátelské bázi, konzultace jsou předem organizovány každý týden. Tím se mezi klientem a výživovým poradcem vytvoří důvěra, která je navíc podpořena příjemným a přátelským přístupem personálu.



Jan Gonda v rozhovoru o změnách jídelníčku

věnovat se svým koníčkům, navštěvovat koupaliště bez pocitů studu, prostě si užívat života. To, že zhubnou, má také blahodárný vliv na jejich celkovou kondici a zdravotní stav. Naším klientům často jejich obvodní lékař hlásí výrazné zlepšení sledovaných hodnot typu vysoký krevní tlak, zvýšený cholesterol atd. Uznějte, že už toto je motivace si novou váhu udržet.

Zdravý životní styl není jen o jídle, ale o psychice, sebepoznání, životních hodnotách a prioritách. To vše k NATURHOUSE patří...

To máte naprostou pravdu, vše spolu souvisí. To, že se najednou stravujete pravidelně, zdravěji, pestřeji a lehčeji a váš organismus se tím dostane do rovnováhy, vás ovlivňuje také psychicky. Představte si, že byste měla nadváhu, trápilo by vás to, třeba byste i několikrát zkusila různé typy diet a nic by markantněji nepomohlo, a najednou byste týden po týdnu viděla postupný váhový úbytek. Určitě by vás to těšilo, dávalo novou naději a chuť do dalšího boje s nadbytečnými kily. Překonávala byste vlastně sama sebe, své bloky, které jste si za ta léta vybudovala.

Na jakém principu vaši poradci pracují?

Naši poradci NATURHOUSE pracují s klienty na osobní a přátelské bázi, konzultace jsou předem organizovány každý týden. Tím se mezi klientem a výživovým poradcem vytvoří důvěra, která je navíc podpořena příjemným a přátelským přístupem personálu. Díky jedinečnému know-how a technickému zázemí dokážeme ►

- klienta kvalitně obsloužit během 15–20 min. Návštěvy tedy klienta časově nezatěžují. Vše je organizováno a připraveno tak, aby člověk předepsaná doporučení metody NATURHOUSE zvládal realizovat i v dnešní uspěchané době.

Umění dobře jíst je tedy základem, na který se zákazníci snažíte navést. Je to těžké?

Ano, není to lehký úkol. První čtyři týdny jsou pro většinu zájemců nejkritičtější. Klient si často nedokáže zorganizovat obstarání kvalitních potravin a realizaci jídelníčku. Náš personál má však s touto problematikou dostatečné zkušenosti a metoda NATURHOUSE a originální výrobky se na tento problém přímo zaměřují.

Provozujete rozsáhlou síť dietetických center, prodej s vyškolenými odborníky. Přibudou další?

V současné době máme v České republice otevřených téměř 40 poboček. Pro tento rok jsme si stanovili plán zprovoznit dalších asi 30, čímž bychom se dostali na počet 70. Celkem předpokládáme, že do pěti let bude fungovat po celé České republice na 100 dietetických center. Zájem máme o všechna města s 15 000 a více obyvateli. Z naší zkušenosti vyplývá, že právě na menších městech typu Beroun, Uherské Hradiště či Jindřichův Hradec se pobočky výtečně ujaly a po krátké době si získaly stálou klientelu.

Fungujete na principu franchisingu, nabízíte podnikatelskou příležitost těm, kteří by se rádi seberealizovali. Je to obor, jemuž vévodí ženy. Mají u vás příležitost i muži?

Jsme moderní otevřená společnost, která si zakládá na nediskriminujícím přístupu, jak vůči zaměstnancům, tak také obchodním partnerům. Muže v našich řadách rozhodně najdete, jak již jako franchisanty nebo v rolích dietologů. Pravdou však je, že na pracovních pozicích odborných asistentů a dietologů převládají početné ženy.



Snímek z otevření dietetického centra v pražském Palladiu v roce 2011

Obvyklá praxe totiž vypadá tak, že si lidé na Nový rok stanoví několik předsevzetí, ať již se týkají hubnutí, nebo odvykání kouření, a po několika málo týdnech od nich upouštějí. Nejčastější překážka spočívá v tom, že nemají dostatečnou motivaci a vůli vytrvat. Právě s těmito atributy v dietetických centrech NATURHOUSE pracujeme.

Co nabízíte a co požadujete od franchisantů?

Obchodní partneři, kteří se rozhodnou připojit k naší síti, získají například unikátní know-how, podporu až do zavedení pobočky, kompletní proškolení, marketingovou a propagační podporu a poradenství v personálních a legislativních otázkách. Vyvinuli jsme také jednoduchý, ale účinný kontrolní systém. Zakládám si na otevřené firemní kultuře a tento způsob uplatňuji nejen vůči zaměstnancům, ale také franchisantům. Například jsme v prosinci minulého roku zvolili na setkání obchodních partnerů Výbor franchisantů pro otázky společně financovaných marketingových aktivit. Od franchisantů očekávám aktivní přístup, samostatnost a zaangažování v provozu jednotky, obor by měl být franchisantovi blízký. Mezi naše franchisanty patří jak investoři, kteří si najímají personál na svou pobočku, tak i např. výživoví poradci, dietologové, lékárníci, lékaři, učitelé, kteří ve svém centru pracují na pozici dietologa NATURHOUSE a vlastní franchisovou licenci s teritoriální exkluzivitou.

Jednou jste řekl, že největší odměnou Vám je šťastný úsměv člověka, jemuž jste pomohli. Platí to stále?

Samozřejmě, vždyť co je hezčího než šťastný úsměv našeho spokojeného klienta. A že jich vidím při

návštěvách dietetických center více než dost, je pravdou. A to mne osobně naplňuje a těší.

otázky připravila Eva Brixl



Dietetické poradenství ZDARMA



Pestré jídelníčky na míru



Exkluzivní produkty na bázi bylin



Profesionální a motivující přístup



Poradenství pro zlepšení Vašich stravovacích návyků

Více jak 4.000.000 spokojených klientů drží štíhlou linii s NATURHOUSE

Anovína ze Znovína

O účincích vína na zvýšení sexuální aktivity člověka věděli své již lidé ve starověku. Jenže může jako afrodiziakum spolehlivě fungovat každé víno, nebo je to poněkud složitější? Dobrat se pravdy bylo tedy cílem rozhovoru, k němuž jsem se setkal s člověkem, který vínům dobře rozumí – Ing. Pavlem Vajčnerem, ředitelem akciové společnosti Znovín Znojmo:

Není to tak dávno, co jste před širokou obcí odborníků upozornil na jeden artikel z nabídky Znovínu – na víno, které umocňuje sexuální touhu. Nejde jen o nějaký marketingový trik?

Víno obecně, ať už bez bublinek – tedy tzv. tiché víno, anebo šumivé víno, pokud se užívá v rozumné míře, sexuální touhu podporuje. To je známá věc. Já bych v tomto případě z našeho širokého sortimentu „vypíchl“ tři výrobky. Odzkoušet lze postupně všechny. Z bílých odrůd je to Tramín v kategorii výběr z hroznů v půllitrové lahvi, polosladký s vyšším zbytkovým cukrem z viniční tratě s příhodným názvem „Dívčí vrch“. Dále červené víno Frankovka 2009 – pozdní sběr, která má na etiketě napsáno „svatební“, a šumivé víno „Znovín Classic Sekt Demi sec“, tedy sladší verze šumivého vína vyrobená z Veltlínského zeleného.

