

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

leden 2022

Dny radosti

Eva Bixi

Den začínám otazníky
Končím dvojtečkami
Nesplnila jsem a nestihla
K ničemu to stejně není
Tohle velké světoďení
Někdy třeba pohladím své malé ego
Nechám všeho
Sevru ticho do náruče
Jako babka bylinářka
V hmoždíři když
Vůně tluču
Vždyť bydlím přece v ráji
Kde třešně v zimě zrají
Jsem u všeho
Co dává smysl
Jsem sůl i koření
Jsem tvé tvoření
U kávy si sedím tiše
V prostorekém prostoru
Nevím ještě
Co svědomí si píše
Vedle u stolu
Každý řádek
Pro pořádek
Skládám sobě do hádanek
A klídek do mých vášní
Prý jen skřítki vnáší

Markéta Šichtařová

Pro optimismus se musíme
sami aktivně rozhodnout

rozhovor na stranách 10–11

VIROSTOP účinně chrání před covid-19

VIROSTOP je přípravek ve formě ústního/nosního spreje a pastilek, který obsahuje účinné extrakty cistu krétského s vysokým obsahem polyfenolů, echinacey purpurové a šalvěje muškátové. „Díky přírodnímu složení, nulové kontraindikaci a možnosti podávat jej už od tří let věku, je VIROSTOP dostupný široké veřejnosti. Pro podzimní a zimní období, kdy pandemie covid-19 opět nabírá na síle, může být spolu s očkováním a dodržováním protipandemických opatření ideálním řešením, jak snížit počet nových infekcí,“ sdělila MUDr. Emilie Niedobová, primářka Oblastní nemocnice Kolín.

Klinická studie a předchozí testy in vitro potvrzují, že používání sprejů VIROSTOP má přínos nejen z hlediska prevence a zmírnění příznaků nemoci covid-19, ale také při vytváření vlastních protilátek pacienta.

(tz)



Svoboda je dvojče zodpovědnosti

Leden bývá rozcestníkem mnoha nápadů, plánů, pokusů, dalších aktivit. Jako začátek nového roku signalizuje lehký adrenalin výzev, chuti se posunout v businessu dál. Je to období odvahy sáhnout si na žhavé želízko, nalézt cestu, která povede do vysněného ráje. Leden je jednička a příležitost se zase nadechnout. Vykřičník v srdci každého, pro něhož je podnikání cestou smysluplnosti. Irena Vrbová, která založila konzultační společnost Porto, jež se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem, si všech, kteří vstoupili do světa businessu zodpovědně a s čistým srdcem, nesmírně váží. O ženách podnikatelkách nedávno řekla: „Ženy, které vybudovaly vlastní úspěšný business, jsou vždy výjimečné. Mají obrovskou vnitřní sílu. Za celou svou praxi jsem mezi klienty neměla ani jednu ženu, která by měla vedle sebe muže osobnostně silnějšího, než je ona sama. Jejich víra v sebe sama také často převálcuje rozumové argumenty, proč podnikání nemůže dopadnout. Zkrátka věří, že to zvládnou, a udělají pro to maximum.“ A o nich je také tento rozhovor:



Irena Vrbová

Založila jste konzultační společnost, která napomáhá rozvoji majitelů a manažerů menších firem. Z čeho se zrodil váš podnikatelský záměr?

Z touhy. Z touhy vytvořit prostředí, kde lidé nepřestanou věřit, že víra v lidi je to nejcnější, co můžeme mít. Lidé tvoří každou firmu. A v těch menších je to víc vidět. Lidská identita je tam kompaktnější než u firmy, která má 5000 lidí v týmu. Lidé vám víru mohou sebrat, anebo naopak posílit.

A já jdu cestou toho druhého. Ale nechci to jen pro sebe, chci to pro všechny podnikatele, kteří kotví v Portu. Touha a víra zrodila tento záměr.

Lidé vám víru mohou sebrat, anebo naopak posílit. A já jdu cestou toho druhého. Ale nechci to jen pro sebe, chci to pro všechny podnikatele, kteří kotví v Portu. Touha a víra zrodila tento záměr.

Několikrát jste dala najevo, že například nesmírně fandíte ženám, které vstupují do businessu. Oč opíráte svůj názor?

Fandím všem, kteří vstoupí do businessu. Protože jdou s kůží na trh. A jdou za svými sny. Vědí, že svoboda je dvojče zodpovědnosti.

Když děláte práci, která vás baví, vytváříte kus života, který vás baví. A jak se chovají lidé, kteří mají v životě víc a víc věcí, co je baví? Rozhodně netráví čas spory, hádkami, křivdami, pocity viny. Ženy spíše obdivují na

tomto poli. Obdiv je to správné slovo. Prý ženy dokázaly vytrpět v Osvětimi víc než muži. Něco na tom bude, bude to nějaký kořen bytí žen a mužů. Muži zase mají jiná úžasná speci-

fika. Ženy podnikatelky mají v sobě ohromnou sílu. Budují tu firmu se svými dětmi v zádech. V tom je vyšší level. Někdy až neskutečný, co zvládnou.

Často slyším, že je podnikání žen velmi spjato s emocemi i urputností, se snahou dokázat, že umí své sny postavit na nohy. Je to opravdu tak?

Není. Emoce a dávku urputnosti máme v sobě každý, kdo chce někam dojít. Muži i ženy. Bez emocí nelze tvořit a firma je tvorba. Malujete na plátno příběh, kterému jste na začátku věřili jen vy. Jak emoce, tak urputnost může škodit, když je jich moc. Ale ženy dokážou být i velice pragmatické!

Jaké jsou tedy podle vás ženy podnikatelky?

Ohromně silné uvnitř. Většinou mají v sobě kus mužského pragmatizmu. Mnoho z nich

má neskutečnou empatii. A pokud o něco opravdu jde, tak ony jsou poslední, které se z toho posadí na zadek.

A možná – jaké by chtěly být?

Tak to nevím. Ony si plní své sny skrze svoji firmu, co víc by mohly chtít? Pokud mluvíme opravdu o podnikatelkách, které založily svůj vlastní business, a ne o ženách zaměstnaných ve vysokých pozicích, tam to může být také plnění snu, ale také plnění svého ega.

Inspirují vás?

Na každém kroku. Každé mé velké životní rozhodnutí je spojeno s nimi. Jestli je něco opravdu náročné, tak poradit sám sobě. Proto, když jde o hodně, většinou jedné z „mých“ podnikatelek zavolám a najdu u ní „bezpečí svého rozhodnutí“.

Co je dnes v podnikání pro ženy nejsložitější?

To bude asi individuální záležitost. Pro všechny je náročné ukočírovat svoji firmu a malé děti naráz. Den má 24 hodin a s tímto faktem nenaděláte nic. Pak může mít každá svoje složitě věci/situace. Jako každý podnikatel. Nedá se paušalizovat. Vůbec.

A jsou více optimistické než muži?

Žen podnikatelek je daleko méně než mužů. Mezi vyvolenými bývá někdy víc drahokamů. Tak z tohoto úhlu pohledu asi ano.

Ne nadarmo se říká, že „dobrá rada dráhá“. V čem menší firmy, které vlastní či vedou ženy, ponejvíce chybují?

Vymazala bych slovo ženy a pak mohu odpovědět, v čem malé firmy nejvíce chybují. Ale nevím, zda to nazvat chybou, spíš křížovatkou, na kterou si sáhne každý, kdo začne podnikat. Každý jde za svojí touhou, která ho baví. A tou křížovatkou je moment, kdy člověk zjistí, že



růst firmy znamená mít v týmu kolegy. A to pro někoho může znamenat z dlouhodobějšího hlediska ztrátu chuti do podnikání. Práce s lidmi byla, je a bude náročná, a koho nebaví, začne ho firma někdy až ničit. Na této křižovatce by si člověk měl upřímně říct, zda chce jít dál, nebo zda něco musí změnit, aby chuť neztratil, nebo zda to celé úplně pustit. Ne vzdát, ale pustit, v tom je velký rozdíl.

Změna postoje národa k podnikatelům by byla největší podporou. Pro staré, i mladé podnikatele.

Myslíte si, že přijít na trh s novým produktem či službou je dnes náročnější než třeba před dvaceti lety?

Pokud tomu produktu bezmezně věříte, to znamená věříte v sebe, tak není. Pokud nevěříte, tak je. Když je trh po něčem hladový, jde proražit i bez víry. Jenže je otázka, po čem je současný trh hladový. Možná po skromnosti a pokoře, a to úplně není produkt, to je vnímání života. Ale i to se stává poslední roky produktem.



Sem tam se zrodí příběh o člověku, který se stal podnikatelem až v důchodovém věku. Myslíte si, že pro některé další seniory by to mohla být smysluplná cesta? Starších, zkušených a moudrých lidí odchází na zasloužený odpočinek poměrně hodně, nestálo by za to, aby je třeba i stát na jejich rozjezdu nějak motivoval, podpořil jejich odvahu, třeba úlevou na dani z příjmů? Jejich potenciál je značný a užitečný by jistě dokázali být...

Jak se říká, každá koruna je dobrá. Takže proč ne? Jen životní cesta těchto lidí nebývá spojena s podporou státu. Český národ je neskutečně vynalézavý a na této podpoře by mohlo vzniknout i hodně firem nefungujících dlouho a další díra ve státním rozpočtu. Já bych raději viděla cestu v osvětě, kdo je podnikatel. To by nám podnikatelům pomohlo daleko víc. Často jsou za ty, kdo mají milióny a lidé jim závidí. Závidí jim tu špičku ledovce, co je vidět na povrchu. Ale málokdo vidí, co za podnikáním je. Spousta dřiny, víry a odhodlání, zodpovědnosti za to, že všichni ve firmě každý měsíc mají mzdu. A spousta velkých srdcí, která mnoho peněz dávají na jiné. Změna postoje národa k podnikatelům by byla největší podporou. Pro staré, i mladé podnikatele.

Ženy ve věku babiček bývají hodně činorodé, možná by je mohly nějak podpořit obce, nabídnout příležitost být užitečné i v roli majitelek malých firmiček nebo živnostnic. Umíte si to představit?

