

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

duben 2022

Tak trochu bezstarostně

Eva Brixí

S rukama za hlavou
Vzývám své sny
A ložskou zahradou
Chodím si bezstarostně
Za lepší náladou
Chytám se stébel slunce
Přesto paprskům nevěřím
Vyčaruji si zítřka
Svého prince
Dnes ještě sama
Večeřím
Mezi záhony kroužím
Jak slunečnice
Ruším své výčitky
Neříkám nic
Lepší je doufat
Věřit je víc

Halina
Trsková

Aby byly příběhy
našich seniorů slyšet

rozhovor na stranách 10–11

Jak podpořit zdravou funkci mozku

MemoComplex je prémiový doplněk stravy s obsahem kyseliny dokosahexaenové navržený pro podporu mozku a kognitivních funkcí. Ty zahrnují mnoho mentálních schopností, včetně učení, myšlení, uvažování, pamatování si, rozhodování či pozornosti. Ke zdravé funkci mozku přispívá DHA neboli kyselina dokosahexaenová. Příznivého účinku