Co „sexuální víno“ obsahuje na rozdíl od jiných a jak funguje? Stačí si dát skleničku a z muže se stává ďábel? Anebo z ženy dračice?

Začal bych zmíněným Tramínem. Říká se mu také „ano víno“ – po skleničce Tramínu řekne žena na vše „ano“. Tramín je mimochodem nejstarší odrůdou pěstovanou u nás. Z Dívčího vrchu má Tramín zvláštní kořenitou vůni připomínající vůni růží. Tato chuť i vůně vyvolává velmi příjemné pocity. Zážitek lze doplnit i speciálním parfémem vzdáleně připomínajícím právě vůni Tramínu. Frankovky „svatební“ doporučuji nakoupit více lahví a lahev otevřít vždy

Víno má vyšší kulturní rozměr.

ve výročí svatební noci a zavzpomínat... Tato Frankovka má zvláštní podmanivou chuť a vyvolává taktéž příjemné pocity. No a šumivé víno „Znovín Classic Sekt Demi sec“ z Veltlínského zeleného ze znojemské vinařské podoblasti má také své kouzlo. Toto šumivé víno, neboli sekt, má již v názvu příbuznost se sexem. Už samotné otevírání, nalévání i vlastní šumění vyvolává slavnostní atmosféru. Navíc Veltlínské zelené má příjemné mandlové kouřové tóny, někdy připomínající i vůni ibišku.

Lze uvedené nápoje tedy například doporučit méně smělým jedincům? Nebo lidem hendikepovaným, případně seniorům?

Méně smělým jedincům jsou tato vína přímo určena. Po dvou, třech deci se uvolňují zábrany, lépe se povídá, vyvolává se tvořivá atmosféra. Co se týká hendikepovaných nebo seniorů, zde bych využil dlouhodobé spolupráce se světově uznávaným odborníkem v dětské kardiologii s panem profesorem Milanem Šamánkem, kterému jsme dodávali vína na vědecký výzkum podávání vína a jeho vliv na lidské zdraví. Ten doporučuje pro ženy dvě deci a pro muže čtyři deci a co je důležité – denně! Zde bych si jej dovolil citovat: „V současné době již není pochyb o příznivém působení



Ing. Pavel Vajčner

alkoholu, nejlépe vína, na kardiovaskulární onemocnění, jako jsou infarkt myokardu, mozková mrtvice, zvláště ischemického typu, vysoký krevní tlak a diabetes mellitus.“

Není ale přece jen víno nebezpečné pro ty, kteří bojují s vyšším krevním tlakem?

Zde bych se opět odvolal na výsledky výzkumů pana profesora Šamánka, který v této souvislosti říká: „Stále se tvrdí, že pití alkoholu zvyšuje krevní tlak, a proto se pití vína nedoporučuje při vysokém krevním tlaku. Současná pozorování u velkých souborů osob s vysokým krevním tlakem však ukázala, že se krevní tlak po střídání pití alkoholu nejen nezvyšuje, ale naopak poklesává. Nejenom, že se krevní tlak snižuje, ale co je nejdůležitější, klesá také úmrtnost na srdeční infarkt při zvýšeném krevním tlaku.“

Je o jmenovaná vína větší zájem třeba před Valentýnem?

Každý typ vína preferují milovníci vín v určitém ročním období více, jindy méně.

Na nový ročník 2011, který byl vinařsky „excelentní“ – tedy výborný, se můžeme těšit od letošního 1. března.



► Když nastupuje jaro, je zájem hlavně o mladá vína z předcházejícího ročníku, včetně zmíněného Tramínu. Je zájem také o „panenská vína“, tedy vína z prvních sklizní z mladých vinic, které začínají plodit. V květnu pak nastupují růžová vína, dnes tolik populární, která jsou jako stavěná pro radování se ze života. Zejména je to Cabernet Sauvignon v růžové podobě. V červnu, v době sklizně jahod, se na chvíli zvýší prodej sektů, také sektu „Znovín Classic Sekt Demi sec“. V létě při párty v přírodě se pije kterékoliv dobré víno. V září je čas burčáků, v říjnu, listopadu se pijí i starší vína včetně Frankovky „svatební“. V prosinci je hlavní prodej sektů, ale i dárkových vín a předmětů (i námi nabízených parfémů), také vín nasládlých, ledových a slámových, kterých vyrábíme velké množství. K těmto sladkým vínům doporučujeme i čokoládové pralinky, které taktéž nabízíme. Máme svou speciální sadu, v níž jednotlivé pralinky doporučujeme ke konkrétním vínům, včetně zmíněného Tramínu. Příjemnou atmosféru určitě toto spojení vytvoří.

Kde lze vaše kouzelná vína koupit? Jsou běžně k dostání?

Všechna zmíněná vína máme v prodeji. Jsou v některých vinotékách i obchodech. Doporučuji však náš silný internetový

obchod www.znovin.cz, kde najdete zmíněná vína včetně parfémů i pralinek. Po celé republice máme několik výdejních míst. Vína také rozvážíme po celé republice. Menší množství lze objednat i poštou na dobírku. Ve Znojmě máme speciální prodejnu v monumentálním „Louckém klášteře“ a na ulici Horní Česká.



Doporučujete vína, o nichž vyprávíte, k ochutnávání více mužům, nebo ženám?

Zmíněná tři vína doporučuji i mužům i ženám. Víno naladí oba na stejnou notu. Opravdu. Víno má vyšší kulturní rozměr. Zde bych citoval starořeckého filozofa Plutarchose: „Vino je mezi nápoji nejušlechtlejší, mezi léky nejchutnější, mezi pokrmy nejpříjemnější.“

Kdy a s jakou legendou jste jednotlivá vína začali vyrábět?

Znovín v letošním roce oslavuje 20leté trvání. Sekty „Znovín Classic Sekt Demi sec“ jsme začali vyrábět klasickou francouzskou metodou kvašením v lahvích již před 15 lety. Frankovka 2009 „svatební“ navazuje na „svatební“ Svatovavřínecké ročník 1999, které má mnoho manželských i nemanželských párů ve svých vinotékách a směle spolu každoročně ochutnávají. No a Tramín z Dívčího vrchu uvolňujeme do trhu každoročně již pátým rokem. Na nový ročník 2011, který byl vinařsky „excelentní“ – tedy výborný, se můžeme těšit od letošního 1. března.

