

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

říjen 2020

Podobizna září

Eva Brixí

Když září posílá své první lístky
Psané letní vzpomínkou
Ráda brouzdám tajemstvími
Po loukách tam kdesi v dálkách
S maminkou
Když září snáší z lísky
Ořechové mámení
Veverky dávají si
Podvečerní chundelaté znamení
Když září maluje svůj západ slunce
Trochu nostalgie má už v ruce
Teplo pouští do daleka
Jako draky po nebi
A svetry hladí dlaněmi
Podzim blízký
Šušká tichem
Budem všichni jedním hříchem
Pod jabloní plné plodů
Ale pozor
Z procházek se stěhujeme radši domů
V zahradách se válí mlha
Podobizna vyzývavá
Nejsem žádná
Nejsem jiná
Po kapsách mi voní září
Šípky pokoušejí všechny svaté na oltáři

Martina Houdková

Škola je zaměřena na výchovu studenta
jako výjimečné osobnosti

rozhovor na stranách 10–13



BYLINEO[®]

Vyzkoušíš a neměníš!

Rodinná firma BYLINEO – ručně vyráběná česká přírodní bylinná kosmetika.
Výjimečná svým složením v celé Evropě.

Jako jediní máme výtažek z rašeliny PEZRA, proto naše kosmetika tak funguje.
Viditelná změna již za 4–6 týdnů.

www.bylineo.cz



Myslíte, že IT dříve ženy nebavilo?

Mgr. Darina Vodrážková vede IT firmu DAQUAS spol. s r.o. Ta se snaží pomoci s řešením ostatním firmám, které chtějí něco v IT zlepšit, zjednodušit, udělat jinak, pracovat efektivněji, lépe komunikovat a být tak trochu bez zbytečných starostí. DAQUAS je také vynikajícím odborníkem na licenční politiku. A připsala bych jí ještě jednu charakteristiku: o své klienty se stará srdcem, se zaujetím pro věc, a když to jde, přidá do komunikace vždy trochu rozverness, humoru a dobré vůle. Součástí toho všeho je spousta otázek, jež zákazníkům a zájemcům její tým pokládá. Snaží se dopátrat merita věci, přijít na to, co odběratel skutečně potřebuje, jak to u něj funguje a proč by to mohlo šlapat lépe. Ne vždy je to jednoduché. Z odpovědí Dariny Vodrážkové poznáte, že je naučená naslouchat a analyzovat, pátrat po podstatě.



Mgr. Darina Vodrážková

Jaký vztah mají dnešní ženy k IT a novým technologiím? Baví je více než v minulosti?

To je zajímavá otázka. Zdá se vám, že IT ženy dříve nebavilo? Nebo bavilo méně než muže? Já myslím, že jsou lidé, které novinky a nápady baví, a lidé, kteří se raději přidržují energetiky (zdánlivě) efektivní rutiny a tu si novými technologiemi fakt kazit nedají. Osobně bych řekla, že ten rozdíl mezi pohlavími je spíš v tom, že „kluci“ radši zjišťují metodou pokus-omyl, co ta nová věc umí a dělá, a „holky“ tak trochu ztrácejí čas tím, že si to chtějí napřed přečíst... Hledáme návod, na to pokusničení moc nejsme, protože se bojíme, že něco „rozbijeme“, a pak budeme muset volat o pomoc.

Takže první pokusy jsou opatrnější, ale pak se zas můžeme dostat o kousek hlouběji či dál.

A myslíte si, že jste některé svoje klientky naučila se kamarádit se všemi těmi vymoženostmi, které máte v obchodním portfoliu? Tedy uživatelsky, tak, aby uměly všechny ty nástroje k podpoře fungování firem, procesů využívat?

To určitě ne. To vážně ani nejde. A navíc by to nedávalo smysl. Ani já neumím využívat celé portfolio nástrojů, které nabízíme. Jednak proto, že je toho vážně moc, takže každá firma nepotřebuje všechno, a ani každý jednotlivec v té firmě nevyužije úplně všechno. Je to sko-

ro, jako byste se mě zeptala, jestli mám v řidičáku zaplněné všechny řádky. Ale já nákladák ani autobus řídit nepotřebuju a trošku mi schází jen „éčko“ na přívěs pro koně... To časem přijde.

Liší se tedy ženský princip v přístupu k IT od toho mužského? Kdo si víc hraje?

Jak jsem naznačila, „kluci“ jsou náchylnější k tomu, aby si zkoumali věci sami. Raději si na všechno přijdou, než se nechávají učit. To má tedy svoje velké výhody, protože takto se znalosti a dovednosti získávají déle, ale o to trvanlivěji. U školení to často dopadne tak, že i funkce, která mě nadchne, nenajde úplně hned využití, a za týden vím sotva to, že mi ji někdo ukazoval, jenže nevím, kde a jak, a po čtrnácti dnech už ani to. Zatímco na co si přijdu sama, na to si v případně nutnosti zase znovu přijdu sama.

A co se skutečného hraní týče – i tam se tak trochu projevují nějaké ty genderové stereotypy... „Holky“ mívají raději „stavěcí hry“ a různé ty simulace standardní reality (péči o zvířátka, rodinné vztahy atd.), zatímco „kluci“ jdou spíše po tom „hraní na vojáky“. Samozřejmě to neplatí stoprocentně a taky se přirozeně spojují při společné hře. Avšak i tam jsem zažila pěkné příhody, když třeba moji synové, manžel a dcera hráli společně strategicko-dobyvatelskou hru a bytem se neslo: „Ségra, bojuj!“ A odpověď zněla: „Já ještě nemám dodělanou tu ohrádku pro ovečky!“ Zatímco kluci ve hře, kde stavíte a provozujete zábavní park s kolotoči a horskými drahami, budovali klece a pasty, do kterých chytali návštěvníky... Jen, jak říkám, lidé jsou různí, jsou samozřejmě dámy, které to mají úplně jinak, i pánové, kteří třeba nikdy na žádnou „střílečku“ nesáhli. Mimochodem, já nehraju vůbec. Leda různé komplikované formy solitaire – jako ranní mentální rozcvičku.

Co všechno může vaše firma šéfkám jiných společností, organizací, institucí nabídnout? A co by mohly využívat ve větším měřítku, ale zatím se zdráhají?

Naše firma jim může nabídnout především srozumitelnou komunikaci a porozumění jejich starostem. Důležité totiž je vědět, co chcete vyřešit – a až podle toho hledat prostředky,

Osobně bych řekla, že ten rozdíl mezi pohlavími je spíš v tom, že „kluci“ radši zjišťují metodou pokus-omyl, co ta nová věc umí a dělá, a „holky“ tak trochu ztrácejí čas tím, že si to chtějí napřed přečíst...



kterými to půjde udělat. V IT se těch prostředků nabízí mnoho a pro laika je stejně obtížné si z nich vybrat. Šéfka (či šéf) by se měla soustředit na co nejprůběžnější formulaci zadání a hledání řešení nechat těm, kdo se tím žijí. Avšak často ten proces spolupráce začíná už při té tvorbě zadání. Kladením správných otázek tomu umíme dost pomoci. Ono je někdy těžké, zejména pro racionální lidi, říct si o něco, co si vůbec neumí představit, že jde udělat. Třeba abyste mohli být na dvou místech zároveň nebo aby váš počítač sám podle diktátu jako sekretářka... Jenže to je právě to kritické místo: bez dobře zformulovaného zadání lze jen těžko najít opravdu vyhovující řešení.

Když nad tím tak přemýšlím, domnívám se, že pomůže získat dostatečnou důvěru v naše schopnosti to, když najde klient v tom širokém portfoliu to správné řešení. Tím oslovíme fantazii zadavatelky či zadavatele od přednastavených bariér a můžeme se soustředit na to, co doopravdy potřebují.

Doporučila byste nějakou novinku z vaší nabídky malým firmám? Třeba platformu pro komunikaci, sdílení dat, řízení procesů, lepší informovanosti týmu, nástroje k optimální organizaci času?

Protože IT je dnes nezbytnou součástí fungování všech životně důležitých funkcí každé organizace, chceme od něj kontinuální spolehlivou službu. Chceme, aby to byla stejná samozřejmost, jako tekoucí voda a elektřina. Vlastní studnu a elektrárnu přitom má jen málokdo. IT potřebám menších a středních podniků sluší úplně stejný přístup. Necht' se o IT stará profesionální specializovaná firma, a všechny prostředky, které lze sdílet, necht' jsou sdíleny, protože takový provoz je neekonomičtější. Pozor, nejde jen o využití IT, ale také o jeho zabezpečení. Na dostupnosti (tedy prakticky nepřetržitým fungování) IT jsou fir-

my závislé a velká část jejich hodnoty leží v datech! V údajích o zákaznících, zaměstnancích, v know-how, které má často opět podobu známých, dat, o která rozhodně nechceme přijít ani krádeží, ani ztrátou. A tak jako peníze ukládáme do bank, kde jsou chráněny lépe než v kanceláři v šuplíku, či v přihrádce v autě, tak bychom své IT a jeho obsahy měli mít v bezpečí datových center, která jsou chráněna jako trezor a ještě lépe.

Co bych tedy doporučila, je určitě úvaha o tom všem, co může firmě přinést takzvané cloudové IT. To, které umožňuje přístup k našim strojům a datům odkudkoli, kdykoli, ale rozhodně ne komukoli. Trochu se obávám, že to, co jsme zažili na jaře, se může opakovat, a v tu chvíli jsou cloudová řešení, nezávislá na místě, kde se nacházíme, k nezaplacení. Ale pozor! Díky principu sdílení prostředků jsou k nezaplacení jen obrazně. Náklady na vynikající (až sci-fi) technologie, precizní zajištění bezpečnosti, včetně shody s nejpřísnějšími normami pro ochranu osobních údajů nebo zdravotnických dat, jsou srovnatelné (a navíc v čase mnohem vlídněji rozložené), či dokonce nižší, než u tradičního IT.

Mluvíme o informační přehlcenosti a s tím o velkém náporu na psychiku člověka. Jsou lidé, kteří mobil i počítač záměrně vypínají, nechají být online 24 hodin denně poté, co takto žili uplynulých 20–30 let. Také k nim už paradoxně patříte?

Já ne. Jsem zvyklá zpracovávat několik různých vstupů na jednu (jako většina maminek s více dětmi), tak mi paralelní komunikační dráhy tolik nevadí. Ale pravda je, že s jarní vlnou karantény se i u mě projevilo vyčerpání, kterému psychologové dali označení Zoom Fatigue. To však není způsobeno přemírou informací, ale naopak jejich nedostatkem. Tím, jak jsme zvyklí na plastickou lidskou interakci a komunikaci, při níž se vidíme, cítíme, zaujímáme vůči sobě nějaké postavení, vzdálenost, pozo-

rujeme gesta, nejen tvář, při povídání ve skupině vidíme všechny její členy a jejich vzájemné reakce... o což při vzdálených hovorech po síti přicházíme (i když spustíme všechny kamery), naše hlava se s tím jen těžko vyrovnává.

A jak se tak pokouší scházet informací domyslet, dopočítat, vydává mnohem více energie než při běžné rozpravě v zasedačce či u vaření kávy ve společné kuchyňce. K tomu připočítejte nepříliš ergonomické podmínky u stolu nebo na gauči v obýváku – a z pohodlného home office se může stát značně náročné pracovní prostředí, které vysává energii o kus rychlejším tempem, než znáte z kanceláře. Takže, odpověď na vaši otázku – já nevypínám, ale vůbec to nemám za zlé těm, kdo to dělají. Prostě to potřebují a já to respektuji.

