

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

březen 2022

Galerie v kavárně

Eva Brixi

Vykouzčil jste
 Pane majiteli
 Atmosféru nad jiné
 Město přestalo být usmrkané
 Smutnit není povinné
 Večer má svou vernisáž
 V kapse poukaz na radosti
 To je fakt
 Ne kamufláž
 Historické dávno vane
 Z debaty mých bohů
 Místo je to mimořádné
 Kavárnička v rohu
 A tak chvála tomu
 Kdo sem zahne
 Pruhované tričko
 Hlídá večer
 Na koberec hostů
 Pokládám ti fičko
 Galerie plná barev
 Knihy voní
 Káva také
 Do hrnečku slzy roní
 Básníci se klaní
 Malíři jsou vdaní
 Vesmír je tady skrytý naruby
 Nahý v přísném módu
 Umění tu přemýšlí
 A filozof hledá shodu
 Kavárnička se stolky
 Servíruje sodu
 Andělé z pastelek
 Vykroužily nedopravní prostředek
 A vábí sem anonymně
 Na kus řeči diváky
 Světe div se
 Na plátno přijely si tříkolky
 A nebe z křídel odhodily pošťolky

Jitka Chizzola

Mám ráda dobré konce

rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Sladké a od srdce

K svátkům jara patří velikonoční koleda. Přijďte si k nám vybrat perníkové potěšení: zajíčky, beránci, kraslice z perníku, to všechno, ale i mnohem více v našich prodejnách v Pardubicích. Objednat lze také telefonicky či e-mailem. Rádi vyjdeme vstříc i vašim originálním přáním.

www.pardubickypernik.cz


Ráno bosky po mokré trávě nasbírám miskou zářivých žlutých květů...



Když jsme zahajovali v naší Madam Business letošní rubriku na straně 4, v níž se vyjadřují ženy podnikatelky a manažerky každý rok na určité téma (tentokrát je to zdravé stravování), jako první osobnost jsme do lednového vydání oslovili

obchodní ředitelku Lázní Teplice v Čechách Ing. Yvetu Sliškovou, MBA. Zdaleka jsme netušili, že právě pro ni je vyvážený jídelníček velké téma, záliba i potěšení, že jsme zkrátka udeřili hřebíček na hlavičku. Slovo dalo slovo a zde je další příspěvek:



Ing. Yveta Slišková, MBA

Řídíte obchodní činnost známých lázní, máte tedy ke zdravému životnímu stylu velmi blízko, ať už z jakéhokoli úhlu pohledu. Co si myslíte, že lidé dělají špatně, čím zbytečně ničí svůj organizmus?

Mnoho problémů souvisí s nedostatkem pohybu. Stále komfortnější způsob života nás obírá o příležitost protáhnout svaly při fyzické práci, vyživit kloubní chrupavky přirozeným způsobem, kterým je třeba chůze, zažít trochu chladu, než se roztopí kamna, a posilovat tím imunitu. A pak to nepřeborné množství všelijakých lákadel v podobě slaných delikates či sladkých pamlsků, tak snadno dostupných. Tak proč si je odpírat, že! Nestřídmost v jídle a možnost mít vše bez většího úsilí vede k pohodlnosti a přebytku energie přijaté nad vydatnou, což organizmu škodí.

A co je typické pro manažerky a podnikatelky? Také si více hledí firem a společností, pro které pracují, a až poté řeší své zdraví?

Myslím, že se situace ve srovnání s devadesátými lety významně vylepšila. Dnes mnoho manažerek a podnikatelek má skvěle pracovanou logistiku a dokáže svůj čas rozdělit mezi práci, rodinu i sebe. Pokud člověk potřebuje zvládat časové posuny při pracovních cestách do zahraničí, zároveň stresové situace při jednáních nebo řídit krizové projekty, nemůže na své zdraví zapomínat. Protože pak by to ani fyzicky nezvládl. V lepším případě by se o to jako zombie pokoušel, ale koho by přesvědčil? Přesto mnoho manažerek ve snaze odvést perfektní výkon nestíhá zajít na oběd nebo na procházku, což je velká škoda. Dlou-

hé hodiny u počítače nebo za volantem se odrážejí nejen na páteři, odkud jdou signály dál v podobě bolesti hlavy či brnění končetin. Pokud si včas neuvedomí, co je špatně, jejich problémy se mohou stát chronickými.

Vy sama jste velký zastánce rozumného stravování. Co se vám osvědčilo?

Jíst všechno a s chutí, ale v menších porcích. Vždy si nechám prostor, kdyby náhodou přišlo nějaké neodolatelné překvapení! Odpovídá to osvědčeným starým pravdám: Jez dopolotsy, pij dopolopita! Přejídání se mi opravdu příčí. V mnoha restauracích mě vyděsí velikost porce. Nemám ráda vyhazování jídla, proto se nerozpakuji požádat o prázdný talíř a o porci se rozdělit. Mám ráda jídla jednoduchá, kdy vynikne chuť té které složky. Preferuji ryby, luštěniny a pečenou zeleninu. Bez cibule a česneku skoro nic nevařím. Kromě meruňkových knedlíků! K základním surovinám u nás patří také olivový olej, ghí, dýně hokaidó, citrón, bazalka, majoránka a petržel.

Hodně využíváte bylinky z vlastní zahrady. Čím jsou pro vás zajímavé? Nepřeceňujeme někdy jejich úlohu, nebo jsme je stále ještě nedocenili a spoléháme na tabletky a injekce?

Tabletkám a injekcím se snažím vyhýbat. Ale máte pravdu, že mnoho lidí preferuje rychlou úlevu a sáhne okamžitě po nějaké pilulce. Často je to řešení krátkodobé, i když celkem pohodlné. Mnozí však myslí na prevenci a věnují energii zkoumání nejrůznějších potravinových doplňků, aby podpořili své zdraví. Je dosti komplikované vybrat z palety výrobků ten nejlepší porovnáním uváděných hodnot a účinných jednotek. Připadá mi lepší si nějaké ty aromatické léčivky či koření užít i v zelené podobě a při sušení či plnění do plátěných sáčků nebo skleněných dóz. Pak člověk ví, co si třeba do čaje dá. Například divizna, to je velká radost. Ráno bosky po mok-

Mnoho problémů souvisí s nedostatkem pohybu. Stále komfortnější způsob života nás obírá o příležitost protáhnout svaly při fyzické práci, vyživit kloubní chrupavky přirozeným způsobem, kterým je třeba chůze, zažít trochu chladu, než se roztopí kamna, a posilovat tím imunitu.



ré trávě nasbírám misku zářivých žlutých květů. Část jde na sušení a hrstka do konvice, kde pluje spolu s mátou, meduňkou a dalšími bylinami, dodá čaji lahodnou chuť a je úžasnou pastvou pro oči.

Má smysl vracet se v dnešním světě, který se od toho před sto lety velmi liší, k některým stravovacím návykům našich předků?

Nejsem expertem na stravovací návyky minulých generací, avšak určitá pravidla nebo běžně konzumované plodiny našich prababiček stojí za to si připomenout. Třeba hrách a kroupy, červenou řepu, kvašenou zeleninu... Je to nálož vitamínů, minerálů a vlákniny. Maso bylo tehdy vzácné, proto konzumace jednou týdně, stejně jako vdolky z bílé mouky!

Jak vypadá třeba vaše večeře? Zařazujete hodně zeleniny, nejlépe pečivo?

Večeře u nás nejsou žádné opulentní hody. Většinou je studená. Pečivo není tabu, čerstvý slunečnicový chléb si klidně dvakrát v týdnu vychutnám s máslem a plátky česneku. Jinak vedou zeleninové saláty v různých variacích.

Máte nějaký vlastní postup, jak například zklidnit zažívání, jak jídelníčkem napomoci snadnějšímu usínání těch, co jsou den co den v poklusu? Osvědčila se vám určitá bylinka, ovoce, obilninová kaše?

Přes den vystřídám celou řadu činností a večer jsem ráda, že se konečně zastavím. Po fyzické aktivitě se hodí sklenka piva, jinak voda s cit-

rónem a chvíle čtení před usnutím. Ovesnou kaši nechávám na ráno, stejně jako čerstvě vypresovaný pomerančový džus nebo kefir. U toho bych se zastavila. Před dvěma lety jsem dostala tibetskou houbu kefirovku. Ani nevím, proč jsem si ji brala, když do té doby jsem kefir pila maximálně jednou za půl roku. Houbu (struktura růžiček kvěťáku) zalit mlékem a nechat 24 hodin v pokojové teplotě, pak přecedit přes nekovové sítko a proces opakovat. Tak zněla instrukce. S nedůvěrou jsem testovala přecezený nápoj a ejhle, byl chutný, docela jiný než kupovaný. Něco jsem si o tom léčivém zázraku z Tibetu, který kromě jiného zklidňuje trávení, přečetla, a od té doby je mou snídaní pětkrát v týdnu. A protože se houba rychle množí, rozdávám ji po svém okolí. Lidé neodmítají a někteří už sami pilně rozdávají.

Na jakých principech se vaří ve vaší lázeňské kuchyni? Zařazujete hodně lehkých jídel, anebo také myslíte na gurmány?

Snažíme se nabídnout pestrou biologicky hodnotnou stravu s možností několika výběrů. Vaříme z čerstvých surovin a na kvalitě jídla je to znát. Klienti si chválí zeleninové saláty, domácí polévky i dobře ochucené hlavní pokrmy. V nabídce jsou kromě žádané české klasiky i jídla velmi lehká, pro někoho překvapivě inspirativní kombinace, a nezapomínáme ani na vegetariány. Většinou za největší problém hosté označují to, že až příliš dobře vaříme! Vždy se však najde pár nespokojenců, kteří glosují okolí. Protože denně na obědy do jídelny s klienty chodím, mám přehled o tom, jak stravování u nás vypadá.

Vím, že zastáváte názor, že když hřešit, tak bez výčitek. Klidně jdete do cukrárny a pochutnáte si...

Musím přiznat, že jsem na zákusky trochu náročná a našim Café Restaurantem Beethoven zhýčkaná. Když už si něco dopřeju, nemůže to být „prázdná kalorie“. Takže pokud se mi v nějaké cukrárně nic nezamlouvá, klidně zase odejdu. A podobné je to s kávou. Naštěstí se již postupně objevují kavárny, které jsou v obou směrech excelentní.

Lázně jsou místem, kde si člověk dá kondici do pořádku. Má také většinou dost času o svém životě více přemýšlet. Vrací se někteří klienti právě proto, aby se u vás naučili sami o sebe lépe pečovat?