Rozhodně. Včera jsem potkala 67letou paní. Vaří na jedné horské chatě 400 km od svého bydliště. Nedalo mi to a pídila jsem se, kde se tam vzala. Zda je nutnost ještě pracovat. A ona mi povídá: „Ano, až přestanu vařit, umřu.“ Myslím, že řekla úplně všechno. Takže podpořit je můžeme, záleží proč, jak, čím. Dobrá pravidla dělají dobré lidi. Myslím teď pravidla podpory.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Rok se třemi dvojkami

Soutěživost je člověku vlastní. Chce být jedničkou, nejlepším. Je to niterná potřeba, podprahová touha. Jenže najednou máme rok se samými dvojkami a nulou, jednička chybí. Vypovídá to o něčem? Nejsem astrolog, numerolog nebo vědma, nevyznám se v číslech, kartách ani tabulkách. Nejsem si jistá, jestli je dvojka o něco horší nežli jednička, nebo soubor dvojek přeloučí k nule. V letoopočtu se mi tři dvojky docela líbí. Jako by symbolizovaly harmonii, kázaly nikam nespěchat. Připadají mi jako spokojené kamarádky, které mají k vítězství blízko, ale neženou se za ním jako smyslu zbavené. Bude-li v tomto duchu celý rok 2022, nemuselo by to být špatné. **Eva Brixí, šéfredaktorka**



Tip Grady

Kam mizí vaše peníze – Jak si vytvořit dostatečnou finanční rezervu

Martina Valachová



Možná jste už v životě zkoušeli změnit svoje návyky, například životosprávu nebo cvičení. Asi už víte, že nejtěžší je začít. Další, mnohdy těžko řešitelnou věcí je motivace a výdrž. A podobně jako se cvičením je to i s hospodařením. Tato kniha je prvním krokem na vaší cestě k finanční stabilitě.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 16, leden 2022
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixí@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 Rožnicková

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.

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



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Ing. Yveta Slišková, MBA
Lázně Teplice
obchodní ředitelka

Zdravé stravování spolu s dostatkem pohybu jsou důležité pro růst dětí, ale i fyzic-

ké a duševní zdraví dospělých. Snažím se dávat přednost potravinám čerstvým, přírodním, ne chemicky upravovaným, dobarvovaným a dochucovaným. Úroda ze zahrádky, stejně jako nejrůznější bylinky vlastnoručně vypěstované, sebrané a některé usušené přinášejí radost hned několikrát. Dostatek ovoce a zeleniny, ryby, jogurty i tradiční pokrmy české kuchyně, prostě je možné jíst všechno, dát si dobré víno nebo pivo, avšak s mírou. A to bych podtrhla. Nejsem příznivcem diet a dám si ráda i malou sladkost, a byť je to asi prohrásek, nevychytám si to, raději vezmu hůlky a jdu tu energii vychodit!



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

Pavel Suchan
Astronomický ústav AV ČR, v.v.i.
astronom

Jestli je na životě něco úžasného, tak je to jeho nestálost, neustálý vývoj a také zvraty. To dělá náš život zajímavým. Snahu pochopit ženu má většina z nás od okamžiku, kdy první ženu potkáme. Z počátku máme pocit, že se nám to daří, pak méně a méně, zato přibývají zkušenosti. A když máme najednou pocit, že už chápeme, přijde zvrat. Nevím, co na to tvůrci umělé inteligence, jestli ta nám jednou pomůže. Já ale sázím na tu vlastní a doufám, že to ani nadále nebude nuda. S obdivem ke všem ženám...



Informace do kabelky

S pětiminutovými polévkami

Další úspěšný den, kdy nestíháte vůbec nic, ale přesto chcete jíst zdravě? Český specialista na výživové poradenství It's my life pro vás má jednoduchou odpověď. Polévky nabité bílkovinami, vitamíny i minerály, které stačí zalít horkou vodou.

Žampionová polévka It's my life s mimořádně krémovou konzistencí k vám domů přinese vůni čerstvých hub. Potěší vysokým obsahem kvalitních bílkovin i dalších prospěšných látek. Žampionovou směs nemusíte použít jen k přípravě polévky. Zalijte ji menším množstvím vody nebo sójovým mlékem, přidejte konjakové nebo jiné nízkosacharidové těstoviny a máte lahodnou žampionovou omáčku. Pokud máte raději rajskou polévku, jemný rajčatový krém si vás získá. I tato polévka má vyvážené nutriční hodnoty. Připravenou směs stačí zalít horkou vodou a promíchat lžící nebo metličkou. Pak už ji jen nechte zhruba tři minuty odstát. Přidáním cukety, papriky, žampionů či jiné zeleniny rychle připravíte omáčku, která vás více zasytí.

It's my life je česká proteinová dieta speciálně sestavená týmem odborníků tak, aby nastartovala zdravý proces hubnutí v těle díky kvalitnímu složení, které se vyhýbá složkám, jako jsou škodlivá éčka, umělá sladidla a barviva. V roce 2021 se společnost It's my life Diets s.r.o. stala součástí skupiny Vendeavour.

(tz)



Jubilejní ročník Aukčních lahví Pilsner Urquell měly v rukou ženy

Loňská edice charitativního projektu Pilsner Urquell Aukční lahve oslavovala ženy. Unikátní set pivních lahví proto navrhla jedna z nejvýznačnějších českých designerek Lucie Koldová. Aukci navíc propagovalo deset výjimečných žen, které svou prací a jednáním inspirují své okolí. Limitovanou edici deseti originálních lahví foukali odborníci ze sklárny Janštejn.

Jubilejní desátý ročník předvánoční dražby uměleckých pivních lahví Pilsner Urquell přinesl Centru Paraple neuvěřitelných 2 064 179 Kč. S ohledem na současnou nelehkou situaci se Pilsner Urquell rozhodl částku navýšit o dalších 760 000 Kč. Šek z rukou sládky Václava Berky převzali za Centrum Paraple jeho ředitel David Lukeš a dlouholetá podporovatelka, herečka a zpěvačka Bára Poláková.

Deset ručně vyrobených pivních lahví v unikátním designu se dražilo 9. prosince v online aukci na Mall.tv. Historicky nejdražší lahev se vydražila v roce 2018 a nový majitel za ni zaplatil 700 000 Kč. V roce 2020 zase proběhla historicky nejúspěšnější aukce, která na konto Centra Paraple připsala více než 3,5 miliónu korun. Plzeňský Prazdroj totiž s ohledem na pandemii navýšil příspěvek Centru Paraple o jeden milión korun.

„Těší mě, že se mohu podílet na projektu, který spojuje dobročinnost se dvěma typicky českými tradicemi – pivem a sklářstvím. Moje radost je o to větší, že si mě Plzeňský Prazdroj vybral pro ročník, který oslavuje ženy,“ řekla Lucie Koldová, umělecká ředitelka české firmy Brokis. Ta se specializuje na svítidla vyráběná z odpadových střepek.



Helena Třeštíková

Pivovar pro loňský ročník oslovil i desítku českých a slovenských žen, které se staly ambasadorkami projektu. Najdeme mezi nimi ty, které jsou známé z televizních obrazovek i filmového plátna – herečku Magdu Vašáryovou, zpěvačku Barboru Polákovou, herečku a moderátorku Terezu Kostkovou a dokumentaristku Helenu Třeštíkovou.

Podněcovat k lepším výkonům nejen sportovce a vědce zvládají oštěpařka Bára Špotáková a předsedkyně Akademie věd Eva Zažímalová. Inspirací všem profesionálům i amatérům jsou také farářka Martina Viktorie Kopecká, výčepní Martina Navrátilová a ilustrátorka Eliška Podzimková.

Unikátní projekt aukčních lahví navazuje na dlouholetou pivovarskou tradici a stal se ztělesněním ukázky pivovarského a sklářského řemesla. Každý rok proto pivovar ke spolupráci vyzve jinou sklářskou huť. Loni se Prazdroj

rozhodl oslovit sklárnu Janštejn, která na Vysočině sklo fouká již více než 200 let.

„Sklo a pivo vždy patřily k sobě, protože správně vychlazené pivo patří do krásné sklenice. Jsme rádi, že nás Pilsner Urquell oslovil pro svůj charitativní projekt, který spojuje to nejlepší, co v zemi máme – sklo, pivo a ženy,“ řekl Jan Rabell, majitel Sklárný Janštejn.

„S tradicí pomáhat potřebným začali v našem pivovaru v polovině 19. století už jeho zakladatelé, plzeňští právováreční měšťané. Na tento zvyk jsme před deseti lety navázali první dobročinnou aukcí pivních lahví. I letos nás dražitelé příjemně překvapili a vydražili lahve za více než dva milióny korun. Vzhledem k současné nelehké situaci Centra Paraple jsme se rozhodli vydraženou částku ještě navýšit,“ uvedl Václav Berka, emeritní vrchní sládek Plzeňského Prazdroje. (tz)



S projekty jsme začínali v době, kdy cirkulární ekonomika jako pojem neexistovala

Kdy se lidé začali zajímat o to, v jakém prostředí žijí, co konzumují, co dýchají, proč se brodí v lese plném odpadků? Kdy se každý z nás rozhodl udělat něco pro to, aby planeta, jejíž jsme součástí, nezahynula kvůli našemu pohodlí, rozmařilosti, konzumnímu způsobu života? A kolik toho zmůže jedinec? A co mohou změnit firmy, výrobci, věda, vývoj, spolupráce? Otázek, kterých si budeme muset brzy všimnout všichni, přibývá. Odpovědi také. A to je dobře. O těch, které jsou o praxi, jež vede k pokroku a optimistickému vkladu businessu do budoucnosti, jsem si psala s PhDr. Lenkou Mynářovou, členkou představenstva společnosti NAFIGATE Corporation, a.s. Tato firma překročila v náhledu na skutečnost hranice dosud známých možností a ukazuje, jak zužitkovat to, čemu se donedávna říkalo odpad. Podniká na základě unikátních řešení, přesah její činnosti je víc než globální, ba vesmírný. Ukazuje, co je to cirkulární ekonomika a kudy vede cesta k životu v daleké budoucnosti. Je to firma s nápady, životadárnou filozofií i úžasnými výsledky.