Opět začal řídit koronavir. Čím se IT obor a služby nejvíce podílí na zvládnutí chodu firem? V čem vidíte jeho zásadní přínos pro rozvoj podnikání v této nejednoduché době?

Čím je náš moderní svět složitější, tím více se specializujeme. Čím více se specializujeme, tím více musíme pracovat v týmech (těch specialistů). Týmová spolupráce se neobejde bez komunikace. Bez dobré a neustálé komunikace. Současné IT umí ta kouzla, díky nimž mohou komunikovat lidé, kteří jsou fyzicky, a třeba i v čase od sebe daleko. Pomáhá jim skutečně spolu-pracovat, spolu-tvořit. Nad jedním „papírem“, před stejnou tabulí. Navíc komunikace je pro lidské bytosti nezbytná, i jen tak pro zachování vzájemné interakce – a v tom IT také pomáhá. Na jaře jsme se třeba setkávali s kamarády u piva nebo u kávy... Každý si ho pěkně vychladil a otevřel nebo uvařil doma, sedli jsme si „ke strojům“, pustili kamery a mikrofony a povídali... skoro jako bychom se sešli u někoho doma nebo v hospůdce. A po čase jsme to ještě vylepšili tím, že jsme si mohli nastavit stejné pozadí ve virtuální místnosti... takže jsme i seděli mezi stejnými stěnami. Jen ty židle byly „každý pes jiná ves“. Nu, snad to zůstane nadále jen doplňkovou formou setkávání pro ty, co žijí na různých světadílech – a ne se sousedy z jednoho vchodu... To bych nám moc přála.

otázky připravila Eva Brix



foto Shutterstock



Zrají ty nejsladší hrušky

Dostala jsem milou sms o tom, že jsem něco pěkně napsala. To víte, pochvaly nepřicházejí každý den, a když už přeče, člověka skoro rozhodí. Rdí se sám před sebou a neumí se s tím srovnat. Najednou si uvědomí, kolik dobrých lidí i zajímavých příběhů kolem sebe má. Kolik pestrobarevných kytěk je na zahradě, že zrají ty nejsladší hrušky, že to sousedce fakt sluší. Jednomu dojde, jak jeho firma postoupila dál, k cíli a jak je to úžasné. Stačí drobný impuls k tomu, aby byl život krásnější a smysluplnější. Myslím, že i v době, kterou nás provází záškodný vir, stojí za to přemýšlet o záležitostech, které nás vedou na tu správnou značku. Záleží to na nás.

Eva Brix, šéfredaktorka



Tip Grady

První kroky v manažerské pozici Cesta k úspěšnému a respektovanému šéfovi

Julie Zhuo

Získali jste první vedoucí pozici? Obáváte se překážek a neúspěchů? Kniha vám nabízí spoustu rad a tipů, jak lidi motivovat, jak si poradit s problémovými zaměstnanci, jak vybírat nové podřízené, jak si organizovat svůj čas, plánovat porady nebo poskytovat zpětnou vazbu.



partneři www.madambusiness.cz

hlavní
partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 14, říjen 2020
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brix-Šimková, e-mail: brix@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

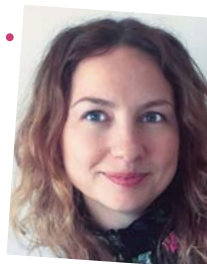
www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

Přemýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šimkem a mediaknow.net najdete správný směr.



Využíváte ve své praxi služeb blogerek a blogerů?

Irina Yakovleva
Antim Plus s.r.o.
jednatelka

Pro kosmetické značky, které potřebují rozprodit komunikaci především ke koncovým zákazníkům, jsou influenceri důležití. My jsme do vod influencer marketingu vstoupili letos. Vybrali jsme si několik osobností, jejichž styl interakce s publikem a jejich tvorba nám sedí a baví nás. Přáli jsme si, aby jejich sdělení mělo přidanou hodnotu a kulturu. I proto jsme se rozhodli jít cestou menších a středních tvůrců, kteří ještě těsněji se svým publikem interagují. Je pro nás důležité, aby tyto spolupráce fungovaly seriózně a slovo mělo svou váhu. Aby to byl vztah oboustranné důvěry a spokojenosti. Abychom z tohoto propojení měli radost a zároveň, aby to pomohlo značce Natura Siberica a Organic shop, které v ČR výhradně zastupujeme, získat další spokojené zákazníky. A to nelze jinak než tím, že lidé, kteří je budou propagovat, sami značkám budou fandit a najdou si v produktech své oblíbené.



Co děláte pro udržitelnost na zemi, na pracovišti či v osobním životě?

Zdenek Havlena
Pivovary Staropramen s.r.o.
ředitel

Problematické trvalé udržitelnosti se věnujeme dlouhodobě a prolíná se všemi oblastmi našeho podnikání. Máme dlouhodobou strategii a cíle zaměřené mj. na snižování spotřeby energií a vody. Nové projekty a inovace posuzujeme nejen z ekonomického hlediska, ale také z hlediska udržitelnosti a dopadu na životní prostředí. V letošním roce jsme uvedli na trh pivo Braník v PET lahvi, která obsahuje 30 % recyklované složky rPET. Dlouhodobě spolupracujeme s komunitami a městskými částmi v okolí našich pivovarů a podporujeme je a nezapomínáme ani na naše zaměstnance. Aktivit máme opravdu hodně, proto každý rok vydáváme Zprávu o trvale udržitelném rozvoji, která popisuje veškeré aktivity v oblasti udržitelnosti a také dopady naší společnosti na okolí.



Informace do kabelky

DoKapsy od ČSOB

ČSOB připravila mobilní aplikaci, ve které je vše, co člověk potřebuje, když vyrazí nakupovat. V aplikaci DoKapsy od ČSOB lze mít všechny platební karty, věrnostní kartičky různých obchodníků, využívat slevy a snadno nastavit mobilní placení. Aplikace myslí i na placení za parkování a brzy se její nabídka rozšíří o úhradu lístků v MHD a další služby. Novinka vychází vstříc silícímu trendu využívání digitalizovaných služeb a bezkontaktních plateb. „DoKapsy od ČSOB se liší od jiných a na nákupy zaměřených mobilních peněženek tím, že slučuje všechny platby za každodenní výdaje s věrnostními kartami a s exkluzivními slevami šitými na míru do jedné aplikace. Lidé tak mohou s její pomocí vyrazit na nákupy pouze s mobilem v kapse. Klient se dotýká jen vlastního mobilu a platí za různé služby, které si aktivuje jednoduše přímo z aplikace,“ uvedla Michaela Lhotková, výkonná ředitelka ČSOB pro platební řešení a inovace. Do mobilní aplikace DoKapsy od ČSOB lze snadno přidávat další fintech funkce. Příkladem je placení za parkování, což je nyní možné např. v Ústí nad Labem, Letohradu nebo Moravských Budějovicích. (tz)

Životní pojištění můžete upravovat podle své situace a potřeb

Životní pojištění nám nemůže vrátit zdraví, ale může další život podstatně ulehčit. Pokud je nastaveno správně. A podle průzkumu, který si Kooperativa nechala zpracovat, tomu tak často bohužel není. Jak upozornil Petr Procházka, ředitele Úseku pojištění osob v Kooperativě, pojistná částka a pojištěná rizika by se měly odvíjet od životní situace klienta.

Můžete to přece jen trochu rozvést?

Důraz na správně nastavené pojištění pro každého klienta klademe již dlouho. Nyní jsme ale pro zájemce připravili v našem Průvodci názornější vysvětlení, jak by výše jejich pojištění měla být odvozena. Nechceme totiž nabídku odbýt léta používanou zkratkou: Pojistná částka má být ve výši 1–3násobku ročního příjmu. Někdo potřebuje daleko vyšší částku, někdo jiný určitý typ pojištění nepotřebuje vůbec.

Jak by tedy měl klient své pojištění nastavit, aby splnilo účel?

Průvodce je aplikace, ve které naši poradci podrobně prozkoumají potřeby dotyčného, a z jejich analýzy vygenerují doporučenou pojistnou ochranu. Tedy doporučená rizika i částky, na které by měl klient pojištění uzavřít. Pokud si podle těchto parametrů člověk sjedná pojistnou smlouvu, má jistotu, že je kvalitně pojištěn. Když budeme konkrétní, tak pro toho, komu vyhovuje život single a neplánuje rodinu, je pojištění pro případ smrti nejspíš úplně zbytečné. Ale pokud je klient čerstvý otec novorozence? Pak by jeho pojištění smrti mělo toto dítě zajistit na nezbytné minimum až do doby jeho prvního výdělků. Zamyslet by se měli i ti, co už mají pojištění sjednané a jsou například čerství rodiči. Navýšit si limity nebo upravit rizika mohou kdykoliv.

Zmiňoval jste nastavení rizik, existuje nějaké obecné doporučení, co zvolit?

Je to podobné jako s pojištěním domu nebo bytu. Také si nepojišťujeme rychlovarnou konvici, ale je důležité mít dobře pojištěnou celou domácnost nebo dům. Často se setkáváme s tím, že lidem stačí získat z pojistky peníze za zlomenou nohu nebo za dvoutýdenní neschopenku. Když nás ale postihne vážná příhoda, jako je například mozková mrtvice, můžeme se ocitnout na dlouhou dobu bez svého obvyklého příjmu. Podle průzkumu společnosti IPSOS, který jsme si v září 2020 nechali zpracovat,



Petr Procházka

67 % lidí zná ve svém okolí někoho, kdo prodělal mozkovou mrtvici, a 28 % lidí dokonce takových osob zná více. Takže to je dostatečně vypovídající argument.

Uvědomují si lidé, že stačí málo a mohou se dostat do vážných finančních problémů?

Každým rokem postihne jen v ČR mozková mrtvice 25 000 lidí. Pokud se rychle neobnoví přívod krve a kyslíku do mozku, může dojít k trvalému poškození nebo ke smrti. Že pro takové případy existuje vhodné připojištění, však podle výše zmíněného průzkumu vůbec netuší 80 % dotázaných. Po jeho představení zároveň 53 % respondentů tato nabídka zaujala. Navíc si ho nyní zájemci mohou sjednat s výhodou dvojnásobného pojistného plnění právě v případě mozkové mrtvice. Vyšší pojistné plnění může zásadně pomoci dorovnat výpadek příjmů u dlouhodobé léčby či zajistit nadstandardní léčbu, nebo lepší a rychlejší rekonvalescenci.

Dvojnásobek sjednané pojistné částky nabízte už poněkolikáté, osvědčilo se vám to?

Úkolem pojišťoven mimo jiné je, aby šířily osvětu, protože vážné onemocnění, jako je na-

příklad i mozková mrtvice, dokáže lidem změnit život. Zároveň chceme podporovat naše klienty v zájmu o skutečně důležitá pojištění a pojistná rizika, taková, která v těžkých životních chvílích mohou pomoci a podpořit je. Proto připravujeme časově omezené akce, v rámci kterých klienti při sjednání daného rizika získají dvojnásobné pojistné plnění. Ve všech případech v naší historii se nám dařilo tímto způsobem oslovit širokou veřejnost, přimět lidi k zamyšlení – nabídka zvýšeného plnění dokázala dlouhodobě podpořit zájem o konkrétní vážné riziko, a tedy i kvalitní pojištění.