rozmlouvala Eva Brixí



Obrat: Češi touží po 3D chytrých televizorech

Tisíce lidí touží po nových televizorech, které jsou vybavené chytrými funkcemi, připojením k internetu a samozřejmě 3D obrazem, který nabízí komplexní zážitek ze sledování filmů. Ukázal to průzkum na vzorku 9264 návštěvníků, kteří navštívili LG kamion, jež navštívil loni přes 80 českých a slovenských měst. „Češi jsou nakloněni novým technologiím a technika je hodně zajímavá. V našem LG kamionu byla dostupná ta nejlepší technika určena pro domácnosti, proto byl o kamion velký zájem a navštívily jej tisíce zvědavců. Každý si tak mohl na vlastní oči vyzkoušet, jak vypadá naše řešení 3D obrazu. A 83 % návštěvníků začalo uvažovat o tom, že si 3D televizor pořídí,“ komentoval výsledky průzkumu Martin Malý, tiskový mluvčí společnosti LG Electronics CZ. Všichni spotřebitelé, kteří navštívili LG kamion, mohli vyplnit dotazník s několika otázkami. Výsledky průzkumu jsou dostatečně reprezentativní, neboť dotazník odevzdalo 9264 návštěvníků. První otázka zněla, zda uvažují o koupi 3D televizoru. Po vyzkoušení technologie od LG jen 17 % návštěvníků odpovědělo záporně. Často

se přitom jednalo o diváky s oční vadou, kteří 3D obraz vidět nemohli. Druhý dotaz zněl na stáří současného televizoru. Je znát, že Češi střídají televizory častěji, než by se zdálo. Plných 19 % respondentů mělo televizor mladší než 1 rok. Nejvíce zastoupená byla ale skupina návštěvníků, kteří mají televizor starší než 5 let. Těch bylo přes 25 %. Přitom televizory starší více než pět let obvykle nemají ani digitální DVB-T tuner. To je skupina lidí, kteří budou brzy nakupovat televizor nový. Poslední dotaz zněl, co spotřebitelé ovlivňuje při koupi televizoru. Kdo by čekal, že cena, ten se mýlí; 51 % odpovídajících uvedlo, že je to nabídka funkcí. Právě tyto uživatelské byty nadšení z televizorů LG CINEMA 3D, které jsou vybavené funkcemi Smart TV. Takový televizor umí přehrávat videa z YouTube, z domácí sítě i z chytrého telefonu. Je vybaven internetovým prohlížečem, umožní také instalaci vlastních aplikací. Na 10 % odpovídajících uvedlo, že při koupi je nejvíce ovlivní design. Tito uživatelé pak byli unešeni z nádherných štíhlých a bezokrajových televizorů LG, které jsou designovým doplňkem každé domácnosti.

(tz)

Vyhodnocení soutěže



GASCONTROL, společnost s r.o., přeje svým zákazníkům a obchodním partnerům úspěšný rok 2012

Vyhodnocení Vánoční čtenářské soutěže GASCONTROL

Správné odpovědi na soutěžní otázky:

1. CNG je zkratkou pro Compressed Natural Gas, tedy stlačený zemní plyn;
2. Společnost GREENFIELD má své sídlo ve Švýcarsku;
3. Setkání specialistů Gascontrol s podnikateli a zájemci na téma CNG proběhlo v Muzeu plynárenství v areálu bývalého Dolu Michal ve dnech 24. 9. a 6. 10. 2011.

Ze správných odpovědí byli vylosováni tyto výherci: Z. Burianová z Pyšle, V. Poršová z Přibovic a J. Bureš z Prahy 4, kterým zasíláme dárkový balíček od společnosti GASCONTROL.

Sv. Anežka Česká, poselství princezny a řeholnice

Arcibiskupství pražské ve spolupráci s Národní galerií v Praze uspořádalo (25. listopadu 2011 až 25. března 2012) v prostorech přízemí Kláštera sv. Anežky České v Praze výstavu věnovanou sv. Anežce České, jedné z nejvýznamnějších žen přemyslovské dynastie. Výstava byla otevřena na závěr Roku sv. Anežky České, vyhlášeného arcibiskupem pražským u příležitosti oslav 800. výročí narození této světky evropského významu.



Výstava je první takto rozsáhlou monografickou výstavou o sv. Anežce České. Zahrnuje přibližně 300 exponátů z oboru malířství, sochařství, architektonické plastiky, uměleckého řemesla i archeologických nálezů, doplněných o unikátní, zřídka veřejně prezentované, historické dokumenty. Prvotním cílem bylo představit návštěvníkům rozmanitý obraz podoby kultu sv. Anežky České v odpovídajících historických souvislostech. První část výstavy je tedy věnována dobovému kontextu Anežčiny života, jejím fundacím, reáliím každodennosti i pramenům Anežčiny spirituality. Další část zahrnují výtvarné a literární památky dokládající rozmanitost podoby úcty k sv. Anežce České od středověku až po 20. století. Zároveň je výstavní koncept rozšířen o památky věnované kultu dvou urozených žen s Anežkou Přemyslovnou rodové a duchovně spřízněných – sv. Hedviky Slezské a sv. Alžběty Uherské.



Sv. Anežka Česká (1211–1282) byla nejmladší dcerou Přemysla Otakara I. a Konstancie Uherské. Od útlého dětství byla připravována na roli přemyslovské princezny, která má být politicky výhodně provdána. Anežka se však rozhodla pro řeholní život v duchu tehdy nové řeholní spirituality sv. Františka z Assisi. S podporou bratra, krále Václava I., založila počátkem 30. let 13. století špitál a následně klášter klarisek a minoritů. Záhy do kláštera Na Františku po jeho založení vstoupila. Byla zde abatýší až do své smrti roku 1282. Významná část dochovaných listin, týkajících se historických okolností zmiňovaných fundací, je na výstavě po omezenou dobu prezentována v originálech (fond Národního archivu). Listiny, které nebylo možné na výstavu zapůjčit (zejména fond Vatikánského archivu) jsou dostupné pro individuální prohlídku v elektronické podobě. Klášter Na Františku, dnešní Anežský klášter, byl prvním konventem

klarisek v Zálupí, inspirovaný založením konventu sester sv. Kláry ve sv. Damiánu nedaleko Assisi. Dodnes jsou dochována písemná svědectví Anežčiny korespondence se sv. Klárou z Assisi i tehdejší papežem Řehořem IX. (na výstavě rovněž v elektronické podobě).

Sv. Anežka Česká je však zároveň zakladatelka jediného, původem českého a dodnes existujícího řádu – Rytířského řádu křižovníků s červenou hvězdou. Založením řádu, majícího původ ve špitálním bratrstvu, významně inspirovala budování sítě sociálních služeb na území tehdejšího přemyslovského státu. Výstava je první ucelenou přehlídkou děl svatoanežské ikonografie. Kromě výběru památek, prezentovaných na doposud jedině, avšak komorní, svatoanežské výstavě v roce 1932 v prostorech staroměstského kláštera křižovníků, je na výstavě představena řada doposud méně známých děl svatoanežské ikonografie. Výjimečné postavení zaujímá soubor památek spojených s Rytířským