Svět čeká na objevy a vynálezy. Aby sám sebe zachránil. Jak vnímá vaše firma devastaci životního prostředí v posledních letech? Je to stále horší, nebo se ledasco změnilo?

Tak to je asi nejnáročnější otázka hned na úvod. Odpověď bude mít tři roviny. Co se určitě vyvíjí nejrychleji, jsou technologie a řešení, které často dokážou obrátit devastaci prostředí v podnikatelské příležitosti. Ta rychlost tohoto vývoje je fascinující. Bohužel nedokážeme změnit business modely a způsob fungování společnosti, která k devastaci vede. Ale už si alespoň uvědomujeme ty souvislosti. To, že ta devastace je výsledek naší lidské činnosti a že je to neudržitelné a musíme to co nejrychleji změnit. A ta třetí rovina je o nás samotných – řada řešení, která ženou civilizaci do záhuby, je

daň za pohodlí. Například vše jednorázové. A my nechceme nic moc měnit. Jenže bez toho, abychom začali u sebe a změnili svoje chování, se devastaci nepodaří zastavit.

Jste velkým reprezentantem cirkulární ekonomiky. Co vás na tom baví a naplňuje?

My jsme s našimi projekty začínali v době, kdy cirkulární ekonomika jako pojem neexistovala. Ale byl za tím zdravý rozum – proč využívat přírodní zdroje, když mohu pro stejný účel využít odpad? A ta cesta od druhotných surovin k finálním produktům je úchvatná. My to nyní vidíme na naší účasti v US akcelératoru, kde s největšími světovými firmami chystáme ty finální produkty. Jak je to pro ně nové, jakou z toho mají radost. A to dokáže naplnit i po těch letech, a hlavně

motivovat a dodat sílu na překonávání všech překážek a problémů.

A je to jediný smysluplný směr businessu do budoucna?

Za mě jednoznačně. My si ani neumíme představit, jak lidstvo plýtvá přírodními zdroji. A často zcela zbytečně. Máme obrovský prostor ke změně, ale musíme mít vůli měnit např. legislativu. Protože právě legislativa je často největší bariérou cirkulární ekonomiky.

Českou veřejnost jste zaujali zpracováním plastů v souvislosti s výrobou kosmetiky, nanotechnologiemi, zajímáte se o využití použitého fritovacího oleje nebo kávového lógru. Co všechno už jste vymysleli a co můžete spotřebitelům nabídnout?

Zaměřím se jen na tu oblast zpracování bioodpadů. Vyvinuli jsme technologii na zpracování olejů, ale i např. mláta, kde výstupem té technologie je přírodní polymer. A z tohoto polymeru vyrábíme kosmetiku, vyvíjíme biomedicínské aplikace, nanolátkenné aplikace, agrochemikálie. A dále jsme vyvinuli systém tzv. kaskádové recyklace kávové sedliny, ze které umíme vyrábět mýdla, kávový olej pro kosmetiku a barvy pro plasty. Já vím, je to velmi různorodé – ale právě o tom využití druhotných surovin je. Vždy je nutné najít tu nejlepší aplikaci pro danou druhotnou surovinu.

Vyhráli jste také několik tendrů, a to vám otevřelo pomyslná dvířka do nebes, ale také k investicím, které by se měly v brzké době velmi zúročit. Co se tedy v posledních měsících podařilo?

Určitě naším největším úspěchem je US akcelérátor a možnost spolupráce s největšími světovými firmami na tom, co umíme. Je to pro nás i zpětná vazba, kam jsme došli a na jaké úrovni jsme. Další velký úspěch je evropský ClimAkcelérátor, kde jsme uspěli právě s projektem Hydal Coffee – tedy s kaskádovou re-

Co se určitě vyvíjí nejrychleji, jsou technologie a řešení, které často dokážou obrátit devastaci prostředí v podnikatelské příležitosti. Ta rychlost tohoto vývoje je fascinující. Bohužel nedokážeme změnit business modely a způsob fungování společnosti, která k devastaci vede. Ale už si alespoň uvědomujeme ty souvislosti.



cyklaci kávové sedliny. A i časově poslední úspěch bylo získání titulu Impact Star v Deloitte Technology Fast 50, kde jsme byli společně s Cyrklem jedinými zástupci cirkulární ekonomiky mezi pouze IT firmami. Za každým úspěchem je obrovská spousta práce a energie, a ty úspěchy jsou zpětná vazba, že jste na správné cestě.

Máme obrovský prostor ke změně, ale musíme mít vůli měnit např. legislativu. Protože právě legislativa je často největší bariérou cirkulární ekonomiky.

Je to všechno úspěch spíš badatelský, nebo manažerský?

Určitě obojí. Jedno bez druhého může existovat, ale nevede k výsledku. A náš badatelský tým je skvělý a jeden z nejlepších na světě.

A jaký očekáváte výsledek v horizontu, dejme tomu, pěti let?

Během pěti let bychom měli mít vybudovány první velké výrobní kapacity a měli bychom mít globální projekty.

Vy sama jste nadšencem v oblasti inovací, které pomohou Zemi dýchat. Z čeho plyne vaše životní filozofie?

Základem mého životní filozofie je dělat věci celým srdcem. Beru jako velké vítězství, že dělám jen projekty, kde je to srdce, a s lidmi, kterých si vážím. A druhá část filozofie je postavena na prastarém principu: ublížíš druhému, ublížíš sám sobě. Pomůžeš druhému, pomůžeš sám sobě. Velmi často na to zapomínáme.

Slyšela jsem, že ráda pracujete na zahradě, vztah k půdě tedy máte nejen profesní. Co vám to dává? Jiný pohled na svět? Na hodnoty, vztahy, poslání jedince, radost? Je to odpočinek a zároveň poezie elementů?

Já si hlavně ráda užívám přírodu. Mám chalupu v horách, kde, když vystoupím z auta, zurčí potok, zpívají mi tam ptáci, běhají lišky, krás-

ně to tam voní. Je to jiný svět. A zahrada je mojí snahou do toho v podstatě nezasahovat, jen to podporovat. A určitě mi to dává jiný pohled na svět a obrovskou radost a sílu.

Opravdu si užívám ty okamžiky, kdy zapadá slunce, kdy mohu jen tak sedět a pozorovat tu sílu přírody.

Přicházejí nad záhonky také nápady týkající se vašeho businessu? Anebo je do tohoto království odpočinku profesní vstup zakázán?

Vstup bych ráda zakázala, ale zrovna píšu odpovědi pro tenhle rozhovor na chalupě. Takže se to prolíná. Ale přiměřeně. Rozhodně užít si přírody má pro mě mnohem větší význam právě tady. Protože v Praze pak už zbývá čas hlavně na práci.



Co doporučit malé firmě, která se rozhodne zcela změnit obor svého působení a ráda by zkusila hledat „jiné štěstí“ ve vodách cirkulární ekonomiky? A je nezkušená, ale nadšení má dost, peněz málo, odvahy nadbytek?

Aby ti nadšenci nepodcenili profesionalitu. Protože jen nadšení nestačí. Musí dělat věci, u kterých budou mít pocit, že je to zdržuje od tvoření – jako jsou business plány, kalkulace, prezentace...

Ale to je opravdový základ. Váš projekt existuje, až když máte business plán. A druhá věc, kterou bych doporučila, je to, aby se co nejdříve přihlásili do některého z akcelérátorů a našli si zkušeného mentora/konzultanta. Toto je také hodně důležité, protože startupy opakují řadu chyb dlouhodobě a toto může ušetřit mnoho času a sil.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Každá krize jednou přejde

Jestli bych uměla pracovat v odvětví, které právě prochází velkou životní zkouškou? Tedy v hotelnictví, gastronomii, cestovním ruchu? Nevím, ale asi ne. Děsily by mne okamžiky, kdy se ruší jedna konference za druhou, kdy zájemci o ubytování přesouvají termíny na dobu, až bude lépe. Pohled do poloprázdné restaurace či baru a takřka opuštěného bazénu by mi bral naději, nadšení, radost z toho, co pomáhám vytvářet. Tím více obdivuji všechny, kteří nejednoduché chvíle oboru ustáli a našli v nich příležitost dostat se dál, změnit úhel pohledu. A věří, že se hosté a zákazníci opět začnou vracet. Možná že situaci vidím zbytečně černě, protože je mnoho odborníků, kteří naopak postřehli, že je možné i za současných okolností nacházet cesty, jež zúročí stávající potenciál. Například řetězec OREA Hotels & Resorts. Jak vypadají fakta v interpretaci HR ředitelky Petry Slabé? A proč je optimistkou? To se dočtete v následujících řádcích:



Petra Slabá

Cestovní ruch, zejména hotely, postihla pandemická krize patrně nejcitelněji ze všech odvětví. Jak se s následky vaše hotely vyrovnávají? Museli jste propouštět, jsou některé prostory zavřené, snížila se nabídka služeb, zevšedněl jídelníček?

Celý rok 2020 a začátek letošního roku byly pro nás opravdu extrémně náročné. I když

jsme věnovali maximum energie i prostředků, abychom tým našich kmenových zaměstnanců zachovali, někteří z nich se rozhodli se s námi rozloučit. Veškerý úspěch, který u našich zákazníků máme, stojí především na profesionální práci a úsměvu zaměstnanců, což si velmi dobře uvědomujeme. Poslední dvě letní sezóny, které byly ovlivněny pandemií, nás přesvědčily, že lidé cestování milují a chtějí si

svůj pobyt a péči, kterou jim nabízíme, užít naplno. Naše horské rezorty a také lázeňské hotely byly v létě a na začátku podzimu plně obsazené do doby, než se začala situace kolem koronaviru opět zhoršovat. V sezóně jsme spíše řešili problémy, abychom zvládali obsloužit tak velkou poptávku ze strany zákazníků, služby jsme neomezovali. Teď je situace poněkud odlišná, podzimní měsíce a konec roku jsou především o firemních zákaznících – kongresech, konferencích, eventech a vánočních večírcích, které se samozřejmě omezily v současných podmínkách na minimum. Naštěstí se tyto akce neruší, pouze posouvají v čase. Bohužel aktuální situace spojená s omikronem nás opět prověří a pravděpodobně ovlivní i naši zimní sezónu.