Takových klientů je celá řada a mě vždy potěší, když se jejich jména objeví na seznamu příjezdících hostů. Ráda s nimi pohovořím a s potěšením zjišťuji, že vidí a oceňují postupná vylepšení služeb. Pobyt v našich lázních jim pomáhá od bolestí pohybového aparátu a doslova nabíjí baterky. Kromě předepsaných procedur si v Thermalii užívají termální minerální vody z relaxačních trysek, zajdou na nějaký gurmánský zážitek do restaurace či využijí příležitosti zhlédnout divadelní představení nebo koncerty, na které v Praze neseženou vstupenky. Výlet do krušnohorských kopců nebo třeba jen do Záměcké zahrady je též příjemným zpestřením pobytu, který opět za čas rádi zopakují.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Rozhodnutí na doraz

Nevím, nakolik je moudré měnit profesi takřka na sklonku života. Nakolik je perspektivní dát se na úplně jinou dráhu, než byl člověk řadu desetiletí zvyklý. Ale láká mne to. Zavřít dveře možnost, které jsem dosud naplno nedokázala využít. Udělat něco, co bude trh akceptovat, nepředbíhat, ale konečně stát pevnými nohama na zemi. Že mi to došlo až nyní? Že jsem takhle měla uvažovat už dávno? No, to nešlo, bývala jsem vizionář napřed a chtěla konat to, nač ještě nebyl vhodný čas ani prostor. Příliš jsem předbíhala čas, a to podnikatelskému úspěchu nepřeje. Zkusím to teď jinak. Naděje umírá poslední. Takový je příběh z mého okolí. Fandit mu, či ne?

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Pracujte chytřeji a naučte se odpočívat

Fab Giovanetti



Autorka vás pomocí správných otázek donutí uvědomit si, čeho chcete vlastně ve skutečnosti v životě dosáhnout a že chcete-li pracovat chytřeji a naučit se odpočívat, budete se muset naučit prosadit si právo na odpočinek. Tato kniha je výjimečná tím, že neopakuje známé poučky, naopak je často důvěryhodně vyvrací.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

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

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixii@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.

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



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Ing. Andrea Trčková
společnost Mgr. Ladislav Kavan –
LK SERVIS – Generální zastoupení
GERnétic pro ČR a SR

Nechť je jídlo tvým lékem... hlásal řecký lékař Hippokrates. A já nejen díky své práci v GERnétic vím, že kvalita stravování je pro správné fungování organismu a dobrý pocit ve vlastním těle velmi podstatná. Důležitost přikládám již výběru zdravých ingrediencí, ze kterých doma rodinně vařím. Do jídelníčku zařazuji hodně zeleniny a ovoce v nejrůznějších úpravách. Péči a čas věnuji přípravě i samotnému vychutnávání jídla. A protože jsem gurmán, ráda zajdu i do dobrých restaurací, ale vždy s někým, kdo mi bude dělat milou společnost, protože i zážitek z jídla je pak mnohem větší.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

Ing. Martin Šrámek
Vintage Garage Motors a.s.
výkonný ředitel

Myslím, že ano, dokáže. Je to hodně o empatii a toleranci. Domnívám se, že není až tak rozdíl, zda člověk umí pochopit druhého opačného pohlaví, ale zda vůbec dokáže pochopit, či lépe řečeno porozumět, druhému člověku. Pokud je schopen porozumět druhému, tedy i pochopit jeho způsob myšlení a podstatu jeho osobnosti, pak dokáže pochopit i muž ženu a obráceně.



Informace do kabelky

V Globusu byl Valentýn

Chuť obdarovat někoho

z lásky nezmenšila ani dvouletá pandemická krize. Vychází to z porovnání prodeje valentýnských nabídky hypermarketů Globus. Ani letos v sortimentu ke 14. únoru nechybělo nejžadanější zboží. Patřily k tomu zákusky od zdejších cukrářek

nebo speciální menu v restauracích Globus. Cukrovinky, jahody, vína, dárky a nezbytné květiny. „Naši zákazníci mají o dárky ke svatému Valentýnu stabilně velký zájem. V kurzu valentýnských oslav pak tradičně bývají zákusky a dorty připravené našimi cukrářkami,“ řekla Aneta Turnovská, mluvčí hypermarketů Globus. Podle jejích slov byl rovněž v polovině února silný zájem o šperky, tematicky laděné oblečení pro muže i ženy, spodní prádlo, luxusní lůžkoviny a plyšové hračky. Cukrárny a pekárny, které jsou součástí každého hypermarketu Globus, každoročně připravují valentýnské dorty a další laskominy, ve kterých převažuje červená a růžová barva. „Naše cukrářky měly letos v programu osm druhů valentýnských zákusků, na jejichž výrobu spotřebovaly velké množství pravé šlehačky, jahod a malin,“ přiblížila Aneta Turnovská. Café Globus pak nabízelo zvýhodněné menu kávy s valentýnským šlehačkovým řežem a svátek všech zamilovaných v kavárnách připomínaly zákusky ozdobené srdíčky z dortových plátů.

(tz)



ČEZ chce podpořit větší různorodost pracovních týmů

ČEZ pojímá cíle v oblasti diversity komplexněji a začleňuje její principy a inkluze do všech aktivit společnosti: od náboru přes řízení a odměňování, až po rozvíjení potenciálu zaměstnanců a sladování soukromého a pracovního života. Koncepční přístup má Skupině ČEZ pomoci s naplněním ambiciózních cílů, které si stanovila v rámci své aktualizované strategie Vize 2030 – Čistá Energie Zítřka: do roku 2030 zvýšit podíl žen v managementu na 30 %.

Vyšší výkonnost, loajalita k zaměstnavateli, ale i kreativnější přístup k řešení problémů a lepší pracovní výsledky – tak popisují dlouhodobý dopad větší různorodosti v pracovních týmech uznávané mezinárodní studie. Skupina ČEZ proto oblast diversity a inkluze posiluje přijetím nové politiky. Ta má nejen pomoci splnit ambiciózní cíle společnosti v oblasti navýšení počtu žen v managementu, ale také přilákat nové pracovníky z různých skupin obyvatel, které mohou být na pracovním trhu znevýhodňovány (například senioři, LGBT, osoby se zdravotním postižením, formálně pečující apod.). „Energetika byla dlouho vnímána jako obor pro chlapy, ale to už dávno neplatí. V moderní, čisté energetice šetrné k životnímu prostředí a vstřícné k lidem se uplatní šikovní, inteligentní a zruční lidé bez ohledu na pohlaví nebo věk. Z řady výzkumů vyplývá, že různorodé týmy dosahují lepších výsledků. Je tedy v našem zájmu rozmanitost v ČEZ posílit,“ řekla ředitelka útvaru ESG Kateřina Bohuslavová. Skupina ČEZ v rámci podpory kariérního po-



stupu žen kromě stávajících aktivit (např. flexibilní pracovní úvazky, firemní školky a dětské tábory, udržování kontaktu se zaměstnanci na mateřské a rodičovské dovolené apod.) chystá pro své zaměstnankyně mimo jiné nové programy zaměřené na rozvoj manažerských dovedností nebo platformy pro neformální setkávání a networking. Jedním z prvních praktických kroků nové politiky je např. upravení práv registrovaných partnerů v kolektivní smlouvě na úroveň manželských párů. Registrovaní partneři si tak budou moci vzít placené či neplacené volno ve stejných případech jako manželé: třeba na uzavření sňatku, na doprovod partnera/partnerky do zdravotnického zařízení, na účast u porodu nebo na otcovskou dovolenou. Zaměstnancům se zdravotním postižením pak nově kolektivní smlou-

va navyšuje osobní účet benefitů o 3000 Kč, a navíc jim umožňuje vybrat si na vyřazení statusu OZP až dva dny placeného volna. Skupina ČEZ se oblasti diversity věnuje dlouhodobě. V roce 2014 byla jedním z prvních firemních signatářů Charty diversity v České republice. Aktivně se hlásí k naplňování globálních cílů udržitelnosti (SDGs) včetně cíle č. 5 (dosáhnout genderové rovnosti a posílit postavení všech žen a dívek), jehož podcílem je mimo jiné také zajistit ženám rovné příležitosti a plnou a efektivní účast na rozhodování na všech úrovních v politickém, ekonomickém i veřejném životě. V roce 2018 proběhl v rámci ČEZ gender-audit. Nedostatky, které odhalil, společnost postupně odstraňuje a napravuje.

Alice Horáková,
mluvčí Skupiny ČEZ

A proč by velikonoční koleda nemohla být jen z ovoce?

Padesát gramů zdravého mlsání ve veselém velikonočním obalu – i tak se dá popsat velikonoční nadílka od Ovocňáku. Padesátigramový bonbon je totiž vyrobený z více než 300 g toho nejlepšího ovoce z českých sadů, které dodá tělu vitamíny a energii, a je bez zbytečných konzervantů a barviv.

„Naše velikonoční nadílka je určena pro malé i velké, především ale pro všechny, kdo pro děti hledají zdravé mlsání,“ řekl zakladatel značky Tomáš Kořínek. Ve všech ovocných plátkách, které v bonbonovém balení najdete, hraje hlavní roli jablko. To je doplněno pokaždé jiným ovocem, takže velikonoční nadílka skrývá dohromady pět různých dobrodružství s lahodnými chutěmi českého ovo-

ce. V balení nechybí oblíbená kombinace jablko a hruška, černý rybíz, malina, meruňka nebo jahoda. Kromě tohoto dárkového balení samozřejmě na www.ovocnak.cz můžete koupit i samostatná balení plátků v osmi různých příchutích. Do nadílky se ale můžou hodit i kap-

sičky moštů a pyré z českého ovoce a zeleniny. Ovocňák je značka v Česku a na Slovensku vyráběných 100% ovocných a ovocno-zeleninových pochoutek a nápojů. Využívá výhradně české a slovenské suroviny z oblasti CHKO Bílé Karpaty a okolí. Většinu si pěstuje ve vlastních sadech na česko-slovenském pomezí.

Ovocňák založila rodina Kořínkových v roce 2011 a prvním vyráběným produktem byly čisté ovocné mošty. Od té doby se nabídka rozšířila na mošty, pyré, sušené ovocné plátky a rakytňákové produkty (šťávy, sirupy,

marmelády, čaje). Všechny produkty Ovocňáku jsou čisté přírodní, 100% ovocné (případně zeleninové) a neobsahují žádné chemické konzervanty nebo jiná aditiva.

(tz)



Textilní Velikonoce se symboly kraslic, zajíček nebo větviček

Voňavé jaro bývá přílivem energie i chuti měnit spousty věcí. Koupit si něco nového na sebe, ale třeba také domů, do obývacího pokoje, do kuchyně nebo na chalupu patří k této době stejně jako malování kraslic nebo pečení mazanců. Potěšit oko barvami na prostírání, utěrce, chňapce, osvěžit pohovku polštářkem s obrázkem rozverného zajíce nebo prosluněnými narciskami se chce každé z nás. Magická touha udělat si radost drobností funguje. Člověka nastartuje na jinou vlnu, vytvoří útulno. Role textilu v interiéru má prostě své kouzlo. K významným hráčům na našem trhu patří česká značka SCANquilt, kterou reprezentuje firma Silex. V nabídce má od polštářů a přikrývek, povlečení či prostěradel až po ručníky nebo ubrusy bohatý sortiment výrobků, které náš domov dělají domovem. Jak se firmě dařilo v uplynulém období a na co se můžeme těšit nyní, na jaře, jsem hovořila s jednatelkou a ředitelkou Ing. Ivanou Šachovou:

Značka SCANquilt se na trhu dobře zabydlela. Jak ji dnes vnímají vaši zákazníci?

Jsem ráda, že nás spotřebitelé vnímají jako stabilní a postupně rostoucí značku, třicet let na trhu uteklo jako nic a troufám si říci, že našich 54 prodejen v Čechách a deset na Slovensku je již nepřehlédnutelných. Pravdou ale je, že ne všichni naši zákazníci ještě vědí, že jsme značka česká.