řádem křižovníků s červenou hvězdou, který Anežku Přemyslovnou uctíval jako svou zakladatelku již od středověku, jak je na výstavě patrné z ikonografického programu maleb Breviře křižovníckého velmistra Lva (1356, Národní knihovna ČR), monumentálního pozdně gotického retáblu zv. Archa Puchnerova (1482, Národní galerie v Praze) či pozdně gotického štítu (1492) z barokní procesní sluncové monstrance (1741, Rytířský řád křižovníků s červenou hvězdou). Všeobecně známým exponátem je pak jediný dochovaný barokní svatoanežský cyklus – série lunetových obrazů připsaná

z části Janu Jiřímu Heinschovi (1696, Rytířský řád křižovníků s červenou hvězdou), vystavená v ambitu kláštera klarisek. O kanonizaci sv. Anežky České bylo usilováno již od středověku, k beatifikaci však došlo až v roce 1874. Podobu kultu v 19. a první polovině 20. století velmi názorně ilustrují díla A. de Rohdena, V. Hellicha, J. Navrátila, J. V. Myslbeka, Č. Kafky, V. Hynaise, E. Dítě, Č. Vosmíka či L. Bočka. Přípravy výstavy provázela řada nových objevů. Mezi nejzajímavější a divácky nejatraktivnější patří prezentace rokokového Relikviáře sv. Anežky České z křižovníckého majetku, či „znovuobjevení“ relikvie sv. Anežky České v Plenáři Hanuše z Kolovrat (1465, Metropolitní kapitula u sv. Víta v Praze). Výstavní prvenství náleží také náznakové rekonstrukci podoby pozdně gotického retáblu zv. Archa Puchnerova, zhotoveného roku 1482 na objednávku tehdejšího velmistra řádu Mikuláše Puchnera nejspíše u příležitosti 200letého výročí úmrtí Anežky Přemyslovny. Výstavu v Anežském klášteře obohacuje doprovodný program, určený všem věkovým kategoriím. Lektorské oddělení Národní galerie

spolu s Arcibiskupstvím pražským pořádá cyklus přednášek s odborníky, doplněný o komentované prohlídky s kurátory výstavy. Národní galerie v Praze dále nabízí komponované programy pro školy a rodiče s dětmi, včetně oblíbených výtvarných dílen. Výstava bude zakončena v neděli 25. 3. 2012. Slavnostní ukončení vyvrcholí

v pondělí 26. března 2012 svatoanežským duchovním koncertem v chrámu sv. Mikuláše na Malostranském náměstí.
www.apha.cz,
www.ngprague.cz

(tz)



Do zlata investují také ženy

Investice do zlata a stříbra již dnes nejsou pouze mužskou záležitostí, hojně se o ně totiž zajímají i ženy. Vyplývá to z dat poradenské společnosti Golden Gate CZ, která se na investování do zlata a stříbra specializuje. Ženy upřednostňují spořicí programy, naopak jednorázové nákupy přes milion korun jsou téměř výhradně záležitostí mužů.

Z dat společnosti Golden Gate CZ dále vyplývá, že investování do drahých kovů je charakteristické pro lidi ve středním věku. Lidé pod 30 a nad 60 let jsou mezi investory zastoupeni minimálně. Finanční zajištění a reálná potřeba přípravy peněz na důchod je příčinou, že věk největších investorů se pohybuje mezi 45 a 55 lety. Spořicí plány do zlata a stříbra na druhé straně nejvíce využívají investoři mezi 30 a 50 lety. Z hlediska vzdělání jsou mezi investory nejvíce zastoupeni středoškolaři, kterých je kolem 70 %. Čtvrtina investorů má vysokoškolské vzdělání a méně než 5 % jich zakončilo své vzdělání na odborném učilišti.

Oblíbenější je stále zlato

Z celkového objemu kovů má podle předpokladů stále větší zastoupení zlato, investoři si ho vybírají v 72 %. Jeho obliba je víceméně stejná u jednorázových investic i u spořicíh programů. Zbylých 28 % připadá

na stříbro. Při jednorázových nákupech si však investoři nejčastěji vybírají kombinaci obou drahých kovů. Zlato i stříbro si jich jednorázově pořizuje nadpoloviční většina.

Nejvíce láká uncový a 50g zlatý slitek

Tyto dva zlaté slitky činí dohromady 82 % objemu prodaných kovů ve zlatě. Pro spoření si investoři nejčastěji vybírají variantu uncového zlatého slitku s cílovou částkou 500 000 Kč. U jednorázových investic do stříbra jsou investory nejčastěji (téměř z 85 %) voleny slitky o váze 500 a 1000 g. Tyto slitky jsou nejoblíbenější i při výběru „Stříbrného spoření“. Do slitku o váze 500 g je spořeno s cílovou částkou 350 000 Kč, do slitku 1000 g s cílovou částkou 500 000 Kč.

Spoření dává možnost každému

Vzhledem k tomu, že ne každý disponuje potřebnými volnými finančními prostředky k uskutečnění jednorázového nákupu

investičních slitků, přišla společnost Golden Gate CZ s programy „Zlaté“ a „Stříbrné spoření“. Tyto programy umožňují i menším investorům získat investiční slitky větších gramáží, a tím výrazně ušetřit. „Velmi malé slitky investičních kovů mají velkou výrobní přírážku a jsou pro klienta, který chce postupně do drahých kovů investovat větší finanční prostředky, zbytečně drahé. S vyššími gramážemi investičních slitků klesá cena, za kterou klient investiční kovy nakupuje. To je hlavní výhoda spořicíh programů,“ vysvětlil Pavel Ryba, obchodní ředitel společnosti, a dodal: „Navíc, pokaždé když si klient naspoří celý sletek, fyzicky jej dostává do ruky a má tak své investiční slitky plně pod kontrolou.“ Využít výhody „Zlatého“ či „Stříbrného spoření“ se rozhodlo doposud 36 % investorů, zbylých 64 % upřednostňuje nadále jednorázový nákup investičních kovů.

(tz)

Jemná péče z přírody – Weleda loni oslavila 90. výročí

Čistě přírodní ingredience, důsledný výběr přírodních surovin, speciální postupy při jejich zpracování či důraz na ekologii a udržitelný rozvoj. Přesně tyto zásady ctí švýcarská farmaceutická společnost Weleda, která loni oslavila 90. výročí svého založení. Za dobu svého působení se firma proměnila z malé farmaceutické laboratoře v celosvětově největšího výrobce čistě přírodní kosmetiky, biokosmetiky a přírodních léčiv. Je přítomna na trhu ve více než 50 zemích světa. V duchu svého motta „V souladu s člověkem i přírodou“ usiluje Weleda o ekologicky co nejšetrnější výrobu. Sortiment představuje široký výběr jemných, vysoce kvalitních kosmetických přípravků a přes tisíc druhů léčiv. V České republice je dostupná čistá přírodní kosmetika a biokosmetika, šťávy, sirupy a dietetika. Přípravky Weleda patří mezi nejčistší dostupnou přírodní kosmetiku na trhu, mají mezinárodní certifikát NATRUE. „Weleda se zabývá výzkumem sil přírody a jejich pozitivního vlivu na lidské zdraví. Při výrobě našich kosmetických a léčivých přípravků využíváme pouze pečlivě vybrané suroviny, které vždy, když je to možné, pocházejí z ekologického zemědělství nebo z certifikovaných zdrojů ve volné přírodě. Pečlivě sledujeme každý krok ve výrobě – od pěstování až po sklizeň a zpracování surovin,“ vysvětlil MUDr. Jan Šrogl, marketingový manažer společnosti Weleda, a dodal: „Právě díky této péči dosahují přípravky Weleda špičkové kvality, a to bez syntetických vůní, barviv nebo konzervačních látek. Pro svoji kvalitu a vysokou účinnost už získaly řadu ocenění.“ Weleda pro své výrobky používá okolo 1000 přírodních surovin. Podporuje po celém světě druhovou rozmanitost a biocertifikované a sociálně udržitelné projekty pěstování rostlin. Bohatě zkušenosti má Weleda rovněž s biodynamickým pěstováním vlastních léčivých rostlin. Kromě zahrad