Co to představuje v plánování vašich aktivit?

Naučili jsme se výborně pracovat s flexibilitou pracovní síly, využíváme naší velikosti a přemísťujeme pracovní síly podle potřeby mezi jednotlivými hotely. Naše interní kapacity proto přesouváme podle toho, kde potřebujeme posílit, nebo naopak utlumit výkon vzhledem k aktuální situaci, a ve slabších obdobích naši zaměstnanci čerpají dovolenou. V současné koronavirové situaci rovněž využíváme aktuálně systému překážky v práci na straně zaměstnavatele a státní programy podpory, jako je Antivirus A i B.

Někteří tvrdí, že jedinou jistotou pro business je nejistota. Dá se s takovou filozofií žít?

My jsme si to naplno vyzkoušeli v praxi, a i takovými nejistým podmínkám se lze přizpůsobit. Krize vás vždy něco nového naučí, můžete z ní čerpat řadu zkušeností, samozřejmě za předpokladu, že ji přejijete. Jak již zaznělo, stali jsme se významně flexibilnější a začali jsme o věcech přemýšlet nově a jinak. Naučili jsme se maximálně využívat interní zdroje a naše znalosti. Nejistá doba vyzdvihla důležitost aktivní komunikace a dodržování hodnot a slibů. Z toho pak vždy vychází, že dokáže přežít vnitřně silný tým, který je navíc posílen o novou zkušenost vyplývající z krize.

Největším bohatstvím jsou pro zaměstnavatele lidé, jejich potenciál, zkušenosti, dovednosti, v případě hotelů jde o umění komunikace s hostem, citlivý přístup, vysokou kreativitu. A také chuť působit v oboru. Jak pracovníky motivujete, aby zůstali, aby vytrvali?

Jako pro HR profesionála je pro mě zásadní aktivní komunikace ve vztahu k zaměstnancům, dodržování hodnot a také jejich konzis-



Orea Resort Horal Špindlerův Mlýn



Orea Congress Hotel Brno



Orea Resort Santon Brno



Orea Hotel Pyramida Praha

tence. Velmi podstatná pro jakoukoliv komunikaci se zaměstnanci je také autenticita, je třeba jednat s lidmi napřímo, otevřeně a srozumitelně. Důležité je chovat se na jakékoliv úrovni firemní hierarchie podle interních pravidel, plnit dané sliby a každou změnu nebo chybu, která nastane vlivem nepředvídaných událostí, je třeba vysvětlit a zkomunikovat. Důležité také je nezapomenout se dívat do budoucna, každá krize jednou přejde a my musíme být opět připraveni poskytnout tu nejlepší službu a servis našim hostům. V hospitalitě pracují lidé, které uspokojování potřeb zákazníka baví, práce s lidmi jim přináší určitou míru adrenalinu, proto jsem přesvědčena, že se sem ze skladu nebo od pokladny zase vrátí, protože jim bude chybět přidaná hodnota, kterou jim práce s lidmi v hospitalitě přináší. Naším úkolem je ukázat jim, že se nemusí obávat práce v tomto oboru, kde mohou najít ztracený adrenalin. Když se ptám svých kolegů, proč pracují v tomto oboru, protože práce v hospitalitě je těžká, nejčastějšími odpověďmi jsou „Baví mě, že potěším lidi a dodám úsměv, radost dětem, a proto abych přinesl zážitek ze skvělého jídla a pití.“

Když se u vás někdo rozhodne skončit, bojujete o to, aby přece jen zůstal?

Bojujeme, snažíme se komunikovat a připomínat benefity, ale také racionálně vysvětlujeme, že není důvod mít obavy ze současného stavu. Připomínáme, jakých výsledků jsme do-

sáhli i v takto složitém období. Neustále se zlepšujeme a posouváme dopředu. I v této situaci jsme lidem významně zvyšovali základní mzdy, vrátili jsme se k našim benefitům a péči o zaměstnance a věnujeme se intenzivně rozvoji například naší firemní kultury a dál budujeme brand OREA jako zaměstnavatele.

A kde hledáte náhradu? Chybí asi nejen číšníci, ale také kuchaři, cukráři, možná i recepční...

Lidé se vracejí, hledáme je a přesvědčujeme všemi způsoby, které máme v HR k dispozici, a to pomocí standardních nástrojů, jako je inzercí na portálech, ale i přes sociální sítě, kolegové přivádějí své známé a dělají nám sami HR marketing, hodně pracujeme s PR „OREA jako zaměstnavatel“ a snažíme se i prostřednictvím sociálních sítí a médií přesvědčit kolegy a kolegyně, že se mohou vrátit do hospitality a že pro ně máme dobrou práci za dobrých podmínek. Využíváme jednak starých dobrých metod – jako je třeba inzercí v dopravních prostředcích, ale potenciální zaměstnance pro některé pracovní pozice oslovujeme i cílenými online kampaněmi v konkrétních regionech.

Hlásí se někteří zájemci o pracovní pozice sami?

Ano, máme naštěstí zkušenost s tím, že se nám zájemci o práci hlásí i sami. Jako zaměstnavatel máme totiž dobrou pověst, uchazeči

o práci píšou e-maily na konkrétní kontakty, buď mají referenci od stávajících zaměstnanců, nebo si najdou kontakt na webových stránkách. Vrací se k nám i zaměstnanci, kteří na nějaký čas odešli pracovat do zahraničí.

Jak obsazujete manažerské posty v hotelích? Hledáte například zástupce středního managementu? Případně výhledově i ředitele?

Řekla bych, že je to dost podobný přístup, jednak inzercujeme, pokud takovou pozici máme, a na klíčové pozice také využíváme služeb specializovaných agentur. I na těchto pozicích se projevuje výše zmíněný trend, za který jsem skutečně vděčná, a to, že se nám lidé ozývají napřímo. OREA je pro ně zajímavý zaměstnavatel. Nabízí kreativní a poměrně samostatnou práci i na úrovni středního managementu.

A jaké novinky v péči o hosta se ujaly?

Hodně nás baví nové technologie. V hotelu Pyramida v Praze jsme například na podzim v roce 2018 „zaměstnali“ robota Peppera, ten ještě neměl tolik úkolů, byl příjemným zpestřením pro naše hosty, především byl v oblíbenosti mezi dětmi. V současné době využíváme roboty v hotelu Horizont na Šumavě při servisu jídla a nápojů. V lobby baru vám přiveze nápoje právě náš robot.

otázky připravila Eva Brixí

Pro optimismus se musíme sami aktivně rozhodnout



Ing. Markéta Šichtařová

Než jsem se koncem loňského roku odhodlala poprosit o rozhovor Ing. Markétu Šichtařovou, zakladatelku a ředitelku společnosti Next Finance s.r.o., naši známou ekonomku, maminku sedmi dětí, špičkovou podnikatelku a manažerku a exponovanou ženu, která se pro mnohé stala ikonou píle, odvahy i rodičovství, dlouho jsem váhala. Otravovat v čase, kterému jsme se naučili říkat svátky dětí, klidu a pohody, osobnost s tolika povinnostmi, závazky i radostmi, no, bylo to na hraně. Ale zkusila jsem to. Odpověď mi přišla okamžitě, poslat otázky jsem mohla. Ještě udivenější jsem zůstala na Silvestra. Odpovědi jsem měla bez jediného překlepu v počítači v 9 hodin 16 minut. Určitě to není jen o time managementu Markéty Šichtařové. Ani o štěstí. Ani o nahodilosti, chcete-li náhodě, která neexistuje. Jak to všechno doopravdy dělá, zvládá, stíhá a těší se z toho? Jak dělí sama sebe, aby jí kousek zůstalo? Jak může být tak bohatý rodinný i business život zvládnutelný? Jak může zůstat na špičce v oboru? To je mi pořád záhadou. Nebo že by snad příjmení předurčovalo, aby byla tím, čím se rozhodla být?

Jsmo na prahu dalšího roku a rádi bychom věděli, jak se u nás bude firmám, lidem, celé společnosti dařit. Co tedy bude ekonomiku v srdci Evropy charakterizovat?

Dobrou zprávou je, že ekonomika stále ještě roste. Tou horší zprávou už je, že meziroční růst HDP postupně zpomaluje. Stále trvají vel-

ké problémy (nejen) automobilek, které jsou však pro vývoj HDP celé ekonomiky klíčové. Česká ekonomika měla v roce 2021 štěstí, že jí k lepším výsledkům pomáhala nízká srovnávací základna loňského roku. Jenomže to v příštím roce už platit nebude. A navíc – všichni cítíme, že tohle jsou jen celkem zbytečné hrátky se statistikou. Asi nedává zrovna moc smysl ra-

dovat se z toho, že ekonomika v uvozovkách „roste“ jen proto, že loni byla paralyzována. Takže to vezměme jinak: budeme rádi, když se nám v příštím roce podaří vrátit se s výstupem ekonomiky na úroveň roku 2019.

Poroste inflace, bude přibývat opatření, předpisů, bude se složitěji podnikat?

Už i centrální banka připouští, že inflace počátkem roku patrně vyleze na 7 %. To je však jen ona „oficiální“ část spotřebitelské inflace. Pak tu máme další ceny, které také doléhají na jednotlivce, jen nejsou vykazovány v takzvaném CPI indexu. Ceny stavebních prací, některých materiálů, nemovitostí, cenných papírů... To vše nafukuje ceny na dalších místech paralelně k takzvané spotřebitelské inflaci. Subjektivně tak budeme mít pocit inflace ještě mnohem větší. Do nějakých 2–3 % jedinec inflaci nevnímá, nedokáže ji postřehnout. Aktuální inflaci již však pociťuje prakticky každý, a to ještě není na vrcholu.

Často bývá neslaný nemastný současný hospodářský růst vnímán jako dočasný. Vzpomeňme ale, jak se i o inflaci před rokem mluvilo jako o dočasné. Na moc velkou dočasnost to aktuálně s nedostatkovostí zboží nevypadá. Negativní efekty státní intervence do ekonomik se budou rozlévat ještě řadu měsíců. Tato „dočasnost“ rostoucích cen i nedostatečné produkce bude delší.

A kde hledat optimismus, sílu dělat užitečné věci?