I v době covidové, přestože byly kamenné prodejny často zavřené, jste dobře prodávali. Oč byl největší zájem a proč?

V době covidové jsme skutečně měli velký nárůst tržeb na e-shopu a byli jsme vděční našim zákazníkům za každou objednávku... Mnoho z nich pracovalo z domova v režimu home office, doma trávili hodně času nejen během dne, ale i po večerech, protože příležitostí, kam zajít, bylo málo. Tento čas někteří využili ke zkrášlování svého bydlení, často renovovali, a s tím spojili i obměnu lůžkovin a doplňků. Více lidí kladlo důraz na výrobky spojené se zdravotním hlediskem, např. se zvýšil prodej polštářů s antibakteriálním stříbrným vláknem nebo se prodalo více dekoračních polštářků, ale i ručníků.

Také jste, jak je již zvykem, na každý rok připravili velkou inovaci, nové vzory povlečení, nové vzory ubrusů, prostírání. Co vás vedlo k přesvědčení, že to všechno úsilí má smysl? Co vám dodávalo firemní optimismus, když se spouště společností spíše nedařilo?

Přestože jsme měli kamenné prodejny v každém z posledních dvou let zavřené zhruba čtyři měsíce, věřili jsme, že každý chce mít svůj domov vybavený a zařízený tak, aby se tam cítil co nejlépe, aby se dobře vyspal a aby se mu tam líbilo. A k tomu potřebujeme si čas od času vyměnit barvy nebo vzory, a proto naše kolekce neustále obměňujeme a doplňujeme, buď podle módních trendů, nebo podle sezón. Ráda bych zdůraznila, že ani v nelehké době nechceme ustupovat z kvality produktů a šíře nabídky, a to se nám dlouhodobě vyplácí...

Více lidí kladlo důraz na výrobky spojené se zdravotním hlediskem, např. se zvýšil prodej polštářů s antibakteriálním stříbrným vláknem nebo se prodalo více dekoračních polštářků, ale i ručníků.



Ing. Ivana Šachová



Určitě máte další nápady, jak brzy obohatit sortiment. Nač se můžeme těšit?

Sortiment již příliš nechceme rozšiřovat, ale rozhodně jej budeme stále obměňovat a doplňovat o novinky. Z materiálů na ložní prádlo bych ráda zmínila saténové povlečení s lyocelovým vláknem

zn. Tencel, které si získává velkou oblibu. Základem pro výrobu jemného vlákna je dřevní hmota z eukalyptových stromů a tento přírodní prodýšný materiál má vynikající vlastnosti pro regulaci teploty a pohlcování vlhkosti. Má antibakteriální účinky a takto jemná a lehká lůžkovina je ideální pro lidi s citlivou pokožkou reagující na podráždění.

Zvažujeme do sortimentu lůžkovin zařadit i lněné povlečení, které bylo oblíbené již za časů našich babiček. Vyznačuje se dlouhou trvanlivostí, ale i výbornými vlastnostmi z po-

hledu odvodu vlhkosti a rychlého schnutí, hladké vlákno na sebe neváže prach ani bakterie. Příze jsou většinou nerovnoměrné a tkanině odpouštíme i její vyšší mačkavost.

A jak se chystáte na Velikonoce? Právě tyto svátky jara bývají jedním z období zvýšených tržeb... Ženy zdobí interiéry, chtějí mít doma ojedinelé prostředí, užít si ho...

Období Velikonoc je pro nás všechny spojen s příchodem jara, svěžích barev a rozkvetlých jarních květin. Tomu se přizpůsobuje sezónně i náš sortiment povlečení, prostírání a utěrek s velikonočními motivy. Najdete u nás ale i dekorativní polštářky

se symboly kraslic, zajíčků nebo beránků... Většina z nás také již vyráží na chaty a chalupy a rovněž to je impulz k obměně lůžkovin a dekorací. Přestože v bytě preferujeme minimalis-

tické vzory, na chalupě často vévodí vzory rustikální, kostkované i romantické...

Ostatně – mění se například kultura stolování v České republice?

Dlouhodobě již přetrvává trend běžného stolování u designových stolů bez ubrusů jen s barevným nebo vzorovaným prostíráním. Ubrusy pak prostíráme většinou jen slavnostní bílé a praktické s voduodpudivou a nešpinivou úpravou, kdy nečistoty a kapky snadno se třeme ubrouskem bez zachování skvrn.

Máte také firemní klientelu? Může si třeba větší firma u vás objednat jako dárek pro vybrané zaměstnance zástěry, utěrky, polštářek? Můžete připravit i s logem zákazníka nebo jim navržený vzor?

Ano, největší zájem je pro univerzálnost většinou o ručníky a osušky s výšivku loga, firemní dárky jsou pak určeny pro zaměstnance nebo obchodní partnery. Oblíbené jsou i dárkové certifikáty, za které si mohou v prodejnách SCANquilt nebo na e-shopu www.scanquilt.cz vybrat dárek přesně podle svého vkusu.

ptala se Eva Brixí



foto Pixabay / koláž Schneidy

Co charakterizuje drobné české investorky

Sociální investiční platforma eToro provedla ve spolupráci se společností Appinio ve dnech 4.–15. února 2022 studii, ve které vyzpovídaly 9500 drobných investorek ze 14 zemí. Z dat pro Českou republiku vyplývá, že necelá čtvrtina (24 %) uvedla jako hlavní důvod pro tuto cestu „dlouhodobé zabezpečení“. Zhruba 16 % žen tímto způsobem šetří peníze na penzi a z toho 57 % z nich je přesvědčeno, že dosáhne požadovaného příjmu v důchodu do deseti let. Dalších 15 % investuje, protože si přeje získat finanční nezávislost.

Osm Česek z deseti (83 %) považuje investování za běžnou součást hospodaření s rodinným rozpočtem. Pouze 6 % z nich investiční účet založil a spravuje někdo jiný z rodiny. „Ženy využívají investování jako páku na zajištění své budoucnosti, ke zvýšení svého příjmu nebo k vytváření majetku. Z této studie je zřejmé, že ženské investorky myslí na bu-

doucnost a uvažují v dlouhodobém horizontu, což je třeba ocenit. Je jasné, že ženy pracují na zlepšení svých financí a touží po větší osvětě v oblasti investování. Je třeba reagovat na volání po více ženských vzorech a zajistit, aby reprezentovaly rozmanitost těch, kterým by prospělo, kdyby se o investování dozvěděly více. Finanční vzdělávání je klíčové, a přes-

tože dochází k pokroku, je před námi ještě mnoho práce. Neseme odpovědnost za to, abychom pozitivně ovlivnili životy žen nyní i v budoucnu,“ řekla globální provozní ředitelka a zástupkyně generálního ředitele společnosti eToro Dr. Hedva Ber.

Do čeho Češky nyní investují

Dotazované ženy v současné době investují především do akcií (55 %), na druhém místě jsou dluhopisy (44 %) a až potom následují kryptoaktiva (27 %). Při pohledu do blízké budoucnosti ženy plánují nejvíce investovat do akcií. Změna přichází s alternativními investicemi, které jsou současně až na čtvrtém místě, ale v budoucích plánech českých investorek se dostaly na druhou příčku (NFT, reality, vlastní kapitál). Na třetí příčce jsou stále kryptoaktiva.

Vliv pandemie na investiční strategii

Na 58 % dotazovaných žen tvrdí, že pandemie neměla vliv na jejich investiční chování, zato 42 % tvrdí, že ano. Z toho 45 % si uvědomilo, že potřebuje více šetřit, 35 % respondentek cítí větší tlak na to, aby udělaly něco se svou finanční situací, a 30 % se snížil příjem.

Impulz pro další ženy jak začít

Ještě před průzkumem dostaly ženy otázku, čeho se obávají, než udělají první krok. Zhruba 24 % žen ze všech 14 zemí považuje za nejtěžší vybrat tu správnou investici. Další výzvou je vědět, kde si ověřit informace, uvedlo

Současné investice českých žen

pořadí	podíl	aktivum
1.	55 %	akcie (29 % české, 25 % zahraniční)
2.	44 %	dluhopisy (29 % české, 15 % zahraniční)
3.	27 %	kryptoměny
4.	22 %	tzv. alternativní investice (NFT, reality, investice do firem)

Budoucí investice českých žen

pořadí	podíl	aktivum
1.	44 %	akcie (22 % české, 22 % zahraniční)
2.	27 %	alternativní investice (NFT, reality, investice do firem)
3.	30 %	kryptoměny
4.	24 %	komodity (ropa, zlato, stříbro)

16 % zpovídaných žen ze všech zemí. A 12 % dotazovaných potvrdilo, že nejtěžší je s investováním vůbec začít.

- 51 % ženám by pomohlo vidět více ženských vzorů (40 % v České republice)
- 47 % říká, že je potřeba více o této problematice mluvit na internetu a v sociálních médiích (34 % v České republice)
- 41 % schází více o informaci a finanční vzdělání ve školách (32 % v ČR)

Heloise Greeffová, která je populární investor-kou na platformě eToro, k průzkumu uvedla: „Svou cestu investování jsem na eToru zahájila, abych získala finanční svobodu a byla nezávislá na očekáváních společnosti vůči mně jako ženě. Syndrom ‚podvodníka‘ mi tou dobou bránil začít dříve, potom jsem ale zjistila, že jsem schopna mnohem více, než jsem si dokázala vůbec představit. Investování mě naučilo trpělivosti, disciplíně a soustředění. A co je ještě důležitější, dalo mi možnost řídit svou budoucnost a zhodnocovat své peníze pro sebe i svou rodinu. Věřím, že finanční rovnoprávnost je poslední hranicí a součástí té skutečné rovnoprávnosti. Doufám, že můj příklad pomůže zažehnout zápal a odvahu u dalších žen, které udělají svůj první krok k finanční rovnocennosti žen a mužů.“

Další zjištění:

- Více než čtvrtina (26 %) investorek začala investovat před třemi až pěti lety, 13 % před více než deseti lety a téměř polovina (46 %) investorek začala investovat v uplynulých třech letech.
- Světové Investorky se domnívají, že nejlepší investiční příležitosti v příštích třech měsících přinesou zelené energie a obnovitelné zdroje, následované akcemi MAMAA (Meta, Apple, Microsoft, Amazon a Alphabet). Oproti tomu české investorky se shodují na nemovitostech (44 %), zelené energii a obnovitelných zdrojích (29 %), které následuje energetika (23 %).
- Investorky se při získávání informací o tom, jak a kdy investovat, ve velké míře opírají o osobní doporučení, přičemž téměř každá druhá investorka (47 %) se obrací s žádostí o informace na své přátele, rodinu nebo kolegy.

O společnosti eToro

eToro je sociální investiční síť, která umožňuje lidem rozvíjet své znalosti a bohatství jako součást globální komunity úspěšných investorů. eToro bylo založeno v roce 2007 s vizí otevřít globální trhy tak, aby každý mohl obchodovat a investovat jednoduchým a transparentním způsobem. Dnes je eToro globální sítí více než 25 milionů registrovaných uživatelů, kteří sdílejí své investiční strategie; a kdokoli může následovat přístupy těch nejúspěšnějších. Díky své jednoduchosti mohou uživatelé snadno nakupovat, držet a prodávat aktiva, sledovat své portfolio v reálném čase a provádět transakce, kdykoli chtějí. (tz)

Plzeňský minipivovar Proud oslavil ženy v pivovarství

Růžové holínky jsou nepřehlédnutelným symbolem celosvětové akce Pink Boots Collaboration Brew Day, jejímž cílem je podpořit a oslavit ženy v pivovarnictví. Limitovanou edicí piva Raise Your Glass APA se k mezinárodní iniciativě 8. března připojil také plzeňský minipivovar Proud. Vařit se bude v růžových holínkách, podle receptury zdejší sládkové Lenky Strakové, ze speciální směsi chmelů od Yakima Chief Hops.