Je to typická situace pro český trh, nebo jsou klienti v zahraničí zodpovědnější?

Na vyspělejších trzích, například v sousedním Německu, má pojištění, kryjící případné problémy s invaliditou, téměř každý. Dále jsou trhy, které jsou zaměřené více například na vážné onemocnění, typickým je kanadský trh. Také tam se pojišťují skoro všichni. Lidé v západních zemích chápou mnohem více než u nás, že když vážně onemocní a nebudou pojištěni, tak se mohou dostat do existenčních problémů.

ptal se Martin Šimek

Café Charlotte: přidáváme novinky a investujeme

Jak být hostu a jeho přáním k ruce? Co udělat, aby měl stále chuť posedět v cukrárně, dát si něco pro povzbuzení ducha i těla? Zhřešit, a ještě si to užít? Na to má asi každý majitel svůj recept. Doslova i obrazně řečeno. Šumavské Café Charlotte manažersky velí Ing. Monika Nechvátalová, MBA. Nezastírá, že pro aktivity rodinného podniku byl letošní rok těžkou zkouškou. A vlastně je stále. Přesto i v tomto složitém období zařadili v této proslulé šumavské cukrárně a kavárně v Železné Rudě do nabídky další novinky a nebáli se ani investovat:

Co se u vás dělo na jaře, když jste museli zavřít?

Dokud to bylo možné, provozovali jsme alespoň pultový prodej především pro místní obyvatele – kávu a vybrané zákusky s sebou. Také jsme vozili občerstvení policistům a vojákům, kteří sloužili na znovuzavedených hranicích, a pro všechny příslušníky Integrovaného záchranného systému jsme měli v nabídce kávu a zákusek zdarma. No a po dobu, kdy se nesmělo cestovat do Německa ani k nám, jsme jezdili se zákusky a dorty připravenými na objednávku našimi německými klienty rovnou na hranice. Zakázky jsme domlouvali telefonicky. Volný čas jsme věnovali důkladnému úklidu, údržbovým pracím a konečně i interiérové přestavbě. Tato rekonstrukce byla spojená s dlouhodobě plánovaným rozšířením prostoru o zcela novou restauraci. V neposlední řadě jsme využili jarní měsíce ke školení a online vzdělávání personálu i vedení.

A jak to u vás vypadalo poté, co jste znovu otevřeli? Oč byl největší zájem a na co měli zákazníci největší chuť?

Nemohu říci, že by se něco zásadně změnilo, protože naši stálí zákazníci mají své oblíbené rituály a produkty, a ti noví mají vždy tendence ochutnávat nové a nepoznané chutě. Ale nemohla jsem si nevšimnout, že největším zdrojem potěšení všech hostů byla možnost posedět si u kávy a sladkého mimo domov a s vědomím, že budou obsluhováni, že se pro změnu bude někdo starat o ně.

Mnoho lidí o prázdninách oželelo dovolenou v zahraničí a více objevovalo krásy své země. Projevilo se to v návštěvnosti?

V letních měsících jsme vždy plně vytíženi, a vzhledem k dané kapacitě kavárny jsme tedy ani větší nárůst tržeb nebo hostů nemohli zaznamenat. Ubylo však zahraničních návštěvníků, hlavně německých, a přibýlo českých.

Začal podzim, a to je období, kdy se z venkovních prostor lidé vrací do tepla interiéru. Jenže zase začal řádit koronavirus. Podepisuje se tato situace na vašem provozu, tržbách, náladě?

Od té doby, co je znovu povinně zavedeno nosit roušky ve vnitřních prostorách, je vidět, že lidé preferují posezení venku, a to bez ohledu na chladnější počasí. Německá klientela je stále výrazně slabší, než bývalo zvykem, a je znát,



Ing. Monika Nechvátalová, MBA



Výdejní prostor, který zde fungoval během jara



že řada lidí se pořád obává jak uzavřených prostor, tak pobytu mezi větší skupinkou lidí. Přestože jsme v létě fungovali standardně, tak nelze dohnat ztracené tržby z jarních měsíců. Nejvíce to pocítíme v nadcházející mimosezóně, od října do poloviny prosince, kdy ani čeští turisté obvykle nejedou na hory a zahraniční hosté jsou tady minimálně. V nejhrošším případě pak můžeme očekávat další zavření hranic, což by pro nás bylo fatální.

Možná ale už přijímáte objednávky n pečení vánočního cukroví...

Zatím máme stále letní sezónu, objednávky na pečení vánočního cukroví přijímáme každoročně od října. Otázka však je, zda o to letos vůbec bude ze strany zákazníků zájem. Pokud bude celý podzim všude zavřeno a lidé budou trávit mnohem více času doma, tak si nejspíš i to cukroví napečou sami.

Firemních setkání, oslav, konferencí ubylo, je to znát i na zakázkách pro akce tohoto typu?

Samozřejmě, je to velmi citelné. Sportovní a firemní víkendy se nyní ruší, buď protože je to

momentálně obecně zakázané, nebo protože lidé nechtějí zbytečně riskovat. Řada oslav a svateb je odložena, pravidelná setkání různých klubů a skupin se nekonají, takže doslova nemáme pro koho péct.

Každý rok přidáváte do sortimentu nějakou novinku. Co to bylo či bude letos?

Letos jsme do našeho sortimentu zařadili dva klasické italské dezerty: Panna Cotta – lehký vrstvený dezert, v němž je sladká smetana sva-



řená se želatinou vyvážená nakyslou chutí omáčky z lesních plodů či jiného ovoce; a Tiramisu, jehož základem jsou vrstvy piškotů namočených v silném espressu a krém z mascarpone, vajec a cukru, který je dochucen italským mandlovým likérem Amaretto a hořkým kakaem. Oba jsme letos přihlásili do soutěže Česká Chuťovka.

Kromě těchto dvou dezertů nově nabízíme dort ze zakysané smetany, malinové káse (obnovený recept) a dort z lesního ovoce. A za měsíc nás čeká další školení v nových trendech cukrářského zdobení, takže doufám, že načerpáme inspiraci.

Mnoho mlsalů si pochoutky z Café Charlotte nechce odepřít. Do jaké vzdálenosti zavážíte, jak to máte s logistikou?

Objednávky vozíme každé pondělí do Plzně a každý čtvrtek do Prahy. Samozřejmě ale záleží na konkrétní domluvě. My si zakládáme na péči o zákazníky nejen v této době, takže pokud je to jen trochu možné, snažíme se vycházet vstříc a nabízet různé možnosti. Nejdál jsme vezli zásilku do Brna...

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Odkládat radost a štěstí je nesmysl

Pár kroků od samotného historického centra Písku se nachází kosmetický salón, který je splněným snem Hany Šedivé. Má výlohu tak krásnou, že se u ní s chutí zastavují ženy a představují si, jaké by to asi bylo takové místo navštívit. A nakonec to zkusí. I takto se Haně Šedivé, která spolupracuje s francouzskou kosmetickou značkou GERnétic, podařilo rozšířit klientelu po jarní koronavirové krizi.



Hana Šedivá

Kosmetické salóny v letošním roce zažily nelehké období. Jak se vám je podařilo zvládnout?

Zpočátku jsem pociťovala strach a nejistotu z toho, co bude. Poté jsem se k situaci ale postavila úplně jinak. Pojala jsem ji jako prostor mnohé ve vlastním životě přehodnotit. Soustředila jsem se na vytvoření si pozitivního plánu pro budoucí období. Pracovala jsem na seberozvoji. Více času a pozornosti jsem věnovala svému soukromí a rodině. Samozřejmě mi určitý klid také dodala podpora státu pro živnostníky, která mi umožnila období překonat s menším množstvím starostí. Celkově bych ale letošní jaro shrnula jako pozitivní období, které mi přineslo mnoho důležitého.

Měla na to nějaký vliv podpora GERnétic?

Péče, jakou nám kosmetičkám GERnétic věnuje, je unikátní. Člověk vnímá, že celé zázemí značky jej bere jako součást rodiny, jako někoho, kdo má význam. To podporuje také pozitivní a přátelské naladění, které se odráží v komunikaci a při každém setkání, ať už osobním, či virtuálním. A to je úžasné, inspirativní, dodává to energii a sílu. GERnétic se o své kosmetičky vždy báječně staral. To, jak nás podpořil během jarních měsíců, mělo zcela jistě velký podíl na tom, že jsem toto období úspěšně zvládla. Organizoval pro nás webináře, snažil se nám pomoci, abychom klientkám zajistili vše potřebné pro domácí péči. Lidé z týmu se nám intenzivně věnovali. Podpory

se nám, Gerneticienne, dostávalo také po znovuootevření, které nakonec přišlo o dva týdny dříve oproti původním očekáváním. Do práce jsem se vracela s obrovskou motivací.

Pozorovala jste u klientek po opětovném otevření salónu určitou bázlivost, nebo právě naopak?

Klientky se rozhodně nebály. Už během „karantény“ jsem u nich zaznamenala stesky po salónní péči. Když se tyto služby zase otevřely, zájem byl obrovský. Vzájemně jsme se na sebe těšily. Kalendář se mi zaplnil během chvilky. Jsem také nesmírně ráda, že žádná klientka neodešla, a naopak jich přibýlo. Bylo vidět, že se jim po čase „jen pro sebe“ už stýskalo.

S jakými potřebami k vám zákazníci nejčastěji přicházejí? A změnily se s nutností znovu nasadit roušky?

Bohužel ochranné prostředky značně zasáhly zdraví pokožky. Nejčastěji jsme společně řešily přecitlivělou a podrážděnou pokožku, různé vyrážky, a nakonec také rouškové akné, které si v zahraničí vysloužilo nový termín „maskne“ (z anglického mask a acne). Maskne je problém, který trápí ženy i muže bez ohledu na věk. Jde o to, že se pleť v roušce zapalí. Toto vlhké prostředí urychluje rozvoj bakterií, které následně způsobují zánětlivé projevy. Ale péče GERnétic si i s takovými stavy poradí a dokáže fyziologické funkce, zdraví i půvab pleti harmonizovat.

Mohla byste nám prozradit, jaký produkt by neměl chybět ve výbavě žen i mužů, pokud chtějí pleť ochránit před nepříznivými vlivy v době rouškové?

Vždy je potřeba pokožce dodat odpovídající výživu, která podpoří všechny přirozené fyziologické funkce pleti. V tom je nejlepší krém Synchro, pro mě opravdový základ krásné pokožky. Jeho regenerační schopnosti jsou všestranné a využití širokospektrální. Je to poklad, můj diamant. Pokud vidím zhoršení pleti, občasný výskyt zánětů, pak nemohu doporučit jiný S.O.S. přípravek než masku Im-muno. Je navržena tak, aby záněty na pokožce eliminovala, stabilizovala pH kůže a zlepšila její celkovou imunitu. Tato maska se může použít plošně nebo jen lokálně. Často jde ruku v ruce s problematickými projevy i začervenaní nebo podráždění. Proto bych do výběru zařadila také krém Vasco, který posiluje křehkou citlivou pleť.

Štěstí je dar, rodí se z drobností a lze ho objevovat každý den znovu a znovu.



Co dělat, pokud se na pokožce náhle objeví změny, které si nepřejeme ukazovat na veřejnosti? Má smysl počkat, nebo je lépe navštívit odborníka hned?