ve Švýcarsku a Francii je hlavním místem výroby rostlinných extraktů Schwäbisch Gmünd v Německu. Zde ve vlastních zahradách firma pěstuje přibližně 260 druhů léčivků, včetně například měsíčku lékařského. Jedná se mimochodem o největší zahrady léčivých rostlin v Evropě. Při získávání surovin spolupracuje Weleda s lokálními partnery po celém světě (například s drobnými farmáři) a klade důraz na precizní zaškolení a spravedlivou odměnu dle zásad fair trade. Díky mnohaletým zkušenostem a propojení síly rostlin s farmaceutickými znalostmi vytváří Weleda účinné přípravky, které jsou uzpůsobeny individuálním potřebám, pro celkovou harmonii a rovnováhu mezi tělem a duší. Sortiment Weledy je pestrý jako příroda sama. Pletová péče je vyráběna na míru všem typům pokožky pro optimální ošetření dané pleti. Přípravy péče o tělo zahrnují vše od olejů po tělová mléka, jsou bohaté na živiny a zajišťují pocit harmonie od hlavy až k patě. Do bohatého sortimentu dále patří deodoranty a přípravky péče o zuby a ústní dutinu, přípravky pro matku a dítě, které představují ideální komplex péče pro období těhotenství, kojení a péče o miminka. Cílem zakladatele Rudolfa Steinera bylo komplexní poznání člověka a přírody. Studium vzájemných vztahů a souvislostí v našem světě nazval antropozofie, lidská moudrost. Vznik antropozofie pak umožnil vznik antropozofické medicíny a celostní přírodní kosmetiky. V roce 1921 byla založena farmaceutická laboratoř, která se na tyto oblasti zaměřila. Dostala jméno keltské či germánské léčitelky a kněžky: Weleda. Výrobky Weleda mají mezinárodní certifikaci NATRUE, která garantuje nejvyšší kvalitu čistě přírodní kosmetiky a biokosmetiky. www.weleda.cz, www.natrue.org, www.natrue-label.com

(tz)

Čajová kultura i pro firmy

Když jsem poprvé slyšela vyprávět Markétu Puzrlovou, jednatelku společnosti ABIX Europe s.r.o., o tom, jak vlastně nedávno vstoupila do světa tvrdého, ale voňavého businessu, do světa čajů, tušila jsem, že vývoj jejího odhodlání zavést na českém trhu novou značku, půjde strmě nahoru. Je energická, nebojácná, odpovídajícím způsobem ctižádostivá a nadmíru obětavá. V České republice zastupuje rodinnou německou firmu TeeGschwendner a má smělé plány. Je také nesmírně pracovitá a do rozjezdu svých aktivit nasadila veškerou energii, organizační schopnosti a intuici i schopnost přesvědčivě argumentovat.



Markéta Puzrlová

Do podnikání jste vstoupila nedávno, a zdá se, že velmi odvážně. Ovšem v oboru, o němž by laik řekl, že je na českém trhu obsazen konkurencí...
Ano, na první pohled se zdá, že čaje máme v České republice víc než dost. Pokud ale

hledáte opravdovou kvalitu se zárukou původu čaje, tak už se výběr velmi tenčí. Inspirovalo mě i to, že se za prémiovým čajem dosud jezdilo do zahraničí, dokonce přímo do Německa.

Na své první tiskové konferenci jste naznačila, že vám ke štěstí pomohla vaše znalost němčiny i odhodlání dělat některé věci „po svém“. Přesto váš prvotní pokus domluvit se s firmou, již byste ráda u nás zastupovala, skončil nezdarem. Místo slz jste nasadila veškerou energii do dalšího utkáni argumentů.

První odmítnutí v začátku jednání jsem tak trochu čekala. Když středně velkou německou firmu osloví

neznámá zahraniční „firmička z Východu“, tak není divu. Ve svém důsledku mě to vedlo k většímu nasazení, prostudovala jsem si opravdu detailně celý sortiment a informace o subjektu, s nímž jsem toužila spolupracovat, a získala ještě více důvodů, proč s centrálou komunikovat.

Čím jste nakonec mateřskou společnost, s níž jste uzavřela smlouvu, zaujala?

Dobrá znalost německého partnera se ukázala nakonec jako geniální tah. Na prvním jednání, ke kterému došlo po několika měsících snažení, Němce získala kromě mé vytrvalosti také podrobná znalost jejich filozofie podnikání, která mě prostě nadchla. Velkou roli hrála

i téměř minimální jazyková bariéra, jsem totiž vystudovaná germanistka.

Od začátku jste vsadila na internetový prodej. Jak se před Vánoci osvědčil?

Tento trend je všeobecný, i my jsme před svátky zaznamenali velký nárůst jak v počtu uživatelů, kteří si naše stránky prohlíželi, tak v počtu objednávek.

Prezentace a ochutnávky určitě první zákazníky dobře naladily. Čím zejména?

Nabízíme klasiku, jako je pravá japonská sencha nebo zlaté šampaňské Darjeeling v prvotřídní BIO kvalitě. Současně máme v sortimentu exotické směsi zelených, černých, ovocných i bylinných čajů v netradičních kombinacích. Za všechny stačí jmenovat naše dva bestsellery Marani® (zelený čaj typu sencha s květy chrpy, slunečnic a růží) nebo Gurmánskou směs BIO, jejímž základem je citronová tráva a myrta.

O jaké čaje z vašeho sortimentu je nejvíce zájem?

V této souvislosti naše prodeje sledují obecný trend. Nejvíce žádané jsou čaje zelené, hned po nich se dělí o druhou příčku čaje černé a ovocné. Přitom paradoxně první čaj, který byl



Počet lidí s demencí se zvyšuje

Podle nejnovější studie společnosti Allianz o demografickém vývoji se počet lidí s demencí do roku 2050 ztrojnásobí, a to hlavně kvůli neustálému prodlužování věku. Bez účinných medikamentů se vyhoupne počet nemocných ze současných 36 milionů na více než 115 milionů, což odpovídá dnešnímu součtu všech obyvatel Španělska a Francie.

Náklady na jejich léčbu vyjdou ročně na 450 miliard euro. V České republice dnes žije s touto diagnózou 300 tisíc lidí, její těžkou formou trpí zhruba 120 tisíc obyvatel a ročně jich přibývá kolem 20 tisíc.

„Národohospodářské náklady na toto onemocnění jsou obrovské, a pokud bereme v úvahu péči, kterou nemocným zajišťují rodinní příslušníci, mohou vystoupat na více než 450 miliard euro,“ tvrdí hlavní ekonom skupiny Allianz Michael Heise. V České republice ovlivňují lidi s demencí osudy dalších 200 tisíc obyvatel, kterým starost o jejich příbuzné snižuje kvalitu života. „Je proto naprosto nezbytné posílit nejenom výzkum a včasnou diagnostiku této nemoci, ale také vývoj alternativních způsobů péče o lidi, kteří jí trpí, abychom jim mohli nabídnout nejenom kvalitní léčbu, ale i kvalitní pojištění,“ zdůraznil M. Heise.

Do budoucna se podle demografické studie Allianz změní také poměr mezi nemocnými s demencí a práceschopnými lidmi. Zatímco dnes připadají na 100 práceschopných obyvatel ve věku 15–64 let dva nemocní, uprostřed tohoto století už by jich mohlo být pět. Dlouhou dobu se tradovalo, že demence je nemocí průmyslově vyspělých západních zemí. Poslední výzkumy však ukázaly, že četnost tohoto onemocnění v rozvojových státech byla výrazně podhodnocena. Jen v Asii by mohlo v roce 2050 trpět demencí téměř 61 milionů obyvatel a v samotné Číně dokonce více než ve všech průmyslově vyspělých zemích dohromady. V Evropě se počet nemocných do půlky století téměř zdvojnásobí z dnešních 10 milionů na 19 milionů, přičemž 15 milionů jich bude žít v dnešní Evropské unii.