Sami v sobě. Optimismus je přeci otázkou vnitřního nastavení! Otázka nezní tak, kdo nám ho dá, jaký statistický ukazatel nám ho poskytne. Nikdo nám ho nedá. Pro optimismus se musíme sami aktivně rozhodnout. Je třeba být připraven a plánovat dopředu, a počítat s tím, že vývoj bude možná trochu jiný, než centrální instituce prozatím signalizují. S dostatečnou kreativitou a plánováním se i toto období dá přežít – ba co víc, dá se na něm dokonce i vydělat.

Mnozí odborníci tvrdí, že starý kontinent nemá světu a obyvatelstvu co nabídnout. Že se z něj stává skanzen, kde stárne generace, jež měla tu čest užít si život bez válek a v hojnosti. Souhlasíte s nimi?

Svaly, které zahálují, časem atrofují, ochabují. Lidská imunita, která je vystavena příliš velké čistotě, se obrací proti svému vlastnímu tělu a vymýšlí si autoimunitní choroby. Mozek, který nepřemýšlí, nemusí řešit otázky, jak si sehnat jídlo, jak se ubránit nepříteli, jak přežít –

zakrňuje. A člověk, který nezná nepohodlí, narodil se v blahobytu a nikdy se o sebe nemusel starat, protože veškerou péči mu zajišťoval stát se svým sociálním systémem, si vymýšlí hlouposti a přestává být schopen rozlišit podstatné od nepodstatného. Vymýšlí si zbytečné nebo alespoň přehnané fóbie. Covidizmus, zlenizmus, genderizmus...

Také se diskutuje o roli Evropské unie, o tom, že sešla ze svých ideálů a původních cílů. Že je spíš brzdou businessu než oporou. Lze něco změnit?

Ne. Nelze změnit nic. EU je nereformovatelná. To je jako chtít reformovat komunismus do socialismu s lidskou tváří. K čemu, když kolektivismus nemůže fungovat, ať už má název jakýkoliv a tvář kteroukoliv? EU lze pouze rozbít a jednotlivé státy znovu postavit na principu individualismu a kapitalismu. Ale to se nestane ještě mnoooooo let. Nejdřív musí EU drasticky zchudnout, aby se zhroutila vlastní vahou.

Jak vnímáte podmínky pro život v roli podnikatelky, manažerky a sedminásobné maminky?

Nestěžuju si. Jak už jsem řekla, nic není o tom, co vám kdo daruje zvenčí. Vše je o tom, jak si svůj život nastavíte sami.

Kde byste si představovala, že by měly vaše děti vyrůstat? Doma, nebo je pošlete v příhodné době do světa na zkušenou?

Není kam je poslat. Celá evropsko-americká civilizace zhloupkla. U nás je míra zhloupnutí ještě relativně z těch nižších. Kamkoliv na západ dnes vyjedete, setkáváte se s ještě větší mírou sebeustrukčního chování. S ještě větším zapálením pro nové náboženské ideologie, jako covidizmus nebo ekologizmus.

Recept na to, jak zůstat renomovanou ekonomkou a řídit početnou rodinu – existuje vůbec nějaký?

Dobrá time management a delegování úkolů na spolupracovníky...

Celá evropsko-americká civilizace zhloupkla. U nás je míra zhloupnutí ještě relativně z těch nižších. Kamkoliv na západ dnes vyjedete, setkáváte se s ještě větší mírou sebeustrukčního chování.

Dětskému světu rozumíte. V této souvislosti mne napadá – má české školství naději na změnu? Tedy aby se více a lépe využíval potenciál mladého, zvědavého člověka, který by se posléze měl učit v českých

podnicích, výzkumácích, který by zušlechťoval know-how, jež bude posléze dobře obchodovatelné?

Tady jsem docela skeptik. V mnoha ohledech je na tom dneska české školství hůř než před rokem 1989 (a v mnoha zase trochu líp). Fas-



cinuje mě pohled z auta na školáčky mířící ráno liduprázdnou ulicí do školy s respirátorem na nose. Zatímco mně ten pohled připadá pitoreskní – jak by se dítě mohlo od někoho nakazit, když v dohledu není živá duše? – jim to už připadá docela normální. Dva roky s rouškou na nose představují možná 20 % jejich života. Kdybych já, dospělák, byla s rouškou konfrontována taky 20 % mého života, tedy nějakých devět posledních let, taky bych se nad ní možná už nepozastavovala. Tyhle škody napáchané na mentálním vývoji dětí už jsou do značné míry nevratné.

Doba covidová, jak jsme se naučili říkat uplynulým dvěma rokům, byla i časem nových příležitostí, nového pohledu na řadu odvětví. V čem se ekonomika změníla nejvíce?

Byla dovršena čtvrtá průmyslová revoluce, tedy digitalizace. Dneska už nikomu nepřipadá zvláštní mít home office, pořádat schůzky na dálku přes internet, natáčet zpravodajství přes skype, nakupovat pouze v e-shopech. Ještě před dvěma lety to leckomu připadalo zvláštní.

A nezahlubí nás digitalizace? Neublíží člověčenství? Zůstanou nám pohádky, předsevzetí a sny?

To je trochu jako strach z parního stroje, který kdysi předváděli luddisté. Strach má velké oči, je to strach daný něčím neznámým. Zahubit nás může něco docela jiného než digitalizace. Třeba přemíra blahobytu a rostoucí síla státu.

Trochu voňavě a hezky: stále je vašim koníčkem pěstování růží? A těšíte se, až se vám v létě zase rozvoní na zahradě?

No jasně!

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Šťastní rodiče s nejmenšími ratolestmi

Novinky s výjimečným designem do kanceláří i školních lavic

Mít na pracovním stole nebo v batohu, který děti provází do školy, vždy po ruce něco nejen užitečného, ale i pěkného, je vždycky potěšením. Lepidlo v praktickém balení, zářivé pastelky, ořezávátko, které dobře slouží... Nezbytní pomocníci, kteří podporují náš smysl pro pořádek i krásu. Značka Kores, pod níž tito užiteční pomocníci patří, se na českém trhu dobře etablovala. Dokládají to úspěchy i posledních dvou let, které ne pro každého výrobce byly samozřejmostí. Někoho pandemie covidu zbrzdila a existenčně ohrozila, jiného podnítila k dalšímu rozvoji. Výrobce kancelářských pomůcek Kores přijal vzniklou situaci jako výzvu, rozšířil sortiment, podpořil kreativitu malých i velkých uživatelů svých produktů a dosáhl rekordních hospodářských výsledků. Co se za aktivitami skrývá, o tom jsme hovořili s obchodní a marketingovou ředitelkou Kores Europe s.r.o. Ing. Janou Hubálkovou.



Ing. Jana Hubálková

Jaký byl pro Kores rok 2021 a jak zvládl zvýšené nároky pandemie?

Žijeme ve velmi komplikované době. Kores v České republice však jede na plný plyn. Udržíme pravidelné kontakty s našimi obchodními partnery, na trh uvádíme nové produktové kategorie a nové produkty, vymýšlíme nové reklamní akce. Výrobní linky v našem jihočeském Strmilově fungují na třísměnný provoz, aby zvládly uspokojit poptávku zákazníků. Stále poskytujeme výtečný servis, zboží dodá-

váme včas a v perfektním stavu. Díky tomu jsme loni dosáhli mimořádných výsledků, což potvrzuje meziroční růst obrátu ve výši 16 %.

Změnila se poptávka a nabídka po školních a kancelářských potřebách v době, kdy lockdowny nutily zůstat lidi, a zejména školáky doma?

Naším top produktem stále zůstávají lepicí tyčinky. Velmi ale posilují naše kreativní kategorie, jako je Malování, Psaní, Popisování a Zvým-

razňování. Děti potřebovaly naše pomocníky v rámci online výuky a lidé na home officech se bez nich také neobešli.

Představili jste novinky pro sezónu 2021/2022. Čím jsou charakteristické?

Jako každý rok jsme na trh během loňska uvedli krásné novinky, které jsou rozšířením stávajících řad – změna designu u ořezávátka Deposito, ale také například pastelky Kolo-res Style s designovým tělem pastelek nebo Kolo-res Magik, které se dají gumovat. Stále také obohacujeme naši pastelovou řadu. K tenkým i silným pastelovým zvýrazňovačům a lepicím tyčinkám v pastelovém designu přibýly loni pastelky Kolo-res Pastel nebo pera s modrým inkoustem K0-pastel.

Bezesporu největší novinkou a vykročení novým směrem bylo v roce 2020 zahájení výroby dezinfekčních prostředků. Vše začalo jako reakce na celosvětovou pandemii koronaviru, kdy jsme ve výrobním závodě ve Strmilově spustili výrobu 28ml kapesních dezinfekcí a 200 000 kusů jsme věnovali zdarma lidem v prvních liniích. V uplynulém roce jsme tuto řadu rozšířili o dezinfekční gely na ruce a o dezinfekce na povrchy, vše s vůní Aloe Vera.

Pociťujete, že děti i rodiče, celá dnešní společnost, stále víc přechází do virtuálního online prostředí a místo 3D pomůcek tráví dlouhé hodiny u mobilů a počítačů? Dokážete i v této situaci zákazníky zaujmout?

Ano, je to tak. A právě proto klademe velký důraz na naše kreativní produktové řady. Snažíme se naše výrobky neustále inovovat, představovat novinky, nezůstávat na jednom místě. Zároveň jsme se také v posledních letech více zapojili do fungování na sociálních sítích, pořádáme atraktivní soutěže pro naše fanoušky, spolupracujeme s influencery. Vše s mottem: Kores – Pro radost z tvoření.

Váš závod ve Strmilově má vedle výroby i vývojové oddělení. Čím Češi obohatili globální sortiment Kores?

Určitě již zmíněnou výrobou dezinfekce, vzešla jako iniciativa od naší české pobočky. V rámci výroby lepicích tyčinek jsme se rozhodli pro limitované edice dvacetigramových tyčinek – vloni to byly pastelové tyčinky, letos unikátní charitativní projekt Kores lepicí tyčinka pro dobrou náladu. Naši fanoušci na sociálních sítích si sami vybrali pozitivní vzkazy, které chtěli mít na tyčinkách uvedeny, například Smích se lepí na paty, Život je krásný,

Přílep se ke štěstí. Spolupracujeme s charitativní organizací Člověk v tísni a na její projekt SOS Česko – pomoc lidem, zasaženým pandemií koronaviru, jsme poslali jednu korunu z každé prodané lepící tyčinky, celkem šlo o 50 000 Kč.