Pokud si člověk není jistý, raději bych mu doporučila navštívit odborníka a řešení neodkládat. Kosmetička pracující s GERnétic je v tomto smyslu jistě bezpečnou a dobrou volbou, protože pracuje s kosmetikou účinnou, je vzdělaná a rozumí fyziologii lidského těla. Pokud by zpozorovala, že pleť vyžaduje zásah dermatologa, nebude váhat a doporučí vám obrátit se na něj. Rozhodně se na klientech nebude dopouštět experimentů, které by způsobily jizvy na duši i na kůži.

Pleť a psychika spolu také úzce souvisejí. Když není vzhled podle představ, může i správné duševní ladění nějak pomoci k rychlejší normalizaci stavu pleti?

Samozřejmě jsme vystaveni tlaku ideálu krásy. Který je teď „in“, vlastně ani nevím. Já se držím vize GERnétic, že zdravý je krásný bez ohledu na to, jaká je zrovna móda. Toto poselství se snažím předávat dál. A proto, i když se klientka obává a cítí se sklíčená z toho, že má starosti o stav pokožky, vždycky se jí snažím uklidnit. Právě stres přináší obvykle další zhoršení. A pak je z toho začarovaný kruh. Přistupovat k jakémukoli trápení s pletí s klidem je největší výhra. Zkuste se na to podívat tak, že jste jinak zdraví, můžete dýchat, hýbat se, uvařit si dobré jídlo, zasmát se s přáteli, kterým vážně nezáleží na tom, jestli máte zrovna pupínek na bradě nebo o dvě kila víc. Uvědomte si, že spousta lidí takové možnosti nemá, a umí být přesto šťastná tady a teď. Proto klientkám dávám domácí úkol. Každý večer před spaním si vizualizuji, jak je jejich pleť krásná a překypuje zdravím. Jak skvěle se cítí. Chci, aby si to prožily denně

a tu radost neodkládaly. Štěstí je dar, rodí se z drobností a lze ho objevovat každý den znovu a znovu. Chci, aby se v tom procesu péče měly stále na co těšit. Také proto jim nevyprávím o tom, co krémy obsahují, ale co úžasného s kůží dělají.

Když zrovna nejste ve svém kosmetickém salónu, jak ráda relaxujete? Dopřáváte si také profesionální kosmetické ošetření?

O sebe pečuji sama, jsem si svou vlastní kosmetičkou. A těším se z toho. Ve volném čase se věnuji zvířatům, je to můj obrovský koníček. Nedávno se k nám do rodiny připojil koník, který byl týraný. Máme ovečky, psy, koč-

ky. Zvířata jsou moje celoživotní láska. I proto teď dávám dohromady knížku příběhů pro malé předškoláky, v nichž je provází jako vypravěči sama zvířata a učí je, jak vypadá jejich svět a co potřebují. Zjistila jsem totiž, že dnešní děti pečují o domácí mazlíčky nevládají a dělá jim potíže třeba i takový králíček. A protože jsou naši čtyřnozí partáci velkým zdrojem emocí a člověk se s nimi snad nikdy nepřestane smát, založila jsem také instagramový účet @emoce_z_vesnice, kde tyto vtipné momenty z života na venkově sdílím, abychom se všichni mohli zasmát tomu každodennímu a obyčejnému.

Podnikání je fascinující a někdy náročný svět. V čem hledáte energii k překonávání překážek?

Vždycky jsem se chtěla stát kosmetičkou nebo zdravotní sestrou. Už od mala. Po střední škole jsem absolvovala kurzy a inspiraci jsem hodně hledala ve vzdělávání. Informace jsem hltala. Zažila jsem ve svém životě také období, kdy moje pleť vůbec nevypadala dobře, ale problém jsem vyřešila. A na základě toho jsem se rozhodla ženám pomáhat takové situace zvládnout a motivovat je k tomu, aby objevovaly vlastní ženskost a půvab. Vidím, že má moje práce smysl.

Dnes hodně energie čerpám v přírodě. Další podněty skýtá design, fotografie, historie. Ráda si prohlížím obrázky v aplikaci Pinterest. A naopak já ráda inspiroji lidi výsledky mé práce, tím, že se cítí a vypadají dobře. I proto jsem si zřídila salónní instagramový profil @hana_sediva. Ale v zásadě mě nejvíce těší, že lidé svoje pozitivní zkušenosti a zážitky ze salónu sdílejí mezi sebou, což je ta nejmilejší reference a poděkování.

připravila se Kateřina Šimková



Škola je zaměřena na výchovu studenta jako výjimečné osobnosti

Naučit člověka to, co bude v životě potřebovat on i ostatní, naučit ho, aby něco uměl, to je podle mne těžký úkol. Proto obdivuji všechny kantory, kteří se o to snaží. A školy, jejichž cílem je mít národ vzdělaný, tvořivý a lidi spokojené, šťastné, s prostorem pro seberealizaci. Mgr. Martina Houdková jde tímto směrem. A snaží se naplnit odkaz svých rodičů, do života uvést i další nové vize. Vlastní střední Školu mezinárodních a veřejných vztahů Praha, a pokračuje tak v rodinném podnikání.



Mgr. Martina Houdková

Co vás přivedlo k businessu? A proč jste zvolila obor, který nemá dnes na různých ustlání, tedy školství?

Především má rodina, odkaz mého tatínka, který vybudoval školu, a maminky, která mu byla ve všem oporou a společně dlouhé roky pracovali na systému celoživotního vzdělávání (vybudovali střední a vyšší odbornou školu,

víceleté gymnázium, vysokou školu a Institut reklamní a marketingové komunikace). Po revoluci hned na začátku 90. let se začali intenzivně věnovat myšlence založení vlastní školy, obklopili se svými přáteli, schopnými a vzdělanými lidmi, a reagovali na potřebu a poptávku doby po lidech s ekonomickým rozhledem a vzděláním. Začali sice v Praze, ale záhy se prostřednictvím poboček rozšířila jejich akti-

vita téměř po celé ČR. Tehdy jsem byla ještě mladá dívka, ale školou a školstvím naše rodina žila a já chtě nechtě vyrůstala u všech debat a rozhodnutí, kam se v nově rodící se krajině školství vydat. Bylo tedy zcela logické, abych po svých rodičích převzala rodinný podnik a věnovala se mu dál. V žádném oboru to není jednoduché. Benefitem práce ve škole je to, že tato práce má pro mě smysl a mám ji ráda, setkání s mladými vás vždy posouvá kupředu, nutí vás neustrnout ve vývoji. Protože mám ve škole skvělý tým, do práce se těším.

Vlastníte střední Školu mezinárodních a veřejných vztahů Praha a máte řadu dalších aktivit. Jaké jsou vaše vize, cíle, sny?

Naše škola si zvolila jako obor vzdělávání Veřejnosprávní činnost. V rámci tohoto oboru jsme rozpracovali 6 vzdělávacích programů, o nichž víme, že tu naši absolventi najdou uplatnění. Jsou jimi: Mezinárodní vztahy a diplomacie, Mediální komunikace a public relations, Právo a právní administrativa, Veřejná správa, Finance, business a světová ekonomika a Destinační management. Vše o těchto programech je na našem webu. Ve všech programech se pak naši studenti učí to, co je pro osobní i pracovní život potřeba – právo, ekonomiku, mediální komunikaci a výchovu, PR, IT, cizí jazyky a mnoho dalších disciplín. Všechny mé aktivity s těmito programy souvisejí – cílí na veřejný život, mají podpořit uplatnění našich studentů i absolventů v životě – hledám a aktivně kontaktuji vzdělané osobnosti, které mohou přispět k aktualizaci našich vzdělávacích programů, předávají našim studentům své zkušenosti, pomáhají při jejich inovaci a tvorbě s cílem připravit takového absolventa, který se v životě opravdu neztratí. Kromě toho podporuji neveřejný sektor, zajímala mě vždy charita, ochrana životního prostředí, pomoc druhým. Z tohoto také vyplývá, že jsme nabídli spolupráci UNICEF, Dobrému andělu, Kráse pomoci, Člověku v tísní, uspořádali konferenci na téma ochrany vod a oceánů, podporujeme dlouhá léta Srdíčkové dny, účastníme se Run and Help apod. Mým cílem je pracovat na neustálém zkvalitňování školy, pokračovat ve vizi svých rodičů, tj. přidat ještě

Záměrem výuky je vybavit absolventy potřebnou odbornou jistotou a zázemím tak, aby byli schopni ji uplatnit ve své budoucí praxi na pozadí aktuálního legislativního rámce.

další vzdělávací stupně a také být ve své práci i osobním životě spokojená a šťastná.

Myslíte si, že se vzdělanost Čechů a jejich znalostní potenciál může stále směle srovnávat s úrovní vyspělých zemí Evropy nebo světa?

Na tuto otázku se dá odpovědět dvěma způsoby. V roce 1995 udělala Mezinárodní asociace IEA ve spolupráci se společností TIMSS mezinárodní srovnávací průzkum 43 států v oblasti matematické vzdělanosti a přírodovědné vzdělanosti. V matematice skončila Česká republika na šestém místě, před ní byly pouze země Singapur, Korea, Japonsko, Hongkong a Belgie. Ve znalostech přírodovědných se Česká republika umístila dokonce na místě druhém. V roce 2003 se podle průměrného výsledku žáků jednotlivých zemí OECD PISA 2003 Česká republika v oblasti matematického vzdělávání propadla na 15. místo a v přírodovědném vzdělávání na místo deváté a dále se propadá. Pokud se podíváme na dokument, který vydalo MŠMT – Strategie vzdělávání 2030+, jedním z požadavků je snížit objem učiva. Trendem současné doby jsou moderní technologie, digitalizace, využívání IT technologií. Žáci si mohou spoustu informací dohledat, ale zároveň jim musí rozumět, umět je použít a nalézat souvislosti i logické návaznosti. A to bez elementárních znalostí nelze.

Druhou možnou odpovědí je naše osobní zkušenost se studenty naší školy, kde vycházím z reálných zkušeností a uvedu vám jednoduchý příklad. Zapojili jsme se do evropského projektu ERASMUS + a stanuli jsme v pozici koordinátora několika projektů, v nichž figurují i partneři ze zahraničních škol, některé patří na tzv. bývalý východ, některé představují tzv. západ. Na počátku jsme si nebyli jisti, zda např. úroveň znalosti anglického jazyka našich studentů bude odpo-



vídat nárokům projektu, zda zvládneme odbornost témat. Pečlivě jsme se připravili na každé partnerské setkání po všech stránkách, abychom nakonec zjistili, že právě naši studenti a studenti ze zemí bývalého východního bloku mají angličtinu na velice dobré úrovni a prezentují témata projektu zcela profesionálně, suverénně se domluví, mají široký rozhled a tvoří špičku projektu.

A umí naše školy studenty dostatečně motivovat k tomu, aby ze sebe vydali to, co společnost potřebuje?

Nemohu mluvit za druhé, musím mluvit jen za tu svou školu. Já doufám, že ta naše to dělá, nebo se o to alespoň intenzivně snaží. Protože celé je to o studentech a jejich vnitřních motivech. My jim dáváme možnosti, ukazujeme

a učíme je, kudy se dát, ale celé je to pouze na nich. Je to však také o inspiraci, máme kvalitní učitele a školu navštěvují lidé úspěšní ve svém oboru. A často mluví nejen o své práci, ale také o cestě, kterou museli projít, a kolik je to stálo, aby byli tam, kde jsou. Vnitřní motivy si studenti musí najít sami, v dnešní době, kdy je vše dostupné, je to ale náročnější. Stojíme vedle nich, podáváme jim pomocnou ruku, ale práci musí odvést hlavně oni sami. V posledních letech jsme se zaměřili také na podporu osobnostního rozvoje a začali k tomu připravovat semináře. Ale nedělám si iluze, že všichni jsou motivováni a studium je baví.