„V rámci Pink Boots Collaboration Brew Day chceme vyjádřit podporu a připít na zdraví všem ženám v pivovarství! A věříme, že tahle krásně chmelená APA je pro to ideální. Navíc tento pivní styl jsme u nás v Proudě ještě nevařili,“ konstatoval ředitel pivovaru Proud Michal Škoda.

„Projekty jako Pink Boots Collaboration Brew Day mě baví, protože spojují lidi, kteří pivo prostě milují. Vnímám jej jako velmi přínosný i proto, že obrací pozornost k ženám v pivovarnictví. Tento obor už totiž dávno není doménou mužů. Přestože to mnohé lidi stále překvapuje, žen profesně spojených s pivovarnictvím přibývá, například jenom v Plzni jsme asi tři sládkové – ženy. Vloni jsme za speciál Proud Nealko Hazy IPA uvařený v rámci Pink Boots Collaboration Brew Day 2021 získali zlatou medaili na světové pivní degustační soutěži Meininger's International Craft Beer Award,“ dodala vrchní sládková pivovaru Proud Lenka Straková.

Pink Boots Collaboration Brew Day je iniciativou mezinárodní neziskové organizace Pink Boots Society, která byla založena v roce 2017 v USA s cílem podpořit profesionálky v oboru pivovarnictví v profesním růstu a vzdělávání. Symbolicky na Mezinárodní den žen 8. března v pivovarech po celém světě, které se myšlenku Pink Boots rozhodly podpořit, obuli ženy i muži růžové boty a uvařili vybraný styl piva ze směsi chmele nazvané Pink Boots Hop Blend. Složení exkluzivní chmelové směsi se každým rokem mění, ale vždy pochází od partnera iniciativy, renomované americké společnosti Yakima Chief Hops, proslulé chmelovými produkty špičkové kvality. Letošní Pink Boots Hop Blend je výsledkem výběru, na kterém se spolu s více než 60 pivovary na podzim podílel také pivovar Proud.

„Dostali jsme vzorky asi 12 druhů chmele od Yakima Chief Hops spolu s formulářem a návodem na tvorbu vlastního blendu. Následně se z celého světa sešly dream blendy, které se zpracovaly, a o vítězi se hlasovalo. Část výtěžku z prodeje vítězného chmele putuje skrze organizaci Pink Boots Society na vzdělávací programy určené ženám v pivovarnictví,“ doplnila Lenka Straková a ještě upřesnila charakteristiku letošní chmelové směsi:



„Tento ročník je hodně voňavý s výrazným aroma citrusů, tropického i sladkého ovoce a obsahem hořkých látek 11 %. Ve směsi se nacházejí již známé chmelové odrůdy Idaho Gem, Talus, Triumph a Loral, které jsou doplněny jedním novošlechtěncem, který nese označení šlechtitelského programu HBC 630. Naše APA, tedy styl american pale ale, je studeně chmelené světlé svrchně kvašené pivo, které má stupňovitost 12 %, obsah alkoholu 5,3 % obj. a hořkost přibližně 55 MJH.“

Zájem o účast na Pink Boots Collaboration Brew Day s každým ročníkem roste. V roce 2018 se zúčastnilo 260 pivovarů z deseti zemí, vloni už se vařilo v 413 pivovarech v 23 zemích napříč kontinenty. A stejný trend je patrný i v České republice. Zatímco v roce 2021 se Proud do tohoto prospěšného projektu zapojil jako první tuzemský pivovar, letos jej následovaly další spřátelené pivovary, kterým Proud pomohl zprostředkovat nákup chmele. Vlastní Pink Boots speciály tak uvařily pivovary Chroust, Zlatá kráva, Clock, Matuška, Trilobit, Antoš, Červený vlk, Madcat, pokusný pivovar Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského a také tři plzeňští domovárníci. Přidal se rovněž pivovar Kos a pivovar Zichovec. V půlce dubna je v plánu společná ochutnávka hotových piv uvařených u nás v rámci Pink Boots Collaboration Brew Day 2022. (tz)

Mám ráda dobré konce



Jitka Chizzola

V České republice jste založila D.A.S. pojišťovnu. Jaký to byl tehdy pocit, když jste přijala tak velkou výzvu? Bála jste se, že to nezvládnete, anebo jste naopak byla přesvědčená, že nic nebrání tomu, abyste se do takového úkolu pustila?

Celé výběrové řízení, které se odehrávalo na jaře roku 1994, jsem brala velmi s nadhledem. Vnímala jsem to tak, že jsem prostě někde do počtu. Obstat ve výběrovém řízení na pozici CEO a vybudovat novou firmu na zelené louce, byla opravdu velká výzva, navíc tyto pozice byly vždy obsazovány jen muži. Největší přemýšlení, jestli do toho jít, bylo v květnu 1994, když jsem odletěla do Mnichova na poslední pohovory. Na místě jsem se dozvěděla, že jsem jedním ze tří kandidátů, ze kterých se bude vybírat. Odpoledne mi moji budoucí nadřízení sdělili, že si na tuto pozici vybrali mě. Samozřejmě, že byly otázky, jestli se na to cítím a zda to jako samoživitelka zvládnu. To už jsem ale věděla, že to chci zkusit, a hlavně sobě samotné dokázat, že na to mám. No a potom přišlo již jen učení, co je to právní ochrana, ježdění do Prahy na ministerstvo kvůli licenci, hledání kancelář a nových zaměstnanců.

Pamatujete se na první klienty? Jak jste je přesvědčili, aby s novou pojišťovnou uzavřeli smlouvu?

První klienty jsme měli již na naší první tiskové konferenci 2. února 1995, což byl zároveň i první den, kdy D.A.S. začala fungovat jako pojišťovna. Tehdy jsme nepřesvědčovali, ale nabízeli novou službu – pojištění právní ochrany motorového vozidla. Klienti byli nadšení, že mají možnost mít tuto službu a využívat ji.

Za roky usilovné práce se pojistný kmen rozrostl. Jaký počet tvoří živnostníci a malé firmy? A co senioři, jejichž počet v České republice rychle roste?

Náš pojistný kmen se za 26 let na českém trhu hodně změnil. Dříve převládaly pojistné smlouvy pro soukromé osoby, avšak v posledních letech převládají pojistné smlouvy podnikatelů. Máme vyvážený pojistný kmen mezi soukromým a podnikatelským rizikem. I seniorům nabízíme speciální balíček pro jejich potřeby.

Obstat ve výběrovém řízení na pozici CEO a vybudovat novou firmu na zelené louce, byla opravdu velká výzva, navíc tyto pozice byly vždy obsazovány jen muži.



Těch příběhů, kdy se jednotlivci nebo podnikateli děje příkoří, je nespočet. Bud' nás mívá, anebo se nás bytostně týkají. Ne každý den totiž přinese jen dobré zprávy. Člověk se

musí naučit v životě zvládat i ty méně potěšující, a hlavně průšvihy řešit. Ne vždy a za každých okolností má na to vzdělání, zkušenosti, odvalu. Proto existují organizace, instituce, firmy, na které je možné se v případě nouze obrátit. Výraznou značkou, která dokáže zjednat nápravu, je na našem trhu D.A.S. Před lety ji zakládala Jitka Chizzola, obdivuhodná manažerka, které nikdy nechybělo odhodlání dělat to, co má smysl. Do praxe uvedla systém hodnot, které pojištěncům pomáhají řešit nejrůznější problémy související s nespravedlností, snahou podvést, obejít. Když třeba prodejna módního zboží odmítne vyřídit reklamaci, když se snaží člověka nějaká firma přechytračit, ošidit, když příslušný subjekt odmítá nést svoji zodpovědnost vůči jinému a působí škody. Na to, aby vše bylo vyřízeno objektivně, dohlíží svým klientům v případě sporu, stížnosti či nepořádku právě D.A.S. Ostatně na jejích webových stránkách najdete mnoho poučného, hledáte-li popis jednotlivých případů. Pojišťovna má ve vínku chránit a hájit ty slušné, čestné. Ostatně na tom Jitka Chizzola svůj tým i systém práce postavila:

Jaké konflikty nejčastěji řešíte? Přibývá „nespravedlností“?

Nedá se přesně specifikovat, co nejčastěji řešíme, protože náš záběr je velice široký – od poradenství až po zastupování klientely u soudních sporů, kde hradíme všechny s tím související náklady, a to nejen v ČR, ale také v zahraničí. Samozřejmě, že to závisí na produktu, který si klient koupí. Od sousedských sporů přes pracovní právní spory, reklamace, náhrady škod, pomoc v trestním právu atd. Neřekla bych, že přibývá nespravedlností, spíš přibývá uvědomělých lidí, kteří vědí, že mají na spravedlnost a spravedlivý proces právo. A toho bez kvalitního právníka nedocílíte.

Věříte vy sama ve šťastné konce? V to lepší, co v člověku je?

Já jsem velký optimista a realista, a mám ráda dobré konce. Je někdy těžké uchovat si vždy a za každé situace dobrou náladu, ale to je asi můj největší dar. Míluji svoji práci, která mě i po takové době naplňuje. Předávám na své kolegy zodpovědnost, ale potřebuji od nich zpět otevřenost a důvěru, kterou jim dávám. Těžké chvíle, které také musím řešit, mi hodně pomáhá překonávat můj skvělý partner, který mi dodává odvalu, porozumění a veselou náladu.

Ale obhajovat správné věci, zaujímat objektivní postoj, rozuzlit podstatu trablí, jimiž podnikatel-klient prochází, to je hodně těžká věc.

Neřekla bych, že přibývá nespravedlností, spíš přibývá uvědomělých lidí, kteří vědí, že mají na spravedlnost a spravedlivý proces právo. A toho bez kvalitního právníka nedocílíte.

Musíte mít výborný tým právníků a ten my máme. A to jak mezi zaměstnanci, tak mezi spolupracujícími advokáty v ČR i zahraničí. Musíme se snažit dělat nejlepší práci a vše pro spokojenost našeho zákazníka, jediné tak budeme jednička na trhu. Podstatou je se zákazníkem dobře komunikovat a v rychlosti najít řešení jeho problému.

Prosazovat v životě to, co je správné, potřebné, bojovat o to, co má smysl a vítězit. I tak by se dalo charakterizovat poslání vaší pojišťovny. Je to jako ve sportu, k němuž máte velmi blízko. Pomohl vám při zvládání složitých profesních situací? Naučil vás vytrvalosti a nevzdávat se?