U pomůcek pro děti hraje zvýšenou úlohu vizuální stránka produktů. Kores vyniká právě i designem. Jak vzniká a kdo se na něm podílí?

Vzniká v naší vídeňské centrále, kde máme tým šikovných grafických designérů. Také se pravidelně setkáváme na marketingových konferencích s našimi kolegy z Latinské Ameriky. Poslední setkání se konalo v listopadu v Mexiku a jedním z témat byly produktové novinky pro rok 2022. Můžete se těšit třeba na nádhernou novou metalickou řadu produktů.

Kores slaví úspěchy u malých i velkých uživatelů, ale rovněž u odborníků. Co se skrývá za oceněními, které jste získali, a co pro vás znamenají?

Ocenění Czech Superbrands Award se nám podařilo získat již posedmé. Toto ocenění získávají značky s vynikajícím a speciálním postavením na lokálním trhu, a my si ho velmi vážíme. Kores nabízí široké produktové port-



Každé ocenění sluší...

folio – více než tisíc produktů v 15 produktových kategoriích. Každoročně přicházíme na trh s řadou produktových novinek jak v oblasti kancelářského sortimentu, tak v oblasti školních, výtvarných a kreativních potřeb. Naše produkty jsou nejen kvalitní, bezpečné a eko-

logické, ale mají i nádherný atraktivní a originální design, který na první pohled zaujme. Myslím si, že toto je ideální kombinace, a proto jsou naše produkty tak oblíbené a žádané.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

INZERCE

Kores®

www.kores.cz

Vše nejlepší do roku 2022!



Naše produkty pro vás vyrábíme v jihočeském Strmilově.

Chytré telefony a nakupování jdou ruku v ruce



Mgr. Olga Stanley

Žádný velký prodejce se dnes bez e-shopu neobejde. Online nakupování představuje významný díl mixu, který zákazník potřebuje. Ukázalo se, že e-shop s kamennými prodejny už nesoutěží, ale vzájemně se doplňují, aby měl zájemce vše po ruce tak, jak si zrovna přeje. Jednou se hodí pořídit nákup třeba z tramvaje přes mobil, jindy člověk zatouží podívat se do prodejny a vybírat očima, přivonět, nechat se okouzlit barvou, designem obalu. V drogistické síti ROSSMANN bylo možné začít s nákupy elektronicky loni na podzim. O prvních zkušenostech jsem hovořila s Mgr. Olgou Stanley, manažerkou komunikace:

Před nedávnem jste spustili e-shop v mobilní aplikaci ROSSMANN CLUB. Co od tohoto kroku očekáváte?

E-shop bude zcela jistě dalším doplněním služeb směrem k našemu zákazníkovi. Například Českou republikou máme nyní přes 155 prodejen a přibývají neustále další, ale i tak rychlý nákup našeho zboží z pohodlí domova chyběl. E-shop se stal součástí našeho věrnostního programu ROSSMANN CLUB, který jsme spustili v roce 2019 a který je ryze digitální a funguje přes mobilní aplikaci. V roce 2020 našel své místo v aplikaci náš charitativní projekt KDE SRDCE POMÁHÁ. A loňský rok byl dalším milníkem, jelikož vedle prodeje v kamenných obchodech lze nakoupit i z chytrého telefonu v našem zbrusu novém e-shopu.

Projevila se tato aktivita ve vánočních nákupech?

Určitě ano, proto jsme se maximálně snažili termín spuštění stihnout ještě tak, aby si zákazníci mohli tuto novou službu vyzkoušet právě již před Vánoci, kdy má každý z nás méně času a hledá možnosti nejen výhodné-

V rámci aplikace neustále něco vylepšujeme, zefektivňujeme, doplňujeme a připravujeme zcela jistě mnoho skvělých novinek, na které se všichni mohou těšit.

ho, ale hlavně rychlého a pohodlného nákupu, který náš systém a online nakupování jako takové zcela jistě nabízejí.

Dá se odhadnout, kdo aplikaci více využívá, jestli ženy, nebo muži?

Určitě jsou to ženy, které tvoří také největší část zákazníků nakupujících naše zboží. Není to ale vždy výlučně tak. Nakupují samozřejmě i muži, kteří zpravidla akceptují přání svých drahých poloviček. A právě zde se vše zjednodušuje, žena objedná online a muž v rámci možnosti vyzvednutí přímo v prodejně nákup pouze přebírá. A ženě především ulehčí práci a také jí ušetří čas, a to je v dnešní době asi benefit největší.

Jak budete tímto způsobem podporovat věrnost zákazníků?

Péče o naše zákazníky a jejich dlouhodobou věrnost a náklonnost k naší značce bude zcela jistě i v tomto roce jedna z hlavních priorit. V rámci aplikace neustále něco vylepšujeme, zefektivňujeme, doplňujeme a připravujeme zcela jistě mnoho skvělých novinek, na které se všichni mohou těšit.

Urychlil covid rozhodování týkající se zavádění nových technologií, anebo jde o výsledek běžného plánování?

Určitě byl covid významným urychlovačem nasazení jak našich samoobslužných pokladen, tak i online prodeje, ale v plánu byly obě tyto nové inovace v rámci naší prodejní sítě již delší dobu.

Co bylo nejsložitější při uvádění aplikace do praxe?

Nejsložitějším je samozřejmě zákazníkovo přijetí nové služby a postupné zvykání si na ni. Jakmile začne ale s objednáváním, zjistí, že je prostředí velmi intuitivní a jednoduché. Důležitým aspektem je vždy bezvadné fungování nejen technologií, ale též přizpůsobení se personálu prodejen, který si musel zvyknout na sledování objednávek s vyzvednutím právě v jeho místě. Ale naši zaměstnanci to zvládli na jedničku a rychle si zvykli.

Nejsložitějším je samozřejmě zákazníkovo přijetí nové služby a postupné zvykání si na ni. Jakmile začne ale s objednáváním, zjistí, že je prostředí velmi intuitivní a jednoduché.



Na jaké benefity do budoucna sázíte? Třeba na lepší propojení s mladší generací a jejími potřebami a zájmy? Na rychlou obsluhu zákaznické veřejnosti? Na emoce při výběru zboží?

Chytré telefony a nakupování jdou ruku v ruce, a proto jsme se i my vydali touto cestou řešení. Nový typ prodeje přináší našim zákazníkům mnoho výhod, především pohodlný nákup odkudkoliv přes mobilní zařízení, které

má většina z nás stále u sebe. Nakupní rozhodování mladší generace se významně liší od toho, jímž disponují její rodiče nebo prarodiče, ale i ti starší hledají stále inovace a úsporu času ve všem. A určitě je to i o emocích, které k nakupování drogistického sortimentu neodmyslitelně patří. A to hlavní – s nasazením e-shopu podle našeho sloganu budeme život našich zákazníků činit ještě krásnějším!

ptala se Eva Brixl

INZERCE

SiMyCo
Elite Growth Academy®



Pečujte o rozvoj Vašich zaměstnanců “Rise to the challenge to improve”

**4 specializace v 6 programech s možností zakončení
MBA, DBA, LL.M., Ph.D.**

#business #medical #HR #educational

je pro nás nedílnou součástí vytvořit vám prostředí přesně šité na míru, a proto využíváme metody **LEARNING BY DOING** v kombinaci s dalšími metodami, jež jsou součástí každého námi nabízeného programu

High Quality Education, studium zakončeno mezinárodním certifikátem

možnost studia v českém a anglickém jazyce

prezenčně i online

individuální přístup

spolupráce s odborným týmem

one-to-one konzultace s mentoringem a věnování se Vaší problematice

garance kvality

Pomáháme Vám se vzděláváním Vašich zaměstnanců, s jejich dlouhodobým růstem i jejich profesním rozvojem.

We help you to educate your employees, support and improve their long-term growth and professional development.

info@elitegrowthacademy.eu
#EliteGrowthAcademySiMyCo

Již 14 let naplněných příběhy



BUDUJEME
HRDÉ
ČESKO

OCENĚNÍ
ČESKÝCH
PODNIKATELEK

Také ve 14. ročníku soutěže Ocenění Českých Podnikatelek sbíraly často vavříny zástupkyně rodinných firem. Předloni jich byly ve finále tři čtvrtiny, loni bylo rodinných podniků mezi finalistkami 37. Úspěšné podnikatelky byly oceněny celkem v sedmi kategoriích. Podmínky vstupu do soutěže splnilo 25 760 kandidátek, z nichž bylo na základě ratingu vybráno 2456 semifinalistek. Do finále se dostalo 112 žen.

Oceňovány jsou tradičně české podnikatelky, které firmu vlastní a řídí. Majitelky získávají ceny za umístění na prvních třech místech ve třech základních kategoriích Malá společnost (roční obrát 10–30 miliónů korun), Střední společnost (30–80 miliónů) a Velká společnost (roční obrát přes 80 miliónů). Další ženy si rozdělily ceny v kategoriích, které zaštiťují partneři projektu ČSOB, Vodafone Czech republic, Atelier-S, Generali Česká pojišťovna a Microsoft a DAQUAS.

Kdo se může zapojit?

- Česká občanka a držitelka stoprocentního podílu firmy (bez zahraničního kapitálu)
- Společnosti s ročním obrátem vyšším než deset miliónů korun
- Majitelka, která je nejméně po dobu čtyř let, kdy musí vést společnost po-dvojné účetnictvím, stoprocentním vlastníkem

Nominace firem probíhá na základě hodnocení Index CRIBIS odborného garanta CRIF Czech Credit Bureau. Sbírají se data za poslední tři roky, tj. tentokrát za léta 2018–2020. Hodnotily se poslední dvě závěrky 2019 a 2020.