Vaše škola se profiluje jako ta, která chce vychovávat lidi pro praktický život ve firmách, záleží vám na přípravě vzdělaných lidí pro praxi, snažíte se, aby něco uměli, věděli, jak na to. Ale to je na „učení“ to nejtěžší. Jak jste úspěšní?

Jsmo školou moderní, s vysokými nároky na studenty v souladu s požadavky trhu práce a v souladu s prognózami vývoje trhu ve spolupráci s odbornou a výkonnou praxí. Škola je zaměřena na výchovu studenta jako výjimečné osobnosti na poli kulturním, humanitním, odborném, vědeckém i politickém a směřujeme další rozvoj do oblasti s modernizací výukových trendů. Cílem školy z hlediska pedagogické činnosti je co nejlépe připravit studenty pro další studium na vysokých školách, nebo pro výkon profese v jednotlivých oborech tak, aby byli ve svém oboru skutečnými profesionály a jejich práce byla pro ně nejen zdrojem dobrých příjmů, ale i koníčkem. Záměrem výuky je vybavit absolventy potřebnou odbornou jistotou a zázemím tak, aby byli schopni ji uplatnit ve své budoucí praxi na pozadí aktuálního legislativního rámce. Důležitou součástí výuky je zapojování žáků do projektové činnosti – Diplomatické fórum, Reklamní kancelář, Právo





na vlastní oči, Sociální sítě a média, Studentské společnosti, Zákulisí veřejné správy, Cestovní kancelář, Edison, Erasmus+ apod. V průběhu roku navštěvuje školu řada zahraničních a domácích odborníků, velvyslanců, specialistů, kteří obohacují výuku o řadu svých odborných i osobních zkušeností a přibližují reálný život žákům. Každý žák si vytváří své portfolio.

A jak se nám to daří? Věřím, že dobře. Vychováváme si vlastní učitele, vrací se k nám po studiích naši absolventi, řada z nich pokračuje v našich projektech i ve výuce, přicházejí, aby pomohli při dnech otevřených dveří, občas se jen tak zastaví, aby nám sdělili, jak se mají, či nabídli další pomoc a spolupráci.

Vy sama sbíráte své profesní zkušenosti jako podnikatelka i manažerka. V jaké pozici se lépe seberealizujete? Co je o větší kreativitě, adrenalinu, vášni?

Pro sebe si tyto dvě pozice nijak neodděluji. Snažím se být kreativní, neustrnout, být občas vizionář, občas manažer, občas lídr, když je potřeba přiložit ruku k dílu (zejména v administrativě, pustím se do práce). Prostě podle potřeby a podle toho, kde je nutné udělat jasné rozhodnutí či jen snít o tom, kam dále pokračovat, jaké cesty rozvoje volit. Vášně k mému životu patří, dokážu se snadno nadchnout, umím projevit emoce, ale nechávám si ji možná více do svého soukromého života. V práci podnikatelky i manažerky se vždy raději vracím od vášně k racionálnějšímu postupu.

Škola slaví letos 30 let od svého vzniku. Jak jste naznačila, založili ji vaši rodiče, na jejich podnikatelské zásady jste navázala. Čím vás obohatilo rodinné podnikání? Je spíše založeno na emocionálním přístupu k věci, nebo racionalitě?

Jako každá žena mám svou emocionální i racionální polohu. Někdy se sváří obě, někdy musím jednu či druhou upřednostnit, ale snažím

se, aby podle situace zvítězil ten správný přístup. A čím mě obohatilo rodinné podnikání? Že jsem při něm byla od začátku. Každý den se doma u večere řešilo, co, jak, kdy a proč uděláme a pak jsme zase společně řešili, co funguje, a co ne. Také jsem od začátku ve škole pracovala, myslím, že kromě školníka jsem dělala úplně všechno. Působila jsem na studijním oddělení, občas zaskočila ve školním bufetu a s postupem času a mírou mého dalšího vzdělávání jsem začala ve škole i učit, a později ji i řídit. To mně velmi pomohlo a pomáhá doteď, když vím, co práce mých lidí ve škole obnáší. Největší přínos ale spočíval v přístupu mého otce k práci a k lidem. Nikdy se nevzdávat, jít si za svým cílem a spolupracovat. Jeho mottem bylo Umění vést je uměním komunikovat, a to, myslím si, platí vždycky. Odkazem mé maminky zase bylo, abych se na věci dívala z lidské stránky, ona uváděla tátovy vize a nápady do života, ukázala mi, že ve dvou či ve více lidech se to vždycky lépe táhne. Proto se také nechávám inspirovat

ostatními. Zajímají mě názory druhých lidí. Pracuji v týmu, nejsem sólový hráč, i když si umím svůj názor prosadit. I moji rodiče stavěli na kolegiálnost, pracovali s těmi, na něž se mohli spolehnout, a to dělám i já. Platí to však i z druhé strany, když se mohu spolehnout já na ně, mohou se také oni spolehnout na mě. To je dost zásadní věc. Bez svého týmu bych nikdy nebyla tam, kde jsem.

Relativně novým oborem je u vás destinační management. Oč jde?

Destinační management je moderní nástroj na podporu cestovního ruchu v regionech, který přispívá k naplňování cílů regionální politiky

a celkově k efektivnosti rozvoje cestovního ruchu v destinaci.

Destinační management je dnes velmi rozšířen a jde o nástroj podpory regionálního rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých regionech, chcete-li oblastech. Na vysokých školách se tato problematika již vyučuje, ale na středních školách je zcela opomíjena. Pro tento nový vzdělávací program jsme se rozhodli v návaznosti na jednání se společností CzechTourism, kde výstupem byl požadavek na absolventa, který je schopen koordinovaně řídit regionální politiku, spolupracuje s jednotlivými zainteresovanými aktéry cestovního ruchu a dobře se orientuje v oblasti strategie rozvoje, implementace a koordinace procesů regionálního plánování a řízení destinace, rozhodování destinace a disponibilních zdrojů pro realizaci strategií a programů regionu. Je schopen zajistit kompletní marketing, který zahrnuje vytvoření profilu destinace na lokální, regionální i národní úrovni, pracuje s médií, organizuje fam-tripy, workshopy a roadshow, vytváří systém péče o návštěvníky a zároveň rozumí tomu všemu a je schopen využít finanční zdroje jak z veřejnosprávních zdrojů, tak z Evropských fondů. Prvořadým úkolem je vytvořit portfolio klíčových produktů, pro které je třeba zajistit vhodné distribuční kanály. Zvláště v dnešní době, kdy roste zájem turistů o cestování v rámci jednotlivých destinací, je poptávka po takovýchto specialistech velká.

Dala jste podnět ke vzniku soukromého gymnázia s jednoznačným posláním, jmenuje se Gymnázium moderních technologií. Co všechno zde budou moci zájemci studovat? Půjde jen o denní studium? S jakou kapacitou žáků počítáte? Chystáte se zde objevovat talenty?

Posledních pár měsíců nám jednoznačně ukázalo nutnost změny vzdělávacího kurikula a nutnost najít cestu, jakou se školy musí v co

nejbližší době vydat a přeorientovat či minimálně začlenit výuku digitálních technologií jako nezbytnou součást vzdělávacího systému. V současné době rychlým tempem rostou požadavky na znalost digitálních technologií, které pronikají do všech

oblastí a činností člověka. Technologie proměňují všechna hospodářská odvětví, vytvářejí se nové kategorie zaměstnání a roste poptávka po schopnostech a znalostech polytechnického vzdělání. V souvislosti s dynamickým rozvojem nových technologií, jako jsou internet, robotizace, autonomní systémy a umělá inteligence, považujeme za nutné propojit vzdělání přírodovědné, technické a humanitní, aby měl absolvent střední školy nezbytný odborný zá-

Škola je zaměřena na výchovu studenta jako „výjimečné osobnosti“ na poli kulturním, humanitním, odborném, vědeckém i politickém a směřujeme další rozvoj do oblasti s modernizací výukových trendů.

klad, ale i široký rozhled. I humanitně vzdělaný absolvent potřebuje znát základy techniky, neboť ho bude obklopotvat a on ji bude intenzivně každodenně využívat.

Studium oboru Gymnázium bude probíhat denní formou studia s maximální kapacitou 24 žáků ve dvou třídách každého ročníku. Tedy maximální kapacita 185 žáků v oboru. Specifikem vzdělávacího kurikula Gymnázia moderních technologií je blok technický. K volitelným předmětům, které si budou žáci přidávat ke své individuální orientaci vzdělávání a pro další studium, jsou zařazeny předměty Informatika, Digitální dovednosti, Grafické systémy a tvorba webových stránek, Programování a databáze, Správa IT systémů, Umělá inteligence a robotika, Základy konstrukce a aplikace robotů, Kybernetická bezpečnost, Měřicí přístroje, Měřicí a řídicí systémy.

Nepomýšlela jste na propojení studia s nějakým soukromým pracovištěm, které se zaměřuje na aplikovaný výzkum? Na založení studentsko-školního startupu, který by zúročil společné know-how a svět ohromil úžasným nápadem, vynálezem?

Odborná praxe probíhá pro program Finance, business a světová ekonomika ve 2. a 3. ročníku formou Startup firmy a studenti jsou hodnoceni za účast na školní odborné praxi, kterou řídí pracovníci vedoucí projektu Startupu. Cílem je v 1. i 2. pololetí zejména zdokonalení se v tzv. soft skills, nácvik dovedností prezentovat, obhajovat názory, zvládat pravidla etiky a připravovat se na odborný předmět. Studentům napomáhá ke zvýšení samostatnosti práce, rozvíjení komunikace, spolupráce mezi sebou a umění prezentovat výsledky firmy.

Studenti se orientují v tematice hospodářství, reagují věcně a spontánně, rozvíjejí jazykové znalosti. Důležitým faktorem v činnosti v rámci odborné praxe je vést studenty k pocitu zodpovědnosti za vlastní práci nejen k sobě, ale i ke kolegům. Propojení aktivit s odbornými předměty napomáhá řešit nastalé problémy a zároveň si vědomosti ověřit díky získaným poznatkům v ostatních předmětech. Tím se potvrzuje praktická použitelnost získaného teoretického vzdělání.

Zajímá vás rovněž celoživotní vzdělávání učitelské obce. Čeho byste ráda docílila? Mají dnes kantoři zájem být zároveň studenty? Anebo je to již nezbytnost?

Zajímá mě velice, proto jsem iniciovala také vznik nové společnosti s názvem Vzdělávání-Učitelů.cz. V tomto projektu se zaměřujeme na nesmírně důležitou oblast, a tou je osobní rozvoj každého učitele. Hledali jsme témata, která se, dle našeho názoru, v široké plejádě témat zatím vyskytují v malé nebo vůbec žádné míře. Cílem naší vzdělávací instituce je podílet se na realizaci systémových změn v oblasti vzdělávání a poskytnout podporu školám a školským zařízením. Oslovujeme odborníky z praxe a známé osobnosti z řad politiků, akademiků, vědeckých a akademických pracovníků a dalších osobností, kteří se aktivně podílejí na občanském životě a mají možnost působit ve veřejné sféře, a ovlivňovat tak myšlení lidí. Naším cílem je, aby tuto vzdělávací instituci tvořili odborníci na různé oblasti vzdělávání a podařilo se nám zapojit do vzdělávání učitelů co nejširší spektrum osobností. Rádi bychom spolupracovali jak se zkušenými vysokoškolskými pedagogy, tak i odborníky z praxe, kteří



nám budou pomáhat prosazovat změny v pohledu na vzdělávání sdílením svých profesních i osobních zkušeností. V budoucnu bychom rádi tyto vzdělávací akce otevřeli i širší veřejnosti. Stála jsem také u projektu Učitel naživo, který akreditovala naše vysoká škola.