Ano a hodně. Již od útlého mládí mě i bratra naši rodiče vedli ke sportu. Oba byli velcí sportovci, a to až do jejich pozdních let. Bohužel již nejsou mezi námi, ale není dne, kdy bych si na ně nevzpomněla. Byli a zůstanou mojí největší inspirací. Oba to neměli za normalizace jednoduché, ale vždy se snažili z nás vychovat slušné lidi. Tatí-

nek mě naučil, že od nedodělané práce se neodchází, a když mě to nebaví, tak to nemám dělat vůbec. Mám se soustředit na to, co mě baví. Byl to můj první kouč, který mě naučil disciplíně a trpělivosti. Maminka byla nejkrásnější dáma na světě a naučila mě poznávat kulturu a krásno. Moji rodiče vlastně mají největší zásluhu na tom, že jsem úspěšná.

Jste významnou českou manažerkou. Nasbírala jste nespočet zkušeností, jak vést a rozvíjet firmu. Co byste doporučila ženám, které do manažerské pozice vstupují?

Musí vědět, co chtějí, a přiznat si otevřeně, že na to mají podmínky a chuť. Překážek je vždy hodně, ale svůj sen si musí vybudovat samy. Vždycky se vše vyřeší, jen záleží na tom, jestli to řešíte vy, anebo ostatní za vás.

ptala se Eva Brix



Jitka Chizzola a Lenka Tomešová při setkání Klubu manažerek na půdě D.A.S.



Velikonoce na talíři: kopřivy i beránci

Hory už dávno nejsou jen pro lyžaře. I Krkonoše si užívají Velikonoce, tedy jaro se sluníčkem. Velkou pozornost jim věnují také ve známém hotelu Horizont. Na tom, aby strážníkům chutnalo, se podepisují dvě osobnosti: šéfkuchař Jiří Švestka mladší a cukrářka Markéta Bačová.



Šéfkuchař: jarní klasika je jistota



Jiří Švestka ml.

Co nesmí chybět na velikonočním jídelním lístku ve vašem hotelu?

Jsou to určité kopřivy a špenát. Z nich pak klasický dušený špenát a polévka. Ale nemyšlete si, na kopřivy nechodíme sami, máme na to svého dodavatele... Samozřejmě nesmí chybět jehněčí, na to se těší naši věrní zákazníci. Od věci není ani maso drůbeží, to je takové svým způsobem univerzální, a ten, kdo jehněčí nemusí, kuřátkem nepohrdne. A králík na česneku patří k lahůdce, a zdaleka už ne jen na venkově.

Má příjmení jako ovoce, které je pro lidi z jižní Moravy symbolem vedoucím k nápoji proti všem neduhům: Švestka. Jiří Švestka mladší je pokračovatelem kuchařského umění svého otce, který v hotelu Horizont sloužil řadu let co by šéfkuchař. Když se před pár lety rozhodl svou misi ukončit a začít si užívat důchodového věku a z hor se vrátil k moravským rovinám, předal žezlo synovi. A soudě podle ohlasu strážníků, udělal dobře. Horizont zůstal místem, kam se hosté vrací nejen pro ojedinělou atmosféru a komfort čtyřhvězdy, ale také pro nezapomenutelnou kuchyni. Ta velikonoční má své jedinečné kouzlo spojené s jarními radovánkami, i když sníh z vrcholů mizí jen velmi opatrně. Jiří Švestka toho moc nenamluví, navaří však mnohonásobně více.

Jsem „odchovaná“ na kůzlečím, moje babičky mívaly hospodářství...

Speciality z kůzlečího zatím v plánu nemáme, ne každému tento druh masa chutná a voní, raději tedy jdeme cestou, která je optimálním mixem pro většinu. To znamená, že sázíme i na vepřové.

Jakou klasiku si tedy strážníci na jaře nejvíce objednávají?

Česká chuť je jasná, vepřová pečeně a pro fajnšmekry pak to jehněčí. Občas máme telecí steak nebo pečínku. Nevnučujeme to, co si objedná jen sem tam někdo, počítáme s tím, co uspěje vždycky.

Mohou přijít ochutnat i lidé, kteří u vás nejsou ubytovaní?

Určitě ano, restaurace není jen pro hotelové hosty, ale i pro širokou veřejnost. Mnozí o tom stále nevědí, ale skutečně se mohou zastavit

kdykoli v týdnu, o víkendu, nebo právě o Velikonocích.

K jaru patří touha po syrové zelenině...

Saláty jsou na denní nabídce, navíc sílí poptávka po vegetariánských či veganských jídellech, a to i během svátků jara, tomu se snažíme hodně přizpůsobit. Je to trend, který opravdu sílí.

A velikonoční nádivka? Počítáte s ní letos?

Některé roky ji v nabídce máme, tentokrát zatím váháme.

Máte nějakou svou oblíbenou velikonoční dobrotu?

Těžko říct. Mám rád všechno. Nevadí mi zmiňované jehněčí nebo králík. Jsem zastáncem toho, aby člověk jedl všechno, ale v umírněných porcích, aby si na jídle pochutnal, aby pro něj byl plný talíř zážitkem. Pak to bude také zdravé.

Cukrářka: letos to budou perníčky

Velikonoce jsou v hotelu Horizont také ve znamení místního jarmarku. Odehrává se na recepci, kde povolání předvádějí pletení pomlázek či barvení kraslic. Do některých činností se mohou přítomní zapojit, lze si tu i něco pěkného či dobrého koupit. Jarmark bývá lákadlem, a nejen pro právě ubytované. Bývá zážitkem, na který se dlouho vzpomíná. Nechybí klasické kynuté mazance ani tvarohové beránci. O tom dokáže, na rozdíl od kolegy Švestky, dlouho a poutavě vyprávět Markéta Bačová, zdejší cukrářka. Hotelová kuchyně je pro ni královstvím, které odemyká brzy zrána s myšlenkami na to, jaké je počasí. To totiž, aniž to většina spotřebitelů tuší, ovlivňuje pečení z velké míry. „Připadám si už jako meteorolog,“ tvrdí o sobě. „První, co ve čtyři ráno udělám, je, že se podívám z okna, abych věděla, jak bude. Třeba tlak vzduchu ovlivňuje, jak těsto kyne, stejně tak je rozhodující vlhkost vzduchu.“

Čím se vyznačuje velikonoční cukrařina?

Každý rok je to trochu jiné. Třeba v tom, jaké uchystáme hotelovým hostům, kteří mají s sebou děti, sladké překvapení do pokojů. Letos to vím zcela jistě už nyní – bude to perníkový balíček. Předloni jsem dělala na velikonoční menu čokoládové vajíčko uvnitř se žlutým melounem, byla to vlastně taková výtvarná sestava sladkého pokušení podmíněná spoustou práce... A nebylo to vůbec jednoduché, musí se totiž vždy brát v potaz několik okolností. Musí se vymyslet něco, aby to takřkajíc chvíli vydrželo, aby to číšník také uměl přinést a servírovat, aby se mu zákusek



Markéta Bačová

cestou ke stolu nezřítit, aby se to dalo třeba den skladovat a podobně. Musí to být pěkné i praktické. Takže Velikonoce, to je pro mne vždy velká výzva.

Vím o vás, že máte velké výtvarné vlohy a snažíte se, aby zákusky a dorty z vaší dílny oslovily i vzhledem.

Snažím se, aby vše nejen chutnalo, ale mělo to také úroveň výtvarnou. Přece jen jsem pod tím podepsaná...

Kolik odhadujete, že letos beránků a mazanců upečete?

Odhaduji minimálně 20 beránků a 20 mazanců jen na hotelové snídaně. Podobné množství

budu péct na náš velikonoční jarmark, takže plán je 50 a 50 kousků.

Ale vás to nesmírně baví...

Ano, ale přiznávám, že to není jen o tom. Člověk musí vše řádně promyslet, naplánovat, počítat s nejrůznějšími prvky, které mohou vstoupit do hry. Já si třeba vyrábím sama i lyofilizované ovoce. Aby vše bylo podle mých představ.

Co právě o Velikonocích hosté nejraději konzumují?

Neumím si to vysvětlit, ale u nás se sní úplně všechno. Stoprocentně jdou na odbyt stále, tedy i o svátcích jara, kynuté ovocné koláče. Oblíbené jsou čokoládové zákusky. No a mazance i beránci, toto pečivo nikdy nechybí.

Vy sama mlsáte stále ráda?

Určitě. Pochutnám si na zákusku, když je z kvalitních surovin. A pak – když se chlubím, co v Horizontu pečeme, musím sama vědět, jak dobré to je.

Myslím, že vám jde práce pěkně od ruky, pořád se totiž smějete, a to je základ úspěchu...

No, my se tady s Jirkou docela dobře doplňujeme, humor máme rádi...

PS: A na talíři je to znát. Když odvádí člověk práci s láskou a baví ho to, hostům chutná dvojnásob... A Horizont je tím už široko daleko pověstný.

připravila Eva Bixi



Covid přinesl na pracoviště revoluci, ale...

Pandemie koronaviru změnila způsob práce a přinesla řadu nových věcí. „Vedle home office a hybridního způsobu práce, které mnoho lidí už nevnímá jako benefit, ale jako standard, se stále více diskutuje work life balance či well-being,“ řekla Martina Machová, personální ředitelka Sodexo Benefitry. Co všechno měla na mysli, naznačila v rozhovoru:



Martina Machová

Jak covid proměnil oblast HR?

První věc je jasná a zřejmá – vše se řeší mnohem častěji na dálku a online. V HR se výrazně proměnila oblast náboru, která nyní zpravidla probíhá od začátku do konce výhradně online, což je nesmírně náročné. A když se s novým člověkem potkáte konečně osobně, protože to už jinak nejde, tak si tu absenci osobního kontaktu uvědomíte velmi silně. Proto se při náboru vrací otázky z oblasti osobního života, od kterých se v posledních letech upouštělo – co vás baví, jak trávíte volný čas. Což jsou dotazy, které se před covidem už téměř nehodilo pokládat, protože mě jako zaměstnavatele by mělo zajímat to, jak lidé budou performovat a chovat se v práci, a ne to, co dělají mimo ni.

Není ale daleko náročnější nástup takového člověka?

Je nesmírně náročný, protože se musí zapojit do pracovního procesu, který velkou měrou probíhá na dálku. Proto považuji za důležitý princip buddyho, tedy že k novému pracovníkovi přiřadíte někoho, kdo společnost skutečně zná a zasvětil ho do jejího chodu – formálního i neformálního. Firma by měla mít vytvořený okruh takových průvodců, kteří se novým lidem budou věnovat. Protože když mi něco nejde nebo prostě nevím, jak to funguje, tak je snazší jít o radu za buddyem než za nadřazeným manažerem. Ostatně i v běžných časech platí, že změna zaměstnání je jednou z nejtěžších životních situací. Pokud nábor proběhl správně, tak nováček to, co se od něj

očekává, umí, ale v nové práci se to třeba dělá trochu jinak, užívají se jiné systémy, je jiná hierarchie schvalování a podobně. Pro to, jak člověk do kolektivu zapadne, jsou první dny rozhodující, a z tohoto důvodu považuji za zásadní, aby ho manažer a buddy „opečovali“. Protože v zájmu firmy je, aby člověk zůstal. Čím větší fluktuace, tím větší náklady na zapracování nových lidí. Nástup do nové práce v době covidu považuji opravdu za nesmírně těžký, což jsme si ověřili i my. Nabírali jsme totiž poměrně dost nových lidí a ti nám to potvrdili.

Co je ta druhá „covidová“ změna?