Od prvního popisu této nemoci v roce 1906 již medicína udělala velký pokrok, dlouhodobě zmírnit demenci, nebo ji dokonce úplně vyléčit však stále nedokáže. Včasná diagnostika ale umí její vývoj zpomalit. A protože je demence složité téma pro všechny subjekty – státy, podniky i jednotlivce, stává se její důležitou výzvou rovněž pojištění. Allianz pojišťovna kryje Alzheimerovu chorobu v rámci pojištění závažných onemocnění. Demence je závažná mozková choroba, zapříčiněná degenerativními změnami v mozkové tkáni. Jejím projevem je např. Alzheimerova choroba. Většinou se projevuje u lidí nad 60 let. Příznakem je změna osobnosti, postižena bývá nejprve krátkodobá a později i dlouhodobá paměť. V České republice je ve věkové skupině 80–85 let jejím projevem postiženo více než 10 procent populace. (tz)



zajistit ve spolupráci s chráněnými dílnami také náhradní plnění.

V Praze chcete brzy otevřít první prodejnu. Už víte, kde a kdy? Prodejnu budeme otevírat po dohodě s německou centrálou. Jedná se o dost náročný proces, který teprve startujeme, takže místo a měsíc otevření nejsou ještě jisté. Doufám, že ve

▶ v Čechách zcela vyprodán, byl ale ovocný – Divoká vášeň (Heiss und Innig®).

Nabídkou cílíte také na firmy, neb kultura podávání čaje není v ČR tak zažitá, jako je tomu v případě kávy. Co všechno pro tento zákaznický segment máte?

Pro firemní klientelu máme na letošek připraven opravdu zajímavý balíček produktů i služeb. Do firem jsou vhodné větší kazety se 60 nebo 120 čaji. Nabídka našich čajů je dostatečně rozmanitá, aby v každé společnosti měli ten svůj originální výběr. Kromě čaje a příslušenství firmám nabízíme také nejrůznější dárková balení čaje na přání. Nově budeme letos schopni

proběhnout do konce roku, ideálně tak, aby se stihla předvánoční sezona.

Financujete od začátku celý projekt sama, anebo pomáhá mateřská společnost?

S německým partnerem nejsme kapitálově provázáni, máme partnerskou smlouvu. Při zavádění značky nás však německá centrála podporuje jak materiálně tak radou a letitou zkušeností.

Čemu jste se dosud v businessu naučila?

Tvrdě pracovat a vnímat zpětnou vazbu od lidí – zákazníků. To je nejlepší měřítko veškerého úsilí a snažení a věřím, že i budoucího úspěchu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

AUTOŠKOLA WYRWOLOVÁ

WWW.WYRWOLOVA.CZ

251 810 391
737 333 373

Jízdy každý den 7:00–22:00

Barrandov P-5, Borského 1	PO – ČT 14:00–18:30	☎ 606 939 934
Jinonice P-5, Pod Vavřincem 5	PO, ST 14:00–19:00	☎ 777 302 276
Smíchov P-5, Zubatého 3 (Arbesovo n.)	PO, ÚT, ČT ST 12:00–18:00 9:00–15:00	☎ 257 211 773 ☎ 732 244 977
Velká Ohrada P-5, Borovanského 13	PO ST 18:30–20:00 16:00–19:00	☎ 723 115 229
Slivenec P-5, Opalová 120	ÚT, ČT 14:00–18:00	☎ 251 810 391

Jak efektivně využít čas



Vzhledem k mým zkušenostem z předchozích

zaměstnání, kde mou náplní práce byla i organizace času a pracovních povinností nejen mých, ale především majitelů dané společnosti, vím, že efektivní využití času

je otázkou určování priorit. Musím ale přiznat, že mi velmi pomohlo i mateřství. Mám v současné době již desetiletého synka Patrika a teprve jako máma jsem zjistila, že my ženy jsme skutečně obdařeny tím, že dokážeme zvládat více povinností zároveň. Na druhou stranu nutno říci, že muži mají též své silné stránky. Mateřství mne naučilo, jak správně naplánovat celý den tak, aby byl čas jak na výchovu a hry, tak na nezbytné povinnosti. Stejný princip uplatňuji v práci a perfektně to funguje. Neobejdu se samozřejmě bez plánovacího diáře a elektronického kalendáře. Ale postupy, jak efektivně zvládat pracovní povinnosti a jak



Monika Kostová,
HR manažerka, Česká mailingová společnost, s.r.o.

přístupovat k volnému času a systému plánování, jsem si z předchozího zaměstnání i z mateřství převedla i do současné práce. Kolegové mne charakterizují jako člověka empatického a senzitivního. Jsem ráda, protože je to pro mou práci personálního manažera velmi užitečné, i když poměrně náročné na čas. Pokud víte, že se o lidech dozvíte nejvíce tehdy, nasloucháte-li jim, musíte této činnosti obětovat nějaký čas. V mé profesi se to ale vrací a jsem ráda, že tyto vlastnosti mám, umím s nimi pracovat a pomáhají mi efektivně čas využívat. Další důležitá věc, na kterou nesmíme zapomenout, je odpočinek. Jsem aktivní člověk, miluji tanec, přírodu, obdivuji se umění japonských zahrad. Velice ráda cestuji a díky často nefunkční GPS navigaci se s mým synkem pouštíme do průzkumných zajímavých výprav po krásných místech a zákoutích naší země. Moje rada tedy zní asi takto: Dobře plánovat, nedovolit práci, aby nám vzala veškerý elán a ušetřený čas i energii věnovat dětem a rodině, neboť harmonický domov dává životu pravý smysl. A máme-li vnitřní sílu a jistotu, jsme úspěšní i ve svém zaměstnání. Věřte mi, je to velmi inspirující!

Horoskopy

Co nám připravily planety

Horoskopy Daniely Hannah, které se pravidelně objevují na webu www.madambusiness.cz, najdete ve zkráceném znění také na tomto místě. Třeba vám pomohou při důležitých krocích ve vašem životě.