Rok 2018 měl pouze informativní charakter. Patronkou letošního ročníku byla Kateřina Kadlecová, spolumajitelka české rodinné společnosti USSPA, která zná recept na úspěšný business: „Podnikat znamená vzít zodpovědnost za svůj život plně do vlastních rukou. Je to o odvaze a také vytrvalosti, což nejvíce pro-věří doba, třeba jako je ta současná. Ocenit ty ženy, které svou roli zvládají v mimořádně náročném čase, je proto obzvláště důležité. Jejich příběh je pak povzbuzením a motivací pro ostatní.“

Pro její firmu USSPA byla pandemie příležitostí k růstu, podařilo se jí rychle přizpůsobit novým podmínkám. „Je důležité nebát se změny a přijmout to, co doba přináší. Mít plány, ale nelpět na nich, když se změny okolností, a flexibilně plány přizpůsobit,“ sdělila Kateřina Kadlecová. Všechny soutěžící a jejich příběhy jsou podle ní dobrou zprávou o naší společnosti, což je důležité podporovat. „Úspěch víc než čísla a výsledky vyjadřují příběhy a lidé na pozadí. Nasazení, houževnatost, umění uspět i umění prohrát, tím vším jsou inspirací. A nejvíc pak tím, jak naplňují smysl svého života,“ doplnila patronka.

Ocenění Českých Podnikatelek již 14 let představuje příběhy úspěšných podnikatelek, které se rozhodly postavit na vlastní nohy a rozjet vlastní podnikatelský projekt. Zakladatelkou OCP je Helena Kohoutová z Agentury Helas. „Dlou-

hodobé statistiky ukazují, že je několik často se opakujících důvodů, proč ženy začínají podnikat. Mezi nejčastější z nich patří převzetí firmy, která by jinak zanikla, převzetí rodinného podniku, fakt, že se vypracovaly, nebo se naopak dostaly do tíživé situace a podnikání pro ně byla jediná cesta ven. Společné je jim usilovné nutkání tvořit vlastní projekty a pocit, že podnikání je skvělá možnost, jak se realizovat třeba i na mateřské dovolené,“ popsal Helena Kohoutová. Víze projektu stojí podle ní na několika pilířích. Hlavním cílem je ale ocenit a podpořit české ženy. A také vytvořit komunitu, která si vzájemně pomáhá. „A samozřejmě chceme ukázat budoucím podnikatelkám, čeho všeho je možné dosáhnout. Projektem vyjadřujeme mimořádné uznání a podporu ryze českým firmám, které pozitivně ovlivňují prosperitu naší země,“ komentovala Helena Kohoutová.

Ženy jsou podle ní obecně v podnikání konzervativnější a nerady riskují. Častěji než muži jednají tak, aby neohrozily své blízké a rodinu. „Ženy jsou v určitých momentech zdrženlivější, uvážlivější a nemají potřebu soutěžit s druhými ani se sebou samotnou. Proto také ze statistik vyplývá, že podniky vlastněné ženami krachují méně než ty řízené muži,“ naznačila Helena Kohoutová.

Také loni převzalo nad projektem Ocenění Českých Podnikatelek záštitu Ministerstvo průmyslu a obchodu. „Loňský rok byl pro český business těžkou zkouškou, a bohužel se

zdá, že ještě nějakou dobu kvůli koronaviru to podnikatelky a podnikatelky nebudou mít lehké.

O to větší mají můj obdiv, že to nevzdávají,“ řekl v listopadu 2021 ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček. „Vážím si iniciativy OCP, gratuluji všem oceněným a přeji jim i v této obtížné době sílu a chuť do práce. Za MPO mohu v tuto chvíli uvést, že budeme podnikající ženy v maximální možné míře podporovat, jako jsme to dělali i za prvních vln koronaviru,“ doplnil ministr.

„Život těchto podnikatelek přitom není jen o podnikání, v souvislosti s událostmi posledních měsíců musíme brát zřetel i na to, že při tom všem zvládly být ještě i mamičkami, manželkami a v mnoha případech i učitelkami,“ přidala Helena Kohoutová.

Odborný garant soutěže, kterým je společnost CRIF – Czech Credit Bureau, vybral 25 760 kandidátek na získání ocenění. Do finále nakonec prošlo 112 podnikatelek.

„Soutěž se mohou zúčastnit společnosti, které jsou ve výlučném vlastnictví jedné



kresba Pixabay

ženy s trvalým bydlištěm na území ČR a zveřejnily účetní závěrky v řádném termínu. Finalistky jsou vybírány jednak na základě hodnoty multikriteriálního indexu CRIBIS, kterým se na základě finančních a nefinančních údajů hodnotí ekonomické zdraví firem, a rovněž podle výsledků hlasování poroty,“ popsal Pavel Finger, místopředseda představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, a.s.

Téměř polovina loňských finalistek má podle Pavla Fingera sídlo v Praze. Zhruba dvě třetiny z nich založily své společnosti až po roce 2000. Překvapivé je, že se v roce 2021 mezi finalistky dostaly společnosti s lepším hodnocením, a to i přesto, že se hodnotil covidový rok 2020.

„Velmi dobré až dobré hodnocení získalo v letošním ročníku 61 % finalistek, přičemž v loňském to bylo jen 47 %. Tento rozdíl je pozitivním příslibem i do budoucna a ukazuje na to, že se podnikatelky dokázaly velmi dobře vyrovnat i s negativními externími vlivy na své aktivity,“ objasnil výsledky soutěže Pavel Finger.

Výsledky

Malá společnost

- 1. místo** – Monika Brunetová, FRIT, s.r.o.
- 2. místo** – Radomíra Štěpánová, Alergonet Group s.r.o.
- 3. místo** – Blanka Korejšová, Pasáž Korejšová s.r.o.

Střední společnost

- 1. místo** – Eva Hronová, REVATECH s.r.o.
- 2. místo** – Ilona Kejklíčková, Soukromá klinika LOGO s. r. o.
- 3. místo** – Věra Babišová, A – GIGA s.r.o.

Velká společnost

- 1. místo** – Jarmila Rappersberger, RAPPA s.r.o.
- 2. místo** – Eva Dokoupilová, Medical Plus, s.r.o.
- 3. místo** – Zdeňka Heyn Edlová, Lubricant s.r.o.

Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka

Martina Pospíšilová – MultiBoard s.r.o.

„Digitalizace je jedním z největších trendů dneška a týká se všech oblastí našeho života, tedy i školství. Na příběhu Martiny Pospíšilové a společnosti MultiBoard je vidět silná vize inovovat a prosazovat moderní trendy ve vzdělávání, ať už jde o školky, nebo vysoké školy. Pro ně všechny nabízí komplexní vzdělávací řešení. Multidotykové interaktivní all-in-one displeje umožňují pedagogům vytvořit poutavé a hravé úkoly pro děti a žáky, a přiblížit tak výuku standardům 21. století. Hardwarem to ale nekončí, společnost poskytuje také vzdělávací obsah a metodickou podporu pedagogům. Aktivně a velmi potřebně tak mění podobu digitálního vzdělávání na českých školách,“ řekl Martin Pěchouček, ředitel útvaru Rozvoj obchodu

Vítězky 14. ročníku soutěže Ocenění Českých Podnikatelek



a klimatická změna vztahového bankovníctví ČSOB.

Cena odpovědného podnikání pod patronací Vodafone Czech republic

Andrea Bednářová – ENVIROCONT s.r.o.

„Andrea Bednářová se se svou firmou Envirocont angažuje tam, kde podniká – ve svém regionu, a to je důležité. Navíc nepodporuje pouze ekologické projekty, které jí jsou s ohledem na zaměření jejího podnikání blízké, ale věnuje se i sociálním tématům. A především nejde jen o finance, sbírky a dobrovolnictví zaměstnanců, ale zapojuje a propojuje i své zákazníky. Dělá tak to, co je nám ve Vodafone blízké – překračuje hranice svého vlastního odpovědného podnikání a inspiruje ostatní,“ uvedla Zuzana Holá, ředitelka komunikace a udržitelného podnikání Vodafone.

Cena pro výrobní podnik v rukách české ženy pod patronací Atelier-S a hashtag #holkazfabriky

Olga Černá – ESITO CZ s.r.o.

„Příběh Olgy Černé nás oslovil, protože si uvědomujeme, jak náročné je odolávat zahraniční konkurenci,“ vysvětlila Kateřina Šrámková, ředitelka zámeckého rezortu Zámek Loučeň a zástupce Atelier-S.

Cena za inovativní řešení pod patronací Generali Česká pojišťovna

Radka Hynková – Agrovápno s.r.o.

„Radka Hynková je moc příjemná, a především energická žena, která své ideály promítá do práce a jde si za svým cílem. Podařilo se jí velmi inovativním způsobem zavést výrobu vápenatých hnojiv, kterými vrací obohacené granulované vápno zpět do půdy tak, že ač hnojí, tak nepřekyseluje, a naopak rozvíjí mikrobiotu. Dojem na mě udělalo, že její ekologické hnojivo je přístupné nejen velkým zemědělským podnikům, ale i drobným pěstitelům.

Při dnešním důrazu na ekologii, udržitelnost a nezatěžování životního prostředí je její výrobek obrovským přínosem pro prostředí kolem nás,“ sdělila Šárka Dolanská, regionální ředitelka pro Prahu, Generali Česká pojišťovna.

Cena za digitální transformaci pod patronací Microsoft & DAQUAS

Dana Dvořáková – MM publishing, s. r. o.

„Cenu za digitalizaci firmy by si letos zasloužily téměř všechny podnikatelky, protože to byla jedna z nezbytných reakcí na situaci. MM publishing Dany Dvořákové ji využil k tomu, aby pomáhal šířit informace – věrohodné, potřebné (především pro odvětví průmyslu, na které se specializuje) a k věci. Někdo říká, že mít přemíru informací je stejně špatné jako nemít žádné. Inovativní koncept zpravodaje na míru, který umožňuje čtenáři vybrat si oblasti, o nichž chce být informován, když se něco děje, tento problém pomáhá řešit,“ komentovali volbu vítězky této kategorie shodně Darina Vodrážková, Business Development Director, DAQUAS – powered by ALSO, a Jakub Mádl, Small & Medium Business Lead ve společnosti Microsoft.

Cena za výjimečný růst firmy

Vladimíra Štěpánová – NewWaterMeaning s.r.o.