Za druhou nejvýraznější změnu považuji skutečnost, že si lidé začali více vážit svého osobního života a svého zdraví. Ten trend jsme pozorovali už předtím, hlavně u mladší generace, pro niž požadavek na work life balance byl velmi zásadní. Nyní se ale dostává do popředí, a možná i na první místo u většiny lidí.

Pokud někdy nastane čas, kdy budeme zase fungovat „normálně“, přičemž to „normálně“ už asi nebude stejné jako v roce 2019 či 2018, co z toho, co covid přinesl, si uchováte, protože to je pro vás jako firmu přínosné?

Work life balance a práce na dálku jsou podle mě dvě věci, které bychom si měli uchovat. Za přínos považuji i to, že jsme se jako firma zdigitalizovali a umíme používat různé komunikační platformy. Jsem přesvědčena, že naprostá většina lidí nebude trávit sto procent pracovní doby v kanceláři. Myslím, že se dostatečně prokázalo, že hybridní způsob práce může být přínosný pro obě strany – tedy zaměstnance i zaměstnavatele, protože efektivita a výkon se neměří tím, že v práci odsedím osm hodin.

Již existují průzkumy, které říkají, že firmám, jež home office umožnily a do dneška umožňují, se právě efektivita práce zvedla...

Říká se to, ale existují i opačné příklady. Je velmi důležité, zda manažer dokáže s lidmi na dálku pracovat. Znáám i takové, kteří si stále myslí, že člověk sedící v kanceláři je daleko lepší pracovník než ten, který je doma. Manažer se musí naučit zadávat úkoly tak, aby bylo jasné, co člověk udělal a jestli to udělal správně. A pak je jedno, jestli to udělal v kanceláři, na chalupě, nebo v bytě. Musí umět definovat,

co od lidí očekává a co má být výsledkem či výstupem jejich práce.

Přistoupila většina zaměstnavatelů v Česku k hybridnímu modelu práce, nebo je více těch, kdo trvají na docházce?

Pokud se bavíme o pozicích a firmách, kde to způsob a náplň práce umožňuje, tak manažerů, kteří se k hybridnímu způsobu práce kloní, bude více. Osobně znám i takové, kteří byli skutečnými odpůrci a názor opravili.

Podívejme se na to z druhé strany. Jak se změnila požadavky uchazečů o práci?

Poměrně značně. Právě proto i firmy, které home office zrovna nevívaly, ho musely akceptovat. Noví zaměstnanci v absolutní většině považují hybridní model práce za standard, a nikoli za něco výjimečného, co je spojené s covidem.

A platí to paušálně. Stejně tak pro všechny věkové skupiny platí, že jsou lidé více ostražití, co se týče zdraví. Dříve se virózy běžně „přecházely“, dnes když někdo zakašle nebo zasmrká, tak už se na něj pohlíží s nedůvěrou. Lidé jsou více zodpovědní, a když mají rýmu či teplotu, tak do práce nejdu. Což ale zpátky souvisí s home office, který nebyl možný a člověk si musel hned nechat vystavit neschopenku, i když s rýmou mohl klidně pracovat. Zároveň ti, kteří jsou trochu nachlazení, také zpravidla sami dobrovolně nosí respirátor nebo roušku.

Odráží se zaměření na zdraví v nabídce benefitů?

Určitě. V Cafeterii, kterou pro řadu firem provozujeme, zaznamenala kategorie well-being mnohonásobný růst na úkor ostatních benefitů. A je jedno, jestli se bavíme o fitku, online psychoterapii, nebo dvoudenním wellness. Zdá se, že je to něco, bez čeho se už firmy neobejdou, pokud si chtějí udržet konkurenceschopnost na trhu práce.

Psychoterapie je ale v benefitech docela novinka. V minulosti se naopak lidé spíše styděli, že chodí ke „cvokaři“...

Ano, to skutečně přišlo s covidem, který proměnil pohled na duševní zdraví. Protože jedna věc je mít home office, když já ho chci, a jiná, když mě na něj někdo nuceně pošle, a ještě mi řekne, že nikam nesmím. A pokud k tomu

máte doma dvě děti na distanční výuce, tak to pak psychoterapii potřebuje každý.

V Cafeterii má každý zaměstnanec určitý finanční budget. Proměnily se tyto balíčky? Jsou třeba firmy, které je musely snížit? Anebo naopak?

U nás jsme ho navýšili a směřuje právě do kategorie well-being. Co se týče firem, pro které ji provozujeme, tak i ony investice spíše navyšovaly. Mimo jiné proto, že Cafeterie je online a dobře funguje i v časech covidu. Navíc v dnešní době můžete většinu věcí za benefity pořídit i online, jako třeba právě terapie, jazykové kurzy nebo online cvičení. Myslím,

že jedním z projevů doby je to, že oblast benefitů se výrazně individualizuje a každý si může volit, za co bude utrácet.

Naznačila jste, že home office už je považovaný za standard. Jak je to

v případě stravenek? Ty už jsou takovým standardem řadu let...

U nich především dochází k odklonu od papírových poukázek k digitálním kartám, což je také důsledek covidu. Hodnotu stravenky mnoho firem navyšuje každoročně, což souvisí s vyšší stravného na pracovních cestách, jež stanovuje Ministerstvo práce a sociálních věcí vždy k 1. lednu. Spolu s růstem ceny „diet“ totiž roste i částka, při které je stravenka pro zaměstnance i zaměstnavatele z hlediska zdanění nejvýhodnější. A pro letošní rok je to 150 korun. Pro zaměstnavatele je navýšení stravenky ideální příležitost, jak zaměstnancům ulevit v současné inflaci, která zdražuje i potraviny a jídlo.

Myslíte si, že si firmy začaly více vážit svých zaměstnanců? Mám pocit, že spousta lidí si v práci připadá nedocenených...

Rozhodně si uvědomily, že zaměstnanci nejsou pouze součástky, které musejí podávat výkon. Covid je donutil, aby se o ně lépe staraly. Takže bych řekla, že se vztah zaměstnavatel-zaměstnanec zlepšil, ale určitě to neplatí všude. A co se týče (ne)docenění, tak podle mě je to nejčastější důvod, proč někteří z firem odcházejí. Minimálně u středních a vyšších pozic.

Jakou roli v tom může hrát HR? Jeho úkolem přece není jen nabírat lidi, ale také o ně pečovat...

V každé firmě to může být nastavené jinak. Někde se HR skutečně věnuje především smlouvám, mzdové agendě a podobně, ale za mě by mělo sledovat i náladu ve společnosti, mělo by navrhovat změny a zlepšení, a to nejen v benefitní oblasti, ale třeba i ve smyslu interní komunikace. Nástrojů a způsobů, jak člověka ocenit a dát mu najevo, že si ho vážíte, je celá řada.

Vraťme se ještě k požadavkům uchazečů. Je tam – kromě home office – ještě nějaká výrazná změna? A liší se dle věku?

Mladší lidé mívají více požadavků než starší uchazeči. Starší generace často považuje práci za náplň života, kdežto mladší kandidáti mají puzzle svého života složené z více dílků a ty mají stejnou velikost. Kromě vzdálené práce se často ptají na pružnou pracovní dobu a nechtějí příliš akceptovat práci od osmi do pěti, což starší generace považují za běžné. Chtějí vědět, co mají dělat, co je náplň práce a jaký má být výsledek, ale pak chtějí pracovat po svém a rozložit si práci v čase tak, jak to vyhovuje jim. Svoboda volby je pro ně zásadní.

Jsou na to firmy připravené?

Řekla bych, jak kde. Třeba u nás se snažíme, aby porady, a to ani ty online, nebyly před devátou a po šestnácté hodině. V mnoha firmách byla už dříve běžná pružná pracovní doba s tím, že třeba od deseti do patnácti hodin musí být všichni v práci. Takže já bych řekla, že se to lepší, ale z pohledu mladých lidí ne dostatečně rychle.

Bude firemní život po covidu stejný i ve smyslu různých teambuildingů, eventů, večírků... A budou o to vůbec lidi stát?

Určitě ano, a možná i více. Pokud více pracují z domova, tak je důležité, aby se čas od času viděli a potkali i v poněkud volnějším módu. Pozorujeme to u nás ve

firmě, kdy na společné akce, které se nám během léta podařilo uspořádat, přišli i ti, kteří se jich dříve neúčastnili. Protože nastala potřeba setkávat se. Digitální forma práce není všespásná, a proto společné akce naopak získají na důležitosti.

připravil Jan Kamenický

Ionizační zubní kartáček: od cestování k businessu

Když jsem si onehdy přečetla jednu tiskovou zprávu o ionizačních zubních kartáčkách, v níž se uvádělo, že převratná technologie je na světě už od roku 1889, nechtěla jsem tomu věřit. Taková úžasná záležitost a já o ní ještě neslyšela? Pro mé problémy s implantáty a jako řešení letité nešťastné komunikace s lékařem, kdy se mi doslova směla lepila na paty (i na zuby), i když jsem se snažila pečovat o svůj chrup sebevíc, je doslova záchranou na poslední chvíli. Nyní už vím, že jsou takové kartáčky dva roky na českém trhu, a to zásluhou manželů Navrátilových, kteří značku IONICKISS zastupují v České republice a na Slovensku a kteří právě k tomu založili firmu ORTUS HEALTH s.r.o. Jednatelky Ing. Marie Navrátilové jsem se tedy zeptala:

stomatologů a dentálních hygien, lékáren a d&m.

Kde jste se s výrobky seznámili, čím vás oslovily?

Díky práci manžela jsme dlouhou dobu pobývali v zahraničí, a také v Asii, kde jsme hodně cestovali, a protože nám každou chvíli na letišti zabavili zubní pastu, tak nás v Thajsku zaujaly kartáčky, které se dají používat bez ní. A přišlo nám, že kartáček velmi efektivně odstraňuje plak, právě i bez zubní pasty. Asi za rok jsme na tyto kartáčky, tentokrát již pod evropskou značkou IONICKISS, narazili v roce 2019 v Srbsku. Spojili jsme se Srby, kteří mají evropskou licenci na prodej japonských ionizačních kartáčeků, které jsme necelý rok testovali my, naše okolí a několik stomatologů. Výsledky byly výborné, tak jsme se dohodli na výhradní distribuci pro Česko a Slovensko.

Spolupracovali jste dříve se zubaři, dentálními hygienistkami, působili jste v oboru?

Oba jsme s manželem studovali ekonomii a několik let působili v bankovníctví. Po 12 letech v zahraničí jsme se rozhodli pro vlastní business. Přistupujeme k uvedení nového unikátního produktu na trh a zhodnocení našich zkušeností, které jsme získali na různých trzích, ať jako specialisté, nebo jako zákazníci. V oboru stomatologie a dentální hygieny jsme sice nováčky, ale musím říct, že pokud za sebou máte dobrý produkt, klinické studie a inovátorský přístup, ti, kteří chtějí, poslouchají, zkusí a používají.

Náhoda vám ale přece jen pomohla...

Náhoda to možná trochu byla v Asii a pak asi v Srbsku, ale spíše jsme to vzali jako možnost ukázat nějakou inovaci v oblasti dentální hygieny. Přijde mi záslužné vytvořit novou kategorii zubních kartáčeků – ionizační kartáčky.

Jak čeští spotřebitelé novinku přijali?