Novoluní ve Vodnáři 23.1.2012

Při tomto silném novoluní bychom si měli vytyčit své cíle a nový životní směr. Splnit sliby, které jsme slíbili sobě nebo jiným. Můžete očekávat neočekávané a také žádat neočekávané. Můžete se dostat do nové společnosti lidí, kam jste se toužili zařadit, ale doposud to nevyšlo. Přivolat si nové přátele. Toto období je vhodné k prosazení sama sebe.

vaše Daniela Hannah

více na www.madambusiness.cz, www.astrokarty.cz

Píše Badoo



Sestra žije v Rakousku. Píše mi pravidelně. Nemine týden, abych od ní neměl ve schránce dopis. Otevřu email, zpráva zase chybí, zato v příloze čtu tklivé ponaučení, že bez lásky to na světě nejde. Proti lásce a milování v zásadě nemám vůbec nic. Chci však přejít k prozaičtější věci, proto hodlám tuto korespondenci utnout. Nemohu. „Když pošleš tento mail deseti svým přátelům, do týdne Tě potká velké štěstí,“ uvádí se v dopisu. O štěstí za takovou protihodnotu nestojím. Ať si každý, zjiště nebo s nárokem na odměnu, posílá co chce a komu chce, ale mne ať vynechá! Jenže k cukru je přidán i bič, vedle dobré rady nacházím i sdělení drsnějšího kalibru. „Emily H. v New York City hodila tento mail do koše a o měsíc později ji lékař diagnostikoval rakovinu prsu!“ informuje mě neznámý z mailu. A aby toho nebylo málo: „Bruno W. ze Salzburka nevěřil v účinek lásky a naděje, poselství rovněž nerozeslal po síti a smrtelně havaroval se svým vozem při cestě z práce. Pro mě jsi obyčejný a dost vlezlý spam, říkám si a mažu email se stejnou rutinou jako desítky předchozích. Přes opakovaná varování odcháším stále z vyšetření orgánů

bez nálezu. Dopravním nehodám se taky úspěšně vyhýbám. Pro jistotu jsem však zlepšil životosprávu a za volantem snížil rychlost. Poslední a předem očekávaný mail od sestry obsahoval nové obrázky vnučat – s babičkou a dědečkem, na sánkách, se štěnátkem, v obchodním centru. Pocítil jsem vděčnost, že přišly neškodné věci bez jakýchkoli dalších příloh, dobrých rad a varování. Dojetí ze setkání rodiny, byť jen na dálku a zprostředkovaně, bylo opravdové. V té chvíli mi zcela unikla velmi podstatná informace. Má sestra Iva používá Badoo. Co je Badoo, jsem nevěděl a chtěl jsem v tomto stavu blažené nevědomosti zůstat. Nebylo mi to dopřáno. Druhý den jsem dostal upozornění: „Badoo si přeje tvoji fotografii.“ Náhodou jsem se nechal krátce před Vánocemi vyfotografovat na občanský průkaz. Podobizna se mi natolik líbila, že jsem naplněný pýchou přehlédl hrozící nebezpečí a foto zaslal. Badoo si mohlo spokojeně zamnout ruce, snadno získalo mou sympatickou tvář. Další den mi dorazila žádost: „Chtěl jsi Tě poznat přátelé Badoo. Přejí si vidět další tvoje fotky, tak je nezklam!“ Zvědavost mi nedovolila smazat zprávu dřív, než si prohlédnu, koho jsem na Badoo zaujal. Začal jsem myšlí klikat na prázdné ikonky, z nichž se jako v otvíraných oknech začaly objevovat podobizny žen i mužů nejen mého, usedlejšího věku, ale i vysloveného mládí. Badoo ví, kde mám slabou stránku! Poslal jsem další fotku. Pro jistotu s přítelkyní,

aby bylo hned jasno, že na Badoo nejsem z nedostatku příležitostí se seznámit. Odpověď byla okamžitá. „Badoo je nespokojeno s Tvou fotografií. Muselo ji přesunout mezi Moji přátele, protože u skupinového snímku není jasné, kdo je kdo.“ Badoo asi nebude příliš bystré. Další korespondence však následovala. „Další lidé na Badoo si Tě přejí poznat.“ Nechci se s nikým seznamovat, být vystavován jako orangutan v opičinci, přesto jsem přijal hozenou rukavici. Otevřel Badoo a všem nabízeným přátelům jediným stiskem tlačítka dal najevo nezájem. Prostě NECHCI! Nevím, jestli je to rozhodilo. Ale pohněval jsem Badoo. „Jseš si opravdu jistý, že o přátelství s těmito lidmi nestojíš? Projdi si nabídky ještě jednou!“ Teď už mi zatrnulo. Vzpomněl jsem si, že krátce před tím jsem Badoo odhalil víc než jsem měl. Začalo to nevinně. Badoo po mně chtěl osobní záliby. „Oblíbená hudba?“ „Hrobové ticho!“ „Vyhledávaná četba?“ Bílý papír! „Nejčastější sport?“ „Klid na lůžku!“ „Další záliby?“ „Zevlování.“

Byl jsem na své odpovědi náležitě hrdý. Asi proto ze mě Badoo dostal i společenské postavení, majetkové poměry a rodinné vztahy. Badoo ve mě začíná budit hrůzu. Co až začnou chodit první nabídky snátku?

Pavel Kačer

Ekologická stopa konopí

Lidé, kteří to myslí vážně s ochranou životního prostředí a trvale udržitelným rozvojem, se znovu obracejí s nadějí k přírodním zdrojům. V tradičních surovinách může moderní průmysl najít vhodné alternativy k syntetickým látkám a ropným produktům. Velký návrat nyní zažívá zapomenuté konopí, jehož přednosti objevují nejen potravináři, farmaceutický a kosmetický průmysl, ale i výrobci barev a laků.

U nás se technické konopí, které v době největšího rozkvětu zaujímal desetitisíce hektarů zemědělské půdy, přestalo pěstovat a zpracovávat koncem osmdesátých let minulého století. Ale už po deseti letech se do Česka znovu navrácí a přesvědčuje o svých mimořádných a nenahraditelných kvalitách. „Díky obsaženým látkám je konopí cenným prostředkem při léčení řady nemocí užívaných jak v lidovém, tak v moderním lékařství. Bohaté je také technické využití této rostliny,“ uvedl Václav Říha, jednatel HEMP PRODUCTION CZ, s.r.o. Jeho firma patří k největším pěstitelům a zpracovatelům konopného semene a stonků.

Barvy a laky z přírody

Konopí však stále ještě čeká na plné docenění jako ekologická náhrada výrobků anorganické chemie. Kvalitní, za studena lisovaný, konopný olej poslouží nejlépe v kuchyni a potravinářském průmyslu pro vysoký obsah nenasycených kyselin. Méně kvalitní, žluklá a jinak znehodnocená surovina se používá jako základ lazurovacích laků, napouštěcích a penetračních olejů.



Lazurovací laky NATUROL jsou ekologické



Václav Říha, jednatel společnosti HEMP PRODUCTION CZ

„Olej z konopných semen obsahuje 70–75 % nenasycených mastných kyselin, které způsobují vysychavost konopného oleje, a proto slouží jako přísada do nátěrů určených pro kovové a dřevěné povrchy. Používal se i k výrobě tiskařských barev, laků a fermeží,“ vysvětlil Václav Říha. Přední český zpracovatel konopí HEMP PRODUCTION CZ se vrací k dnes již pomalu zapomenutým olejovým barvám a zavádí do výroby a prodeje řadu produktů pod společnou značkou NATUROL. Rozděleny jsou na oleje napouštěcí (impregnace) a konopné laky, které jsou vyrobeny na bázi sojového oleje v kombinaci s olejem z konopí. Díky tomu vzniká pružný, houževnatý nátěrový film s minimální nasákovostí (odpuje vodu) a u světlých odstínů zaručuje nízký stupeň žloutnutí. V oboru nátěrových

hmot se jedná o světový unikát. Olejné barvy a emaily na dřevo a kov (včetně inhibitorů koroze) dobře odolávají povětrnostním vlivům. Velmi snadno se aplikují, jsou vhodné nejen pro řemeslníky, poradí si s nimi kutilové i šikovné ženy.