Kdybyste mohla, co byste ve vzdělávání lidí u nás změnila?

Přála bych si méně byrokracie a administrativy. Neměnit neustále v rezortu školství „pravidla hry“, nerušit to, co se osvědčilo.

otázky připravila Eva Brix

Nabídka bylinného balíčku na posílení imunity a boj s viry a bakteriemi

Používání bylinek patří k životu. Příroda je moudrá a umí pomoci tam, kde je to potřeba. Musí se však vědět, jak na to. Velké know-how má Mgr. Jarmila Podhorná, která v Brodce u Konice před lety založila firmu NADĚJE. Na našich stránkách vystupuje často, její přípravky, zejména tinktury, mnozí čtenáři znají.



V této době uvádí do prodeje balíček, který se bude hodit všem, kteří se snaží přírodní cestou posílit svoji odolnost. Před sezónou nejrůznějších virů a chřipek to jistě bude vhodný pomocník. Navíc v souvislosti s koronavirovou epidemií. Bylinná kúra je sestavena z prostředků zaměřených na zvýšení imunity a pomoc organismu v boji proti virovým a bakteriálním zátěžím.

Obsahuje tyto čtyři lahvičky:

Eleuterokok – čertův kořen, adaptogen vůči stresu, posila obranného systému organismu.

Lichořeřišnice – bylinný prostředek se silným antibakteriálním působením, hlavně v močových a dýchacích cestách.

Grep – výtažek ze semen grepu výrazně pomáhá organismu v boji proti výskytu virů, bakterií a plísni.

Zlatice Mix – originální přípravek pro podporu organismu a také zvyšující imunitu. Tato směs je složena převážně z bylin s protivirovými účinky (zlatice, vrba bílá, andrographis, bez černý, vilkakora a propolis).

Bylinné tinktury jsou určeny pro vnitřní užívání a návod je součástí balení.

(red)

www.nadeje-byliny.eu

Z pampelišek kávička, čaj, ale i pálenka

Většinou jsme mívali pampelišku spojenou s hartusením zahrádkářů na to, co jim ten plevel dělá za paseku na záhonech. Také jsem k nim kdysi dávno patřila. Dnes však každou smetanku lékařskou s láskou a dychtivostí vyryji, usuším i s kořenem nebo okamžitě vyvařím na čaj. Nedopustím, aby takový poklad skončil v kompostu. Učarovala mi, cítím její sílu a sdílím názor podnikatelky Jany Kolrusové (založila značku Fit, zdraví, výživa), že pampeliška, krásný příslušník rostlinné říše našeho regionu, má nedozírné možnosti svého využití. A pro zdraví člověka toho umí udělat víc než dost.



Jana Kolrusová

Pronikla jste do tajemství účinků pampelišky a začala z jejího kořene připravovat vynikající kávovinu, z listů zase čaj... Proč jste začala pracovat právě s touto bylinkou?

Do pampelišky jsem se zamilovala na první pohled. Její žlutá barva hřeje na duši a blahodárné pozitivní účinky neznají hranic pro tělo, říkám jí zlaté slunce našeho zdraví, a to doslova. Je k tomu i malý příběh – v roce 2016 jsem si otevřela poradenskou činnost, tehdy pod značkou Fit, zdraví výživa (která trvá dodnes). Specializace je pro pacienty s onemocněním

cukrovkou, vysokým cholesterolem a metabolický syndrom. Denně jsem si pokládala otázku: A co když se pacient zeptá, jaký doplněk stravy bych mu doporučila k jeho onemocnění? Věděla jsem, že musím najít českou bylinku, která bude pro každého dostupná a nejlépe ji sama zpracuji, abych zajistila, že je i kvalitní. Vcelku nelehký úkol. Pátrala jsem v atlasech bylin, koukala po loukách, lesích a polích. A našla jsem ji: smetanka lékařská neboli pampeliška získala ihned moje sympatie. Každý ji zná jako plevel, ale s blahodárnými účinky pro organizmus. Každý ji má na zahradě

nebo na louce a její používání je velmi snadné. Velkou předností v pozitivních účincích na zdraví je, že dokáže snižovat krevní cukr, čistí játra a pomáhá rozproudit lymfatický systém. Působí jako přírodní diuretikum, tudíž přirozeně odstraňuje přebytečnou vodu v těle. Kdo má vysoký krevní tlak a nemůže si dopřát kávu, může najít zalíbení v pampeliškové kávovině, která překvapí svou příjemnou chutí a vůní připomíná běžnou kávu z kávových zrn.

V roce 2018 jste zaujala porotu soutěže Česká chuťovka a Dětská chuťovka, když jste nabídla „pampeliškovou kávu“, z níž báječně chutná také presso. Jak vzniká takový výrobek a v jakých variantách ho dnes už nabízíte?

Pampelišková kávovina je čistě přírodní výrobek z kořene smetanky lékařské. Kořen pražíme již předem usušený bez přídavných látek či éček, vše je v souladu s přírodou. Celý postup spočívá ve vyrytí kořene, následně jeho očištění, nařezání, usušení a upražení.

Pražený kořen v současné době máme pro zákazníka v několika variantách. Ten, kdo má rád louhování bylin, má čas a prostor si s přípravou nápoje pohrát, si oblíbí pražený kořen pampelišky celý. Louhování se provádí opakovaně, a tak z jedné dávky získá hned dva lahodné nápoje.

Pokud člověk spěchá, může mu být bližší varianta jemně umletého praženého pampeliškového kořene. Příprava rychlá a velmi jednoduchá: půl kávové lžičky pampeliškové kávoviny zalijte horkou vodou o teplotě 90 °C a je hoto-



vo. Přidat můžete mléko, med, melasu apod. Pro espresso, french press, moka konvičku, džezvu, pákový kávovar a nově i do opakovaně plnitelných kapslí pro kávové systémy Nespresso a DolceGusto máme „pampeliškovou kávu“, a to doslova. Je to kombinace naší Brazílské kávy pražené metodou FluidBled (pouze tepлым vzduchem) a praženého jemně mletého kořene pampelišky.

Na trh jste právě v tomto období přišla s novinkou, zmíněnými opakovaně plnitelnými kapslemi na kávu. Oč přesně jde?

V principu se jedná se o snížení ekologické zátěže obalů při používání kávových systémů kapslí. Náš nápad se ujal. V současné době již stovky domácností a firem začaly používat naše opakovaně plnitelné kapsle pro kávový systém Nespresso a Dolce Gusto. Recyklaci může provádět každý a sám. Nejvíce mě baví na těchto kapslích jednoduchost, variabilita a vždy možnost čerstvé náplně dle momentální chuti. Kapsle jsou použitelné až 150x a jejich pořizovací ceny jsou nízké. Kapsli si naplníte svou oblíbenou kávou, můžete přidávat bylinky či koření, prostě podle chuti a nálady. Po použití kapsli propláchnete vodou nebo jen vyčistíte šátečkem. V tuto chvíli jednáme s českým výrobcem a připravujeme prodej kapslí na začátek příštího roku z nerez, který je technologicky více praktický a jeho životnost dlouhodobější než nyní vyráběné z eko plastu. Opakovaně plnitelné kapsle lze objednat na našich stránkách www.fitforlive.cz.

Vím, že zájem už projevila řada dalších firem, které by pampeliškovým nápojem rády zpestřily nápojový „lístek“ zaměstnanců i hostů. Jak jsou jednání daleko?

Zájem kaváren a restaurací nejen o pampeliškové nápoje velmi roste. Pampelišková kávovina je skvělou volbou pro milovníky bezkofeinových káv. V letním období připravujeme i ledovou pampeliškovou kávovinu s mandlovým mlékem ve vratných skleněných lahvích. Komu nevyhovuje pampeliška, může ochutnat i naše tradiční kávy. Máme totiž i svou kolekci běžných káv z kávových zrn. V tuto chvíli to jsou čtyři druhy – káva Mexiko, Etiopie, Organic Honduras a Brazílie (ta získala v roce 2019 Českou chuťovku). Naše kávy díky technologii FluidBled, kterou používáme pro pražení jako jedni z pěti v Česku, nabízí gurmánský zážitek. Káva není kyselá, aroma je rozvinuté v každém doušku, bohatá krémová pěna okouzlí každého, kdo ochutná. V kavárně Jannies Coffe House

Jany Študentové v Rožnově pod Radhoštěm se podává káva, kterou my pražíme pod její brand značkou. A tento styl vidím jako cestu k další spolupráci. Kavárna či restaurace s vlastním výrobkem, který si zákazník ochutná a může si zakoupit i domů, to vnímám jako bezkonkurenční servis pro zákazníka.

Loni jste v Lázní Bohdaneč v Pardubic otevřela první Pampeliškovou kavárnu. Jak si vede?

Koncept Pampeliškové kavárny byl od začátku připravován jako místo, kde si mohou vychutnat zákazníci naše výrobky. Zažít atmosféru a vůni při samotném pražení, načerpat pozitivní energii, přečíst knihu. Taková oáza klidu a harmonie pro tělo i duši. Otevření kavárny hodnotím jako skvělou investici v mém životě – a to nejen z pohledu finančního, ale i koncepčního. Již od začátku byla myšlenka otevřít první kavárnu a poté s pomocí franšizové spo-



lečnosti další. Proto připravujeme již na podzim tohoto roku otevření dalších takových koncepčních kaváren po celé republice. Zájem o franšizy mile překvapil. A nyní, v říjnu, slavíme tedy první narozeniny kavárny v Bohdanči.

Před rokem jste naznačila, že o využití pampelišek uvažujete v širším rozměru. Už můžete prozradit, oč půjde?

Jedna krásná spolupráce s Martinou Brandovou z Andělských pralinek dala vzniknout originální ruční výrobě pralinek z francouzské čokolády plněné macerovaným praženým kořenem pampelišky v bílém jamajském rumu. Jejich chuť je neodolatelná a myslím, že se povedly, ostatně výrobek získal ocenění Česká chuťovka 2019. Mezi další specialitu, kterou dokončujeme, je i pálenka s pampeliškovým kořenem, který je do láhve vložený jako často používaný ženšenový kořen. Milovníci raw

svačinek se mohou těšit na raw svačinku s kořenem pampelišky. Velmi mě láká zkusit i nějaký výrobek z květů pampelišky jako známé kandované ovoce. Využití pampelišky a možnosti jejího zpracování jsou opravdu velké. Možná se podaří i spolupráce s českou firmou, která by přidávala mletý kořen pampelišky natural, který obsahuje velké množství inulinu, do snídanových kaší.

Do vašeho sortimentu jste zařadila další tři čaje, základem jsou pampelišky. Podle jaké strategie jste připravovala receptury?