Lidé jsou velmi konzervativní, co se týče např. používání typu zubního kartáčku, a inovace moc nesledují. Někteří jsou přehlčeni různými funkcemi a aplikacemi, jiní je zase vyhledávají. Určitě nejde ionizačním kartáčkem uspokojit všechny. Ale co opravdu funguje, je efektivnější odstranění plaku během dvou minut. Když stejné čištění uděláte s běžným manuálním kartáčkem, výsledek poznáte po prvních pár čištěních. Nejlépe je kartáček vyzkoušet a přesvědčit se, že pocit hladkých zubů je návykový.



Ing. Marie Navrátilová

foto Kateřina Ševčíková

Ionizační technologie čištění zubů oficiálně existuje již od roku 1889, což zní až neuvěřitelně. Jaký je její příběh?

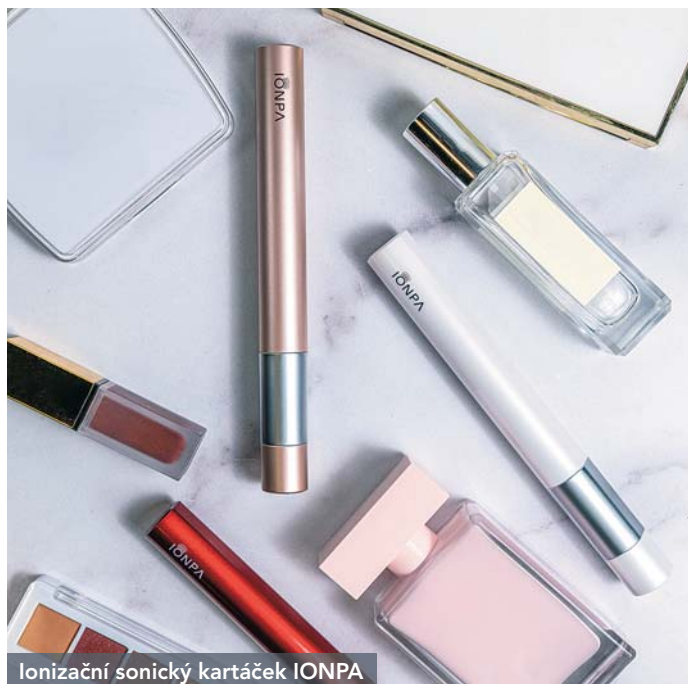
Nejstarší zmínka o využití iontů v dentální hygieně je z USA opravdu z doby 1889, kde se pak v 70. letech 20. století snažilo několik firem o komercializaci, ale pokusy nebyly úspěšné. Až v roce 1984 Hiroshi Hukuba úspěšně uvedl na trh ionizační kartáček a v roce 1995 byl ionizační zubní kartáček registrován pod značkou Kiss You. V roce 1996 byl tento ionizační kartáček patentován. Poté začal pomalu expandovat na zahraniční trhy (Thajsko, Malajsie, Singapur, USA, Brazílie atd.). V roce 2020 jsme s manželem představili kartáčky na českém a slovenském trhu.

Dnes již může tedy sloužit i lidem u nás, zejména těm, kteří mají problém s dásněmi, udržováním protéz, zubních implantátů, můstků. Jaké byly vaše začátky?

Firmu jsme založili v prosinci 2019, ale pak jsme připravovali zhruba čtyři měsíce vstup na trh. Od oslovení odborníků, stomatologů a dentálních hygienistek až po vytvoření grafiky, přípravy e-shopu, zajištění logistiky, stavební jsme základy celé firmy. Kvůli covidovým opatřením jsme začali hlavně online, tedy vlastním e-shopem, a to v květnu 2020. Vzápětí následovaly vhodné online kanály – Pilulka, Vivantis, Dr. Max, Prozdрави.cz, e-tabletka, Alza atd. Po uvolnění covidových opatření k tomu přibýly ordinace některých



Ionizační manuální kartáček IONICKISS



Ionizační sonický kartáček IONPA

Foto: Kateřina Ševčíková – photographygp.com/kontakt

Přibývá zájemců?

Jsem moc ráda, že počet uživatelů ionizačního kartáčku stoupá. Je to také vidět na rostoucích prodeích náhradních hlavice, tedy tělo kartáčku slouží a lidé mění pouze hlavici. Také si zájemci kartáčky a výměnné hlavice mohou dokoupit na více místech než jen u nás na e-shopu, což je příjemná výhoda u běžného spotřebního zboží.

Ríká se, že úsměv prodává, sbližuje, pomáhá v navazování obchodních kontaktů. K němu patří pěkné zuby, péče o ně. Určitě by službu ionizačních kartáčků ocenily i ženy z businessu...

Myslím, že právě většinou ženy na cestách nebo v kanceláři ocení kompaktní model IONPA Travel, který je chráněn krytem, vejde se do kosmetické taštičky a k vyčištění stačí pouze voda. Zuby jsou rychle zbavené plaku např. po kávě, černém čaji nebo červeném víně, kdy zabrání pigmentovým skvrnám se zviditelnit. IONPA Travel nabízíme ve čtyřech barvách. Ženy tak určitě najdou vhodnou barvu nejen do své kabelky.

Také by se kartáčky určitě hodily při služebních cestách, na dovolené, v období velkého stresu, po operacích. Co byste rádi udělali pro osvětu?

Ionizační kartáček má široké uplatnění, pokud se nastínit, kde všude bude:

- u dětí, které nevydrží dlouho u čistění,
- u těhotných žen, které častěji zvrací nebo nemohou používat zubní pastu,
- u alergiků, kteří jsou citliví na některé složky zubních past,
- u starších lidí, kteří mohou mít zhoršenou motoriku, protože ionty pomohou plak odstranit, aniž by člověk na kartáček tlačil,

- u všech lidí, kteří chtějí mít zdravé zuby bez plaku, stačí čistit dvě minuty ráno a dvě minuty večer.

Na služební cesty nebo dovolené minimalizujeme počet věcí a například do batohu do hor počítáme každý gram, tedy manuální ionizační kartáček IONICKISS Original nebo ionizační kartáček se sonickou funkcí IONPA Travel bude správnou volbou. A navíc opravdu bez nutnosti použití pasty. V současné době spolupracujeme s Asociací dentálních hygienistek (ADH) a některými školami, kde se vyučuje obor dentální hygiena, a snažíme se osvětu šířit mezi odborníky. Šíříme ji i mezi stomatology prostřednictvím akcí Lékařské stomatologické komory. Pokud nám to vlny covidu umožní, rádi bychom letos pokračovali i v osobním prodeji (např. stánky, lékárny), kde můžeme uživatelům dobře vysvětlit, jak kartáček funguje.

Firmu jako rodinné podnikání jste vytvořili těsně před propuknutím covidové pandemie. Nakolik vaše cíle, výsledky ovlivnila? Zbrzdila vaše úsilí, anebo naopak?

Museli jsme se přizpůsobit a posunout své plány z osobních jednání na onlinové. To je trochu těžké v tom, že lidem vysvětlujete úplně novou technologii a dočasně člověka vůbec neznáte, nemáte zde vytvořený ani obchodní ani osobní vztah. Věnovali jsme se zpočátku více digitálnímu marketingu než klasickým formám propagace (letáky, billboardy, veletrhy...), abychom například učitele informovali o novém typu kartáčku. Zajímavé bylo pozorovat, že někteří starší stomatologové byli ochotnější nechat si vysvětlit novou

technologie online než některé mladší ročníky odborníků (stomatologů nebo dentálních hygienistek, ale i obchodníků, kteří by zubní kartáčky mohli prodávat). Když opatření zvolnila, šli jsme více do osobních setkání, kde se nové věci lépe prezentují.

Inspirují vás další převratné technologie, které pomáhají v péči o zdraví člověka?

Ráda zkouším nové technologie, které mi dávají smysl. Využití iontů určitě touto oblastí je, ať se podíváme na ionizační čističky vzduchu, ionizační fény, nebo právě na ionizační kartáčky. Pokud bych zůstala u dentální hygieny, tak za posledních pár let mají dentální hygienistky k dispozici velmi moderní přístroje (air flow, ultrazvuk aj.) a pomůcky (různé mezizubní kartáčky, remineralizační gely, leštící pasty aj.). Díky tomuto vybavení a znalostem precizně vyčistí zuby, dásně, jazyk od zubního plaku a kamene, a klient tak předejde nutnosti podstupovat bolestivé a drahé zákroky chrupu. Věřím v budoucnost umělé inteligence, když si například představíte mít svoje

zdraví ve svých rukou prostřednictvím jedné aplikace, která vám sleduje hladinu cukru, cholesterolu, tep, spánek, záznam pohybu atd. To je přeci ohromné! Ještě předtím, než půjdete k doktorovi, vám může aplikace doporučit nějaký režim, bylinky, vitamíny, a pokud domácí terapie nezabere, tak lékař už bude vědět, co jste pro sebe udělali a v čem může ještě pomoci on. A odborníka tedy využijete, až to bude opravdu nutné.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

V oboru stomatologie a dentální hygieny jsme sice nováčky, ale musím říct, že pokud za sebou máte dobrý produkt, klinické studie a inovátorský přístup, ti, kteří chtějí, poslouchají, zkusí a používají.

Emoce ve firmě určuje její šéf

Ať chceme, nebo ne, emoce nás ovlivňují při rozhodování. Nejinak je tomu v práci. Jsou to právě emoce, které vytvářejí celkovou atmosféru ve firmě. Pokud jde o zdravý tým, kde jsou jasně nastavené kompetence a pravomoci, dochází ke konfliktům minimálně. Hlavní roli ve zvládnutí emocí má však lídr. Vcítění se do potřeb jiných lidí a ovládnutí emocí patří mezi schopnosti dobrého šéfa.

Nejemotivnější situace ve firmách vznikají, když je v hysterii a vzteku vedoucí či šéf. Okamžitě se vytvoří „hustá“ atmosféra, která k dobrým výsledkům rozhodně nepřispívá a zaměstnanci postupně upadají do laxnosti až antagonismu. Někteří lidé v napjatém prostředí sice pracovat vydrží, ale nepotrvá to dlouho. Dřív nebo později jim dojde trpělivost a z firmy odejdou. „Ten, kdo vnímá vlastní emoce a zachází s nimi tak, aby pracovaly v jeho prospěch, dokáže vytvořit příjemné pracovní prostředí a motivovat. Velkým úkolem současných lídrů je být pro sebe i ostatní stabilní jednotkou. Odpovědnost za své chování mají však i zaměstnanci. Je to ale šéf, který di-



Irena Vrbová

ky nastavení systému s jasnými hranicemi pro každého zaměstnance formuje zdravou firemní kulturu a předchází nedorozumění,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem. Nejčastěji vzniká nedorozumění na úrovni dvou společníků nebo mezi vedoucím a za-

městnancem. I dva lidé, kteří spolu běžně lidsky vycházejí, dokážou mezi sebou vytvořit střet. „Pokud například obchodník dělá z principu svého postu maximum, aby měl výsledky, a tak někdy slíbí klientovi šibeniční termín pro výrobu, může být šéf výroby rozladěný, když jeho úkolem je zajistit kvalitu, a ne kvantitu. Je to někdy, jako když se optik a kuchař baví o čočce. Připomínku či výtku si potom vezmou osobně a konflikt je na světě,“ upřesnila Irena Vrbová.