„Každý rok se těšíme na výsledek této kategorie. Není to totiž pouhý výpočet vzorečku. Při hodnocení se bere zřetel i na velikost a stabilitu firmy jako celku. Loni si cenu za výjimečný růst zaslouženě přebírala Vladimíra Štěpánová, jejíž firma se zaměřuje nejen na výrobu a distribuci zdravotnických prostředků, ale hlavně na kvalitní a dostupnou péči,“ poznamenala Helena Kohoutová, zakladatelka projektu. (tz)

Více informací o projektu a videozáznam z vyhlášení vítězek najdete na www.oceneniceskychpodnikatelek.cz

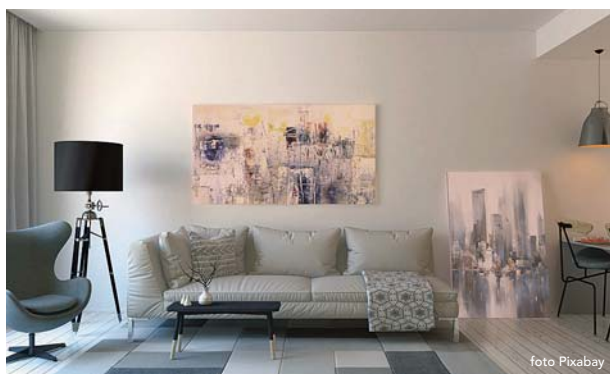
Byt jako součást rodinného dědictví a ukazatel prestiže

Podle zalců posiluje na trhu realit trend, kdy se byty stávají součástí rodinného dědictví. Rodiny kupují nemovitosti v lukrativních lokalitách, protože vědí, že pro další generace se tato příležitost nenaskytne. Stále silnější motivací je rovněž společenský status, který si s takovým vlastnictvím spojují. Podle kvalifikovaného odhadu odborníků z GarantovanyNajem.cz se fenomén týká až 5 % všech nákupů, přitom ještě před deseti lety to byla naprostá rarita.

Odborníci na trhu nemovitostí pozorují posílení trendu, při kterém se byty stávají rodinným dědictvím a ukazatelem prestiže. Rodiče a prarodiče pořizují nové byty v lukrativních lokalitách pro své děti, protože si uvědomují, že centra měst mají omezenou kapacitu a za deset let již nebudou k dispozici. Kupující vnímají nemovitosti jako uchovatel hodnoty a jedinou příležitost, jak se jejich děti či vnoučata mohou k těmto VIP lokalitám dostat. „Podle našich dat se tento trend bytů jako rodinného dědictví týká až 5 % všech nákupů, ještě před deseti lety byla hodnota o více než polovinu nižší. Rodiče vždy chtěli své děti zabezpečit. Dříve se hojně využívalo stavební spoření, to ale nyní nepokryje ani míru inflace a pro lidi už není výhodné, jako tomu bylo dříve. Našli si tedy jiný způsob, jak finance dětem uložit. Vzniká tak jakási moderní aristokracie, u níž se byty budou dlouhodobě dědit, podobně jako se předávají z ge-

nerace na generaci například šperky,“ komentoval Viktor Mejzlík, spoluzakladatel služby GarantovanyNajem.cz. Podle odborníků tvoří dalších až 30 % všech kupujících na trhu realit rodiče, kteří pořizují startovací byty pro své děti. Chtějí jim výrazně ulehčit vstup do dospělého života a zabezpečit je. „Z našich zkušeností můžeme potvrdit, že odhadem 30 % majitelů bytů, kteří v současné době nemovi-

tost pronajímají, je plánují v budoucnu přenechat svým dětem. Typicky jsou to lidé krátce po založení rodiny okolo 35–45 let s dětmi do deseti let věku,“ dodal Viktor Mejzlík. Obliba pořizování startovacích bytů pro děti a vnoučata se promítla i mezi seniory. Ti investují své naspořené finance především do nových bytů, nejčastěji o velikosti 2+kk. Potvrzují to data ze září letošního roku. „Zájemce v seniorním věku jsme měli vždy, ale během posledního roku pozorujeme opravdu velký nárůst. Podle našich dat se nákup nové nemovitosti seniory v uplynulém roce týkal až 20 % všech našich prodejů. Dle našich zkušeností byty nejčastěji pořizují z toho důvodu, že se situace na trhu realit v budoucnu zlepšovat nebude, a chtějí tak ulehčit svým mladým vnoučatům vstup do samostatného života,“ uzavřel Viktor Mejzlík. Akciová společnost Garantovaný nájem, a.s., se sídlem v Brně vznikla v roce 2014 v rámci realitní skupiny VITOM Group. Jako první v České republice začala nabízet službu garantovaného nájmu, díky které zajišťuje kompletní správu nájemních nemovitostí. Společnost ve svém portfoliu spravuje více než 730 bytů a domů. (tz)



Fejeton

Test poctivosti budíkem

Život neustále překvapuje. Přináší nečekané, nutí nás měnit své pevné zásady podle pravidla, že odríkaného chleba největší krajíc. Sám život je tou nejlepší školou, vychovatelem i arbitrem. Nikdy nevíte, co vám právě chystá za zavřenými dveřmi. Proto je otvírejte opatrně a buďte předem připraveni na vše. To pak přijímejme s pokorou, protože největší duchovní moudrost praví, že nic není ani dobré, ani špatné. To jen nám něco zrovna nevoní, nebo nám to hraje do noty, aniž bychom tušili všech důsledků. Připomněl jsem si to nedávno, když jsem si prohlížel svou sbírku retro budíků a hodinek, kterou jsem si pořídil na Aukru. Chtěl jsem totiž trochu přivolat zpět čas svého dětství a mládí, a obklopit se předměty té doby. A hodiny, které nejen ukazují tehdejší čas, ale k tomu i dobově tikají a musíte je pravidelně natahovat, no nekupte to...! Stát se účastníkem dražby je docela vzrušující záležitost. Především musíte hledat předmět, který vás zaujme a chcete ho získat. Pak se nutně zjeví otázka, kolik jste ochotni za něj zaplatit. A poté se pustíte do licitování s ostatními zájemci. Až do konce se stupňuje napětí soubore s neviditelnými protivníky a teprve posledním úderem „kladívka“ pomyslného licitátora

zjistíte, že vytožený objekt vašeho úsilí je opravdu váš – anebo není. Je to hra jako každá jiná a za málo peněz přináší docela dost příjemného vzrušení, nadějí i zklamání. Brzy jsem však přišel na to, že vítězství v aukci ještě nemusí být tou pravou výhrou. Další překvapení se totiž skrývá při rozbalování zásilky, v níž se vydražený předmět ukrývá. První obstarožní budíček, kterého jsem takto získal, byl zabalen důkladně, jako by šlo o vzácné korunkovační klenoty. V pevné krabici, mnohokrát přelepené širokou izolační páskou, utopený v molitanovém lůžku se skrýval on. Pocit štěstí, když jsem ho vybalil a poprvé měl ve svých rukou, byl sice krátký, ale intenzivní. Prožitek vítěze! Budík pochopitelně nešel, a proto jsem ho natáhl. Pružina se smrštila, a tím to skončilo. Ne-fungoval. A proč by taky? V popisu draženého zboží na internetu totiž nestálo, že zařízení je funkční. Proč by měl ostatně někdo očekávat, že strojek po půl století bude ještě tikat, že? Poučen prvním nezdarem pustil jsem se do dalšího nakupování. Bedlivě jsem sledoval, zda prodávající doplnil informaci o funkčnosti nabízeného předmětu. Teprve pak jsem začal přihazovat. A světe, div se, po několika dnech jsem se stal opět šťastným výhercem dalšího retro budíku, tentokrát už s garancí. Když jsem si vyzvedl balíček a začal se nořit do jeho útrob, prožíval jsem opět stejné pocity, jako v prvním případě. Po určitém zápase s obalovými materiály jsem se propracoval až do cíle. Budík byl přesně jak na obrázku, dal se natáhnout a tikal.

Jen už na první pohled bylo jasné, že tady něco nehraje. Ručičky nebyly v korektním postavení. Když jsem velkou posunul na dvanáctku, pohybovala se malá někde uprostřed mezi pětikou a šestkou. „No nevádi, hodinář je srovná,“ pomyslel jsem si a druhý den odnesl pacienta k odborníkovi. Ten mi však pokazil radost. Vysvětlil, ručičky že jsou vyrobeny z plastu a v bajonetovém uložení, které se už vymáčkalo. Opravit nelze. Možná si o mě pomyslíte, že nejsem normální. Nevzdal jsem to. Do další aukce jsem se pustil s odhodláním, že tentokrát už si dám pozor a nenechám se napálit. Po týdnu mi pošták přinesl další zásilku. Budíček z šedesátých let měl lehkou patinu stáří a den šlapal doslova jako hodinky. Pak se stalo něco neočekávaného. Budík náhle zarachotil a divoce poskočil, aby ztichl docela. Znamý hodinář mi řekl, že prostě prasklo péro. U tohoto typu strojek se používalo silnější, které však nelze objednat. Takže mám zase smůlka. Abych příběh nenatahoval: Z osmi budíků a hodinek z aukce ani v jednom případě nepřišlo zboží bez vady. Buď byla uvolněná vteřinová ručička, která zablokovala chod, nebo chyběl kožený pásek, a podobně. A proč jsem po těchto špatných zkušenostech pokračoval ve hře? Z obyčejné zvědavosti. Chtěl jsem se dozvědět o poctivosti malého českého člověka. O tom, jestli dokáže alespoň jednou nepodvést, i když jsou v banku jen drobné. Vidíte, jak to dopadlo!

Pavel Kačer

ROSSMANN
CLUB



Online nákupy
k vyzvednutí na prodejně
do 2 hodin nebo doručení
domů



**Slevy
Rossmánek**

Výhody a nákupy online vždy po ruce



Uvítací kupon
sleva -20 %



Odměny
za věrnost



Exkluzivní slevy
a výhody



E-SHOP V APLIKACI ROSSMANN CLUB

stahujte aplikaci zde





PETROF[®]
PIANOS SINCE 1864

Vytvářený e-shop



www.eshop.petrof.cz