Na stavbě i na silnici

Jedinečné vlastnosti konopného materiálu objevují i stavebníci. Na domácím trhu se nabízí vápenato-konopná stavební hmota s vynikajícími tepelnými a difúzními charakteristikami, která šetří náklady při vytápění a chlazení objektů. Používá se proto při stavbě nízkoenergetických domů stejně jako desky a vlákna z konopného pazdří. Jako obnovitelná složka pohonných hmot se v současnosti přidává do ropných produktů metylester řepky olejné. Už v minulosti se však k pohonu spalovacích motorů běžně užíval konopný olej. Při rozšíření pěstebních ploch technického konopí by se nyní mohl stát vhodným obnovitelným zdrojem energie k pohonu automobilů. Další využití technického konopí na sebe nenechá dlouho čekat. Tradiční domácí plodina stále znovu překvapuje mimořádnými technickými parametry a velmi příznivou ekologickou stopou.

(kčr)



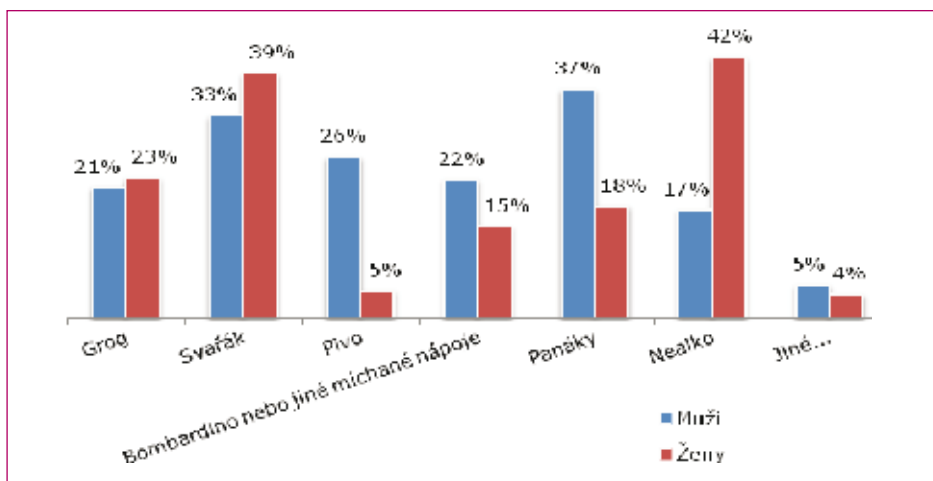
Alkohol na lyžích

direct
pojišťovna
PART OF THE RSA GROUP

Na sjezdovkách jezdí 83 % českých lyžařů pod vlivem alkoholu, více než třetina vypije přes den dvě až tři skleničky lihovin.

Dvě třetiny sportovců na horách neřeší ani zbytkový alkohol po ránu, takže zcela střízlivé lyžaře či snowboardisty potkáte jen stěží. A když už, budou to daleko spíše ženy. Češi si tak podle ankety DIRECT Pojišťovny neuvědomují negativní dopady alkoholu nejen na jejich smysly, ale také na celkovou bezpečnost na sjezdovce.

„Naprostá většina lyžařů se při svých cestách za sněhem chová zodpovědně v otázce pojištění. Na výjezd do zahraničí se 9 z 10 našich klientů pojistí, a pokud jedou za zimními sporty, sjednávají si většinou i doplňková připojištění,“ uvedla Kateřina Krásová, tisková mluvčí DIRECT Pojišťovny. „Na co však už milovníci sjezdování bohužel nemyslí, je vliv alkoholu. Málokdo si uvědomuje, že prodlužuje reakční časy, zhoršuje rovnováhu a vede ke ztrátě kritického úsudku. Podnapilý lyžař tak ohrožuje nejen sám sebe, ale také ostatní lyžaře a snowboardisty. V zahraničí bývá běžnou praxí, že střety a zranění na sjezdovce šetří místní policie, která právě vliv alkoholu zkoumá, a pokud se prokáže jeho přítomnost v krvi, má to také přímý vliv na plnění pojišťovny,“ dodala Kateřina Krásová. Anketa DIRECT Pojišťovny ukázala, že alkoholu se při lyžování úplně vyhýbá pouze každý šestý. Jsou to však hlavně ženy (28 %), mezi muži je to vzácnost (7 %). Nejoblíbenějším alkoholickým nápojem je svařené víno, které pije na sjezdovce 36 % lyžařů a snowboardistů. Muži dávají častěji než ženy přednost pivu, které si dá každý čtvrtý. Výrazně více vypijí také tvrdého alkoholu, který konzumuje víc než třetina mužů, oproti 18 % žen. Sedm z 10 lyžařů popíjí proto, aby se zahráli. Každý pátý tvrdí, že k horám prostě alkohol patří a šestina Čechů má



prý pod vlivem většího požitku z jízdy. Nelichotivý obrázek vztahu Čechů k alkoholu umocňuje 15 % sjezdařů, kteří jsou přesvědčeni, že zbytkový alkohol po večerním veselí nemá na jejich lyžařské schopnosti vliv. A více než 50 % lyžařů si hladinu alkoholu po ránu vůbec nehlídá. Podobně to mají ovšem i Britové. Podle průzkumu pojišťovny MORE THAN, sesterské společnosti DIRECT Pojišťovny, vyrazí jeden ze čtyř Britů nevědomky na svah v podnapilém stavu. Vliv večerního opjení na lyžařské schopnosti si totiž tři čtvrtiny lyžařů či snowboardistů nepřipouští. Oproti přesvědčení a chování většiny je alkohol na sjezdovce nebezpečný.

Pro ty, kteří nechtějí na svahu riskovat zdraví svoje ani ostatních, připravila DIRECT Pojišťovna tato doporučení:

- Chystáte-li se pít, nespěchejte. Čím rychleji pijete, tím rychleji roste koncentrace alkoholu v krvi.
- Když už se večer opijete a ráno vám nebude zrovna nejlépe, nechodte rovnou na svah. Dejte alkoholu čas, aby se dostal pryč z vašeho těla, a vyrazte na lyže až po obědě.
- Dávejte pozor, co jíte. Vydáté jídlo odbourávání alkoholu zpomalí, v některých případech i třikrát. Mýtus, že vám jídlo pomůže vystřízlivět, je falešný.
- Nemyslete si, že „vám čerstvý vzduch vyčistí hlavu“ – nevyčistí. Nízké teploty nemají na absorpci alkoholu vůbec žádný vliv.
- Pořiďte si kapesní alkohol tester (jsou levné a všude k dostání) a přibalte si jej na hory s sebou, abyste věděli, kdy můžete bezpečně na sjezdovku.

Odměnou pro střízlivé lyžaře je nejen lepší výkon na sjezdovce, ale také jistota pojistného plnění, když už se jim něco stane. DIRECT Pojišťovna milovníkům zimních sportů nabízí cestovní pojištění s léčebnými výlohami až do výše tří milionů korun a náklady na záchranou a pátrací činnost horské služby v ceně. Samozřejmostí cestovního pojištění DIRECT Pojišťovny jsou asistenční služby. Součástí vybraných balíčků je také pojištění úrazu, které si sjednává 85 % sportovců, nebo pojištění odpovědnosti za škodu, které si dnes sjednává prakticky každý lyžař. (tz)

V jakém množství pijete při lyžování alkohol?