Podle ní mohou šéfové udržet příjemnou atmosféru a nastavit kompetence jediné tehdy, pokud se naučí svoje emoce ovládat. „Měli by myslet na to, že jejich nálada je jejich zodpovědnost. Zkusit se zastavit a neřešit nepříjemnou situaci veřejně. Pokud se už šéf neovládl a vynadal všem od recepce po výrobu, měl by se omluvit a nenechávat zaměstnance dlouho ve stavu naštvání nebo vystrašení. Jenom tak se většina vrátí zpět do pohody a bude schopna odvést ten den alespoň nějaký výkon. Dlouhodobě je ale takové chování neudržitelné. Mnohem efektivnější je důvěřovat svým lidem, nechat je rozhodovat. Pokud se poučí ze svých chyb, příště udělají už jenom kvalifikovaná rozhodnutí,“ uzavřela Irena Vrbová. (tz)

www.uspechvportu.cz



Fejeton

Trochu jiný podnikatelský příběh

Podnikání je zvláštní disciplína. Nespočívá zcela jenom ve vytváření zisku, výrobě zboží a poskytování potřebných služeb či v zaměstnávání lidí. Je celospolečenským fenoménem, formuje naši kulturu, ukazuje na naše silná místa i skryté slabiny, charakterizuje tuto dobu i český národ. Abych ale vysvětlil, co tím myslím. Naše chalupa sousedí s truhlárnou. Nedá se přeslechnout, když stroje běží naplno. Pak hluk znepříjemňuje soužití, ne moc, ale ani málo. To se nám nelíbí. Avšak zase z dřevního odpadu máme prospěch. Je příjemné, když si v zimě můžeme zatopit briketami z lisovaných pilin a hoblin. Prostě něco za něco, jak už to na vesnici mezi dobrými sousedy bývá.

Před rokem a půl zaparkoval na vedlejším pozemku karavan a v něm jeho obyvatel středního věku s nemocným psem, který sem přišel dožít. Majitel truhlárny udělal gesto svému zaměstnanci v nouzi. Pomohl mu přechodně řešit obtížnou životní situaci, poskytl mu místo k zaparkování vozu i elektřiku k svícení a topení. A že se jí v zimě nespoteřebuje málo, aby se uvnitř obytného přívěsu dalo příjemně žít! Mělo to být přechodné řešení na pár měsíců, než pes opustí tento svět a jeho pán si najde nové vhodné bydlení. Čtyřnohý přítel pak odešel na věčnost, jeho pán se však rozhodl karavan neopustit. V provizoriu se mu prostě zalíbilo. Asi proto, že bydleníčko to bylo zadarmo. K tomu

mohl využívat, po džentlmenské dohodě, po práci i truhlárnu k drobným melouchům. Jenže s jídlem roste chuť. Když se jednoho krásného dne vlastník truhlárny začal zajímat, co se o sobotách a nedělích v jeho objektu děje, byl velmi překvapen. Zaměstnanec totiž nebyl žádný troškař, ale rozjel vlastní business. Na cizím výrobním zařízení a z ukradeného materiálu vyráběl okna, dveře a další věci, co černý trh zrovna žádal. „Podnikal“ bez uzardění na cizí účet. Tomu se říká „pro dobrotu na žebrotu“. Není divu, že džentlmenská dohoda skončila a od té doby jsme už souseda neviděli. Jen zpuštělý karavan a nepořádek v okolí po něm zůstaly. A hlodavci, kteří se tam rozmnožili a nebyť armády našich koček, měli bychom je i v baráku. Když jsem nad vším přemýšlel, vzpomněl jsem si na podnikatelský příběh mého dědečka. Vystudoval v Darmstadtu elektro inženýra s vyznamenáním, ale oboru se nemohl věnovat. Zdědil totiž na maloměstě továrničku na obuv a musel se postarat o tento rodinný majetek a několik desítek zaměstnanců. Asi měl větší srdce než podnikatelského ducha, protože v krizi přišel na buben. A poté u konkurence, v Baťově Zlíně jako obuvnický mistr, se snažil vydělat chybějící kapitál, aby mohl ševcovinu doma zase rozjet. S úsporami se po dvou letech vrátil, investoval je, ale smutný konec fabričky stejně neodvrátil. Babička, jeho manželka a bývalá účetní v jedné

osobě, mi po letech vyprávěla: „Ty domky pod parkem si naši dělníci postavili z nakradených peněz. Děda byl moc velký dobrák, spíš filantrop než kapitalista.“ Proto zkrachoval, zatímco jeho zaměstnanci prosperovali. Z marxistického, třídního pohledu to nějak nedávalo smysl, z lidského hlediska ano.

Krátce nato se z paní továrníkové stala vdova s dvěma malými dětmi a pozůstalý majetek šel do dražby. Místo aby jí sousedé život trochu ulehčili, domluvili se, že ji připraví o všechno. A proto při licitaci nebudou přihazovat, a tím se ke strojům a materiálu dostanou lacino za vyvolávací cenu. Stalo se do písmene. Je až s podivem: Pokud jde o nějakou zlodějinu, překvapivě z mnoha takzvaných počestných občanů se stanou spojenci a spoluviníci. Jen jedna rodina přišla o živitele, prostředek obživy, a především o iluze, že lidé jsou dobří...

Do deseti let ale bylo najednou úplně jedno, kdo co vlastnil a kdo přišel o všechno. Nastal vítězný únor 1948 a „spravedlivě“ odebral místním živnostníkům i větším „buržoustům“ to, co celé generace nabyly, ať už poctivě, nebo jinak. Takový je život. Je našim učitelem a stále nás zkouší. Co na tom záleží, jestli si myslíme, že někdy se k nám chová přísně nebo nespravedlivě! Nakonec se ukáže, že to tak prostě mělo být. Když to takhle vezmeme, obstálí jsme vždy v nejtěžší zkoušce.

Pavel Kačer

Peugeot 3008:

Největší fešák nejen na parkovišti



Vozy, které podnikatelkám i manažerkám dokážou ušetřit nejednu horkou chvíli. Peugeot 3008 GT 1.6 PureTech 180 S&S EAT8 k nim patří. Zvládne totiž zátěž povětrnostní, pracovní, stejně jako odpočinek s přáteli či rodinou. Posádku v něm ovládne klid a pocit bezpečí. Přitom jde o vozidlo, kterému byla do vínku dána také krása.

Netradičně začneme v interiéru. Sezení za volantem je příjemné a dává pocit kontroly. Řidič je vysoko, má vynikající výhled. Přesah to má i psychologický. Čím více kontroly vnímáte, tím více jste schopni odhadnout potenciál situace a svých schopností. A to v součtu znamená větší bezpečí a redukci stresu. Sedadla jsou pohodlná, nabízejí vynikající boční vedení a oporu. Kombinovaná Alcantara vás za volantem příjemně ukotví. Volant sám pak bude vyhovovat menším rukám. Pro všechny dámy, které nosí velikost rukaviček 5–8. Kabina je prostorná. Nad hlavou má posádka díky tvarování karoserie úctyhodné místo. Prostor řidiče a spolujezdce je však trochu stísněnější. Kdyby středová konzole zabírala přibližně o 7 cm méně, jistě by z toho přední řada těžila. Takto je uspořádání přívětivé zejména vůči těm, kteří dosahují průměrné výšky. Na zadních místech je však situace jiná a pohodlně se zde svezou trojice kolegů, děti nebo dvojice urostlých ragbistů. Budíky v analogu nelze očekávat, Peugeot už dávno vsadil na digitální zpracování palubního počítače. Infotainmentu dominuje displej o velikosti 10 palců s vynikající odezvou i líbivým grafickým rozhraním. Analogové klasice je zde věrno jen pár voličů a několik kláves, které infotainment přesměrují přesně k tomu, co posádka potřebuje – úpravě teploty v kabině, navigaci, spárování s Android Auto nebo Apple CarPlay či službami Peugeot. Pod kapotou naší redakcí testované 3008 tepal benzinový motor o objemu 1,6 l o síle 180 koní. Sekundovala mu osmistupňová automatická

převodovka. Tato kombinace je dostupná u špičky v rámci modelové řady, tedy pro výbavu úrovně GT a GT Pack. Jak si ale toto ústrojí poradilo s vozem, který váží přes tunu a půl a který má konstrukci ze své podstaty méně aerodynamickou? Velmi dobře pokaždé, když jsme zvolili sportovní jízdní režim nebo si užívali kratochvíle s možností přepnout na „manuál“. To je samozřejmě perla především pro ty řidičky, které se nebojí ostřejší jízdy a které preferují preciznost a bleskovou odezvu bez prodlevy na plynu. Model jsme testovali i v nepříznivých povětrnostních podmínkách, slunce se na nás usmálo až v závěru výpůjčního období. Poryvy větru, vánice, sníh, déšť a uragán. Vozidlo náporu masy vzduchu prohánějící se přes silnici někdy až

o rychlosti 90 a více km v hodině nerozkolísaly. Po celou dobu bylo stabilní, příjemně se řídilo, nebylo nutno stopu příliš korigovat. I na sněhu si Peugeot poradil. A to nejen díky jízdnímu módu Snow. Když náš tým vyjžděl pracovně do hotelu Horizont v Krkonoších, užili jsme si nepříjemně uklouzané a sněhem zaváté cesty. Peugeot se bez zaváhání, byť s menšími náznaky smyku, který bylo překvapivě snadné zkorigovat, vydrápal prakticky až pod nejvyšší vrchol republiky. Velkou pochvalu také zaslouží příjemně naladěný podvozek, který se osvědčil na delší cesty i městskou či venkovskou odyseu. Vyznačuje se vysokou dávkou komfortu, přitom se však i v nepříjemně kroucených serpentinách projevuje solidně. Posádka, až na řidiče, který se věnuje provozu s plnou pozorností, může nerušeně dělat, co potřebuje. A to i díky kvalitnímu odhlučnění kabiny.

Design je kapitolou, která by mohla sloužit jako učebnice krásy pro vozy SUV. Peugeot 3008 nepropadl trendu absurdního brutalizmu. Zachovává si šarm a ladnost. A to je dobře. Když jsme na jedné z našich společných cest zamířili do Jílového u Prahy, nestačili jsme se divit, jak svým charizma přebil dražší vozy. Doslova mezi nimi zářil, což rozhodně nezpůsobil jen červený perleťový nástrík zkombinovaný s černými a chromovanými prvky ve vysokém lesku. Mohou za to linie, které automobilu propůjčují jedinečné proporce. Díky světlotetům doplněným o charakteristický tvar tesáku lva, na které navazuje chromovaný prvek lemující hranu víka kapoty, se celý předek opticky zvětšuje a společně s mřížkou chladiče s plastickým prostorově vystupujícím vzorem dodává vozidlu na dynamickém a líbivém vzezření. Ve verzi GT a GT Pack navíc potěší, že jde o Full LED světlomety, jež nabídnou adaptivní přepínání i přisvětlení do zatáčky v rychlostech do 90 km/h, tedy té okreskové. A přestože mlhovky chybí, mód svícení do mlhy si poradí i v nevládném lijáku či vánici.

Kateřina Šimková



foto Kateřina Šimková



/ Powered
by MVM

Pečte s námi po celý rok, Vaše innogy

Dobře víme, že v energetice je nejdůležitější spolehlivost a stabilita. Předvídáme změny, dbáme na profesionalitu a průběžně inovujeme. Jsme silný a spolehlivý dodavatel energií.

innogy.cz