Obliba bylinkových čajů u našich zákazníků stoupá, a tak jsem se rozhodla rozšířit naši nabídku o další tři druhy. Základem je naše česká bylina a k ní jsou přidávány další byliny. Kombinace a receptury připravuji vždy podle vlastní intuice, podle chuti a podle vhodnosti bylin tak, aby se vzájemně jejich pozitivní účinky z hlediska prospěšnosti pro organiz-

mus doplňovaly. Nové receptury jsou nyní v souladu s napjatou situací kolem koronaviru. Ranní čaj je připraven pro naladění se na hezký, příjemný den. Směs je velmi jemná a do tónů žluté barvy. Modrý sen působí příjemně na zmírnění stresu a únavy. Mezi hlavní byliny patří list pampelišky, chrpa a levandule. Modrý vzhled v balení má sám o sobě opravdu uklidňující účinky. Poslední novinkou je růžový polibek. Ten navodí atmosféru pohody díky květům růže a mírně jej osvěží ibisek. Poslední novinkou v kolekci čajů je čaj Modrá laguna. Jde o divoce rostoucí ajurvédskou bylinu, která zlepšuje paměť, pomáhá při nespavosti. Její název je díky drobným květům, které barví

čaj do modré barvy. Jeho chuť je lechce medová a určena těm, kteří mají rádi nesložité ladění a vůni bylin. Přírozeně reaguje čaj na změnu pH, a pokud do čaje přidáte kolečko pomeranče či citrónu, zbarví se krásně fialově.

Podnikat znamená nenechat se odradit v době nouze a nepodlehout falešnému uspokojení z úspěchu, když se daří. Co je pro vás největší motivací k seberealizaci?

Největší motivací a inspirací k tvoření nových výrobků jsou sami zákazníci, když například odcházejí z kavárny s úsměvem a v radosti. Návštěvní kniha je plná hezkých vzkazů hostů z celé České republiky. Na jeden komentář ráda s úsměvem vzpomínám: Kavárna má jednu stinnou stránku – nechce se z ní ani odejít.

ptala se Eva Brixi
www.fitforlive.cz

Kdo projde Školou Čichu, pozná lépe nejen svět vůní, ale i sám sebe

Vůně o nás prozradí mnohé. I když tyto vjemy dokážeme dobře vnímat, můžeme tuto schopnost dál rozvíjet k dokonalosti. Nechte se uvést do kouzelného prostředí vonných látek Markétou Filipovou, lektorkou Školy Čichu Rafaella.



Markéta Filipová

Co se učí ve Škole Čichu?

Kurz učí poznávat krásu i účinky vůní. Účastníky provází fascinující historie vonných látek: jaké vůně a k čemu se používaly v různých vonných kulturách až do současnosti. Na místě si každý může i namíchat svůj vlastní originální parfém na míru. Je to celoroční cyklus, ale i na jednotlivé lekce se lidé mohou přihlásit na www.rafaella.cz. Na kurzech učíme lidi lépe cítit. Protože kdo svět lépe cítí, cítí se v něm i sám mnohem líp. Vše podle naší vonné filozofie i motta starých parfémářů a mistrů alchymie „co mi voní – to mne léčí“. Ve Škole Čichu se věnujeme světu a umění vůní, jejich krásě, míchání i historii. Pročicháme se v ní tak k osobnímu neopakovatelnému parfému na míru, který si každý vytvoří sám.

Pro koho je výuka určena a kde se mohou absolventi uplatnit?

Práce s vonnými látkami je velmi intenzivní a hluboká, protože pracuje s našimi city, vzpo-

mínkami, a zahrnuje tak mnohem širší dovednosti, než je jen schopnost vybrat si pro sebe vhodný parfém. Když se lidé uvolní, zjistí o sobě přes vůně často překvapující věci. Pokud najdete svou vůni, cosi se ve vás změní, otevře. Čich je velmi individuální a emocionální záležitost. Vůně odkaziva znamenaly mnohem víc než jen možnost nanést si na sebe příjemnou voňavku. Očišťovaly prostor, povzbuzovaly i uklidňovaly mysl, a měly i silný léčebný efekt. Přitahuje-li vás nějaká vůně skutečně silně, znamená to, že vaše tělo po ní volá, potřebuje ji ke svému vyladění. Nebo dokonce k uzdravení. Mohou za to jednotlivé bylinné a další esence obsažené v parfému. Uplatnění je široké, od marketingu až po kosmetiku, nebo nakonec i cestovní ruch...

Jsou lepší čičači muži, nebo ženy? A dá se zjemnění orgánu čichu vůbec naučit?

Čich je náš nejvíce individuální smysl a nedá se jasně porovnat kvalita, jestli čicháme a cítíme lépe než někdo druhý, jak cítíme je úplně

subjektivní vjem, ale je pravdou, že muži bývají často mnohem více úspěšnější ve vyhledávání toho, co jim voní, než ženy. Čich se dá kultivovat stejně jako tělo cvičením, zkrátka tím, že se mu začnete věnovat. Doporučujeme tedy čichat, nebát se experimentovat a poctivě vnímat své reakce na to, co cítíme. Náš čich je perfektní průvodce i rádce.

Jaké jsou zkušenosti lektorů a žáků, s čím je největší potíž a s čím zábava?

Účast na vonných kurzech, a zejména na Škole Čichu lidem často velmi změnil život k lepšímu. Tím, že se věnují svému čichu, pracují zároveň se svými emocemi, poznávají sami sebe doslova skrze to, co jim voní a nevonní – to se totiž dá aplikovat na všechny aspekty života, netýká se to jen výběru vůně. Častá potíž bývá u klientů jejich obava oprostít se od strachu z toho, že nebudou umět vůně dobře poznávat nebo vnímat, že cítí špatně a nemají talent na vůně atd. Zábavné může být to, že lidé pronikají sami k sobě, poznávají se, zjišťují netušené...

Napověděla jste, že se ve Škole Čichu se věnujete i historii. Jak to vlastně s parfémů v dějinách bylo?

Úplně v kostce řečeno, historie vonných látek je historií celé naší civilizace. V pradávných dobách byly vonné látky chované ve velké úctě, a byly výsadou panovníků a vysoce postavených kruhů každé společnosti. Dokud byly vůně známé jen v přírodní podobě, zacházelo se s nimi jinak, nebyly dostupné pro každého. Primární účel koření i bylin a květů byl především léčivý, spirituální, a potřeba upoutat pozornost na sebe prostřednictvím vůně byla až na konci pomyslné pyramidy vonných potřeb. S vynálezem syntetické vonné molekuly se vůně rozšířily mezi běžný lid, ale jejich význam v lidských životech se proměnil, stále těžko říct jestli k lepšímu, nebo horšímu.

Čich nelze umlčet a čich máme všichni, stále více na to přicházíme a práci s čichem sledujeme na širším a širším poli působnosti, v marketingu, ovlivnění klientů během nakupování, v komerčních prostorech, při jednáních, firmy světového formátu najímají aromaterapeuty pro své zaměstnance atd.



Je o čichání zájem? A je možné obor dál rozvíjet a posouvat ho na vyšší úroveň?

Čich je naším nejstarším smyslem, který má však zásadní význam pro náš život. Ovlivňuje nás na každém kroku – při komunikaci a navazování vztahů, působí na náš výkon, koncentraci i emoční ladění. Je naším základním vodítkem pro orientaci ve světě i mezi lidmi. Čich nelze umlčet a čich máme všichni, stále více na to přicházíme a práci s čichem sledujeme na širším a širším poli působnosti, v marketingu, ovlivnění klientů během nakupování, v komerčních prostorech, při jednáních, firmy světového formátu najímají aromaterapeuty pro své zaměstnance atd. Díky podstatě čichu jako vjemu si myslím, že posouvat práci s ním je možné vždy.

Vaše značka Rafaella je také známá a jedinečná tím, že nabízí vůně typu Stříbro pro Barboru, které jsou inspirované Chrámem svatě Barbory v Kutné Hoře. Jak může vzniknout vůně místa a čím je specifická?

Na vůně pro místa je odbornice moje kolegyně Petra Hlavatá, zakladatelka Rafaelly, která geni-

Přitahuje-li vás nějaká vůně skutečně silně, znamená to, že vaše tělo po ní volá, potřebuje ji ke svému vyladění. Nebo dokonce k uzdravení. Mohou za to jednotlivé bylinné a další esence obsažené v parfému.



us loci historických památek překládá do jazyka vůní. Na začátku byly Kladruby u Stříbra, které inspirovaly ke vzniku originální trio parfémů s názvem Triptych Monastery inspirovaný posvátnou atmosférou chrámů, něhou svatých žen a krásou klášterních zahrad.

V Kladrubech vznikla také krásná vonná expozice Archiv Vůní. Další zastávkou byl barokní areál na Kuksu a vůně Věčné světlo inspirovaná ctností a neřestí, následovaly Plasy, Kutná Hora. A postupem let nám vzniká takzvaná Vonná mapa domova, která zachycuje vybraná místa v České republice, kam si můžete zajet, nechat se okouzlit krásou místa a jako památku na ně si odvézt krásnou vůni s jeho příběhem.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer
www.rafaella.cz

Makový mezi rostlinnými proteiny

Český výrobce přírodních potravin NATU s.r.o. přišel s novinkou – širokou nabídkou rostlinných proteinů doplnil o nového, makového superhrdinu – makový proteinový prášek. Je výjimečný nejen obsahem bílkovin, ale i velkým množstvím vápníku a taky skvělou chutí.

Existuje spousta důvodů, proč je makový protein oblíbeným kamarádem všech milovníků zdravé kuchyně. Je snadno stravitelný a oproti celým semenům máku má nižší obsah tuku a více cenných látek – na 100 gramů obsahuje 37 % bílkovin a dvě polévkové lžice makového prášku (30 g) znamenají denní dávku vápníku.

Rostlinné proteiny jsou nezbytným doplňkem výživy pro vegany a vegetariány. Často mají superzdravé prášky specifickou chuť, která nesedne každému, je třeba s nimi umět v kuchyni pracovat. Makový protein je i v tomto výjimečný, vyhovuje snad všem. Makový protein je skvělý jako přísada do jogurtů, smoothies, ranních kaší, ale i na pečení sladkých pokrmů místo mouky. NATU makový protein je v raw kvalitě a vyrábí se ze semen máku pěstovaného v České republice.

Od roku 2017 nabízí NATU přírodní potraviny vlastní výroby i od prověřených dodavatelů a značek. Zakládá si na rozmanitosti produktů. Všechny mají jedno společné, dodávají energii z čisté přírody. Každý výrobek má ale i svoji vlastní speciální vlastnost, proto je NATU dělí podle účelu na ty, které pomáhají zlepšit imunitu, detoxikovat tělo, dodávat vitalitu, podporovat paměť i krásu.

(tz)



Firmy využívají sdílení specialistů i technologií

Mohlo by se zdát, že sdílená ekonomika se v posledních měsících poněkud zadrhla, ale jde spíš jen o zaškobrtnutí způsobené strachem z nákazy koronavirem. Jsou oblasti, kde současná situace k rozvoji sdílení přispívá. Firmy pod ekonomickým tlakem hledají cesty, jak fungovat opravdu efektivně, což je vede k většímu zájmu o sdílení technologií i služeb.

Nejistota je velkým přítelem sdílené ekonomiky. Lidé jsou opatrnější v investování, a proto raději volí cestu pronájmu nebo zápůjčky. Firmy zase hledají cesty, jak zefektivnit a zlevnit běžný provoz. Nedávné období covidové karantény v mnoha ohledech skokově změnilo vnímání – rázem bylo přijatelné například sdílení pracovníků, které firmy, jež je kvůli karanténám opatřením a odstávkám nemohly

využít, nabízely těm, kteří pracovníky naopak hledaly.

„Pracovní trh jako takový je v současné době ve výrazném přerodu. Okolnosti nutí zaměstnavatele přehodnotit přístup ke klasickému zaměstnaneckému poměru a být přístupnější ke sdílení. Pozorujeme výrazně vyšší ochotu firem přijímat alternativní způsoby zaměstnávání lidí,“ konstatoval Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz. Současná situace, kdy se firmy musí připravit na rychlou reakci na případnou další vlnu pandemie, nahrává pružnějším modelům jako sdílení pracovníků, dočasné řízení – tedy přijetí specializovaného odborníka pouze na daný úkol na dobu určitou, portfoliová práce, kdy OSVČ vykonává činnost pro více firem nebo zaměstnávání založené na spolupráci.

„Sdílení pracovníků již v některých oborech funguje – jako firma, která zajišťuje správu budov, se například často setkáváme s tím, že firmy sdílejí některé specializace. Často napří-

klad pro více objektů různých majitelů funguje jeden facility manažer, údržbář nebo požární technik. Příkladem sdílení je i naše dohledové centrum, které zajišťuje bezpečnostní služby pro řadu společností,“ uvedl konkrétní příklady z praxe Radek Škrabal ze společnosti SSI Group.

Klasickým příkladem sdílené ekonomiky je sdílení hmotných věcí. Je pravda, že pod tento pojem řadíme spíše než klasické půjčování především podnikání založené na nějaké sdílené platformě nebo aplikaci, ale stále jde o tentýž princip, který využívají nejen koncoví zákazníci, ale i firmy. Ty často sdílejí nákladné technologie, které využívají jen příležitostně. „V současné době, kdy jsou kladeny vysoké nároky na čistotu a hygienu, roste zájem nejen o dlouhodobé pronájmy, ale i o zápůjčky profesionálních čistících strojů. Ze strany firem jde zejména o parní čističe, vysokotlaké myčky, extraktory a profesionální podlahové mycí stroje,“ uvedl Lukáš Rom ze společnosti Kärcher. (tz)



Fejeton

Konec léta voní nostalgií

Které období roku je nejkrásnější? Nevím, na tuto otázku nemám odpověď. Motorkář ve mně říká samo sebou jaro. Čekání na sezónu končí, cesty oschly, vzduch se ohřál a vše je připraveno k velkým plánům, dalekým dobrodružstvím. Jako milovník vody, koupání a tepla také mohu horovat pro léto. Červenec znamená prázdniny, vítr ve vlasech, čas bez starostí, noci vydechující žár, v nichž hvězdy planou podmanivou září. A jako kontrast k horkému vrcholu celého ročního cyklu bych mohl vyzdvihnout zimní měsíce – advent rozjímající, odpočinek těla a mysl, očekávání příchodu něčeho hlubšího, čistého. Také podzimní zadumané dny mají osobitou poezii, zvlášť když je našinec založením snivý melancholik a potrpí si na sladkobolné pocity. Za tu dobu, co chodím po světě, jsem došel k přesvědčení, že každý okamžik může nabídnout něčco. Kdo má nasazený „kouzelné brýle“, ten ani nečeká na tuctové zázraky, na otvírání pokladů o Velké noci, na štědrovečerní nadílku, na štěstí v Lotynce. I tak jsou pro něj připraveny nádherné příležitosti k objevování a prožívání. To nelze popřít.

Já však mám ještě jednu zvláštní slabost. Trpím na nostalgickou vůni odcházejícího léta, když srpnové slunce ztrácí sílu a do zářijového

nalady proniká zvláštní smutek. Popsal bych ho vtíravým pocitem, že něco hřejivého, milého a zdánlivě nenahraditelného zvolna končí. Opravdu končí? Ne, to se nám jen tak jeví jako iluze. Co je zdání a co skutečnost?

Možná, že lidem mé generace se dostala tíseň pod kůži před půl stoletím, od doby, kdy byl 21. srpna násilně ukončen jeden velký sen.

Naděje zemřela, říkali jsme si.

Jenže tahle nálada přicházela s končícím létem už před rokem 1968 a s tanky zřejmě neměla

mnoho společného. Nosím v živé paměti ještě vzpomínky na předchozí rok. Tehdy také končily prázdniny, bylo nám patnáct, a my se už nevraceli do důvěrně známých školních lavic devítiletky. Před námi trčela nejistota, tísnivá neznámo, úzkost z toho, co nás asi čeká dál. Seděli jsme tenkrát na břehu rybníka Hluboký a zírali do kalné vody, jako by se z ní dala vyčíst budoucnost. Kamarád, s nímž jsme ještě nedávno připravovali školní rozhlasové vysílání o hlavní

přestávce, byl ve stejném melancholickém rozpoložení jako já, nebylo nám do řeči. Čas jako by se zastavil, jeden okamžik skončil a druhý ještě nezačal.

Rozešli jsme se, každý se vydal jinou cestou, abychom se o pár let později shledali na stejné univerzitě v hlavním městě. Vybrali jsme si

tentýž obor a v srdci chovali stejné sny. Připomínal mi to, a dodnes si to dobře pamatuji, slovy: „Do osmnácti píše každý, potom jen ten, kdo umí.“ Chtěli jsme ukázat, jaké talenty v nás dřímou.

Na Milana myslím často, i když, nebo právě proto, že už dávno odložil novinářské pero a nemohu se s ním sejit jinak než ve vzpomínkách. Mám ho spojeného s těmi ztrátami, jež mi připomíná každoročně odcházení léta. Letošní rok je nepochybně výjimečný. Víc než podivnou pandemií, která obrátila naše životy vzhůru nohama, mám však na mysli něco jiného. Přišlo to nečekaně – léto z dřívějších časů, kdy nás pravidelně nespalovala čtyřicetistupňová výheň, ale slunce ohřívalo zem uměřeně a taky občas přenechávalo vládu mrakům a dešti. Teplota vzduchu někdy poklesla na hodnoty, nad nimiž lál majitel říčních lázní Antonín Důra a léto nazval rozmarným. Nepochybně to spolu muselo souviset. Vrátil jsem se nazpátek, zas mi bylo těch patnáct. Toto léto se připomínalo dávnými časy, jejich tehdejší chutí a vůněmi, barvami, akustikou. Znovu se mi vybavily známé tváře, které jsem už léta neviděl.

Mozek prý uchovává každý vjem a při vhodné příležitosti si ho dokáže vybavit. Umí ho vytáhnout ven ze šuplíku jako krátké kalhoty na šle, z nichž jsme už dávno vyrostli. Potřebuje k tomu jen vhodný podnět. Stačí třeba ucítit povědomovou vůni nebo zaslechnout pozapomenutou melodii a mysl namaluje obraz zašlé minulosti.

Díky za to! Za letošní počasí ze starých časů i opakující se nostalgii babího léta! Poznáváme lépe, čím vlastně jsme. Pavel Kačer

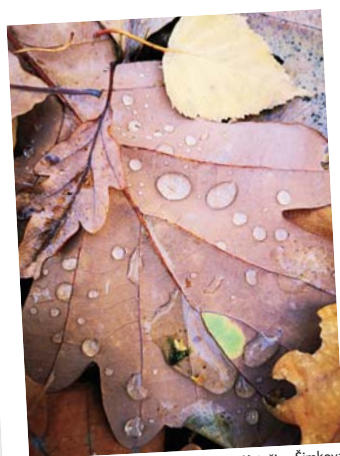


foto Kateřina Šimková

Pestrobarevná Balea slaví 25 let na trhu

Uteklo to jako voda. Značka Balea slaví 25 let na trhu. Sortiment dm drogerie se tak rozšířil o limitovanou edici narozeninových produktů inspirovaných pouťovými atrakcemi a letními sladkostmi. Privátní značka společnosti dm drogerie markt je spojována s vysokou kvalitou přípravků, nízkými cenami a důrazem na trvalou udržitelnost.

V létě roku 1995 se na pulty prodejen dm dostalo prvních 30 produktů jmenované značky, aktuální nabídka však převyšuje 600 přípravků pro péči o tělo a vlasy. Ty nově doplňuje limitovaná edice vydaná při příležitosti výročí 25 let na trhu, která svým složením odkazuje na svět letní zábavy, lunaparků a sladkostí. Devátka speciálních narozeninových produktů nabízí netradiční vůně karamelu, cukrové vaty či citrusových koktejlů. Produkty z této edice je možné nakupovat v síti prodejen dm od 13. srpna. Produkty Balea jsou charakteristické vysokou kvalitou, pečlivě vybranými surovinami,



inovativními recepturami a zároveň důrazem na co nejnižší ceny. Všechny přípravky podléhají přísným interním kontrolám, díky čemuž se dostávají na nejvyšší příčky testů nezávislých hodnotících agentur. Naříklad letos průzkum agentury YouGov v hodnocení BrandIndex 2020 ocenil produkty Balea za nejlepší poměr cena a výkon. „Zákazníci znače

Balea věří již čtvrt století. Toho je možné dosáhnout jen tím, že si dlouhodobě udržuje vysoký standard kvality svých výrobků, a přitom drží ceny na minimální úrovni. Těší nás, že tento přístup vnímají nejen zákazníci, ale i nezávislí odborníci,“ uvedl Jiří Peroutka, manažer komunikace společnosti dm drogerie markt. Společnost dm drogerie markt při vývoji produktů značky Balea nemyslí jen na jakost, ale klade důraz také na trvalou udržitelnost. Proto jsou mnohé obaly označeny symbolem zeleného čtyřlístku, který dokládá, že byl pro jejich výrobu použit recyklovatelný materiál. „Ochrana životního prostředí je pro nás důležitá. Proto u mnoha produktů například poskytujeme informace o recyklovatelnosti obalu a umožňujeme snadné sejmutí etikety ze smrtšovací fólie. Díky tomu se významně zvyšuje šance na plnohodnotnou recyklaci,“ upozornil Jiří Peroutka. „V sortimentu značky Balea navíc přibývá produktů, které jsou baleny zcela bez plastů. Jde například o tuhá mýdla a tuhé šampóny,“ dodal. Značka Balea svůj název odvozuje od latinského slova koupel – balneum. Nezaměřuje se však jen na péči o tělo. Již rok po svém startu, tedy v roce 1996, představila řadu s výrobky určenými na vlasy a svůj záběr stále rozšiřuje. Stovky kousků jsou navrženy tak, aby byly snadno kombinovatelné a uspokojily potřeby všech zákazníků nezávisle na věku či typu pleti. Komplexnost produktů potvrzuje žebříček nejprodávanějšího zboží značky Balea na českém trhu za rok 2020. Největší zájem zákazníci dm drogerie markt letos projeví o tělový balzám Sensitive na citlivou pokožku. V případě produktů z řady Balea MEN je nejprodávanější sprchový gel Sport, který je vhodný pro obličej, tělo i vlasy. U specializovaných přípravků na vlasy pak zákazníci nejčastěji volí šampon Professional na šedivé vlasy. (tz)





**ZELENÁ
ELEKTŘINA**
BEZ
PŘÍPLATKU

Přejděte na zelenou

S innogy teď můžete odebírat elektřinu získanou výhradně z obnovitelných zdrojů a nestojí vás to ani o korunu navíc. K tomu získáte i garanci každoročního poklesu ceny a odměnu **1 500 Kč**.

800 013 013

innogy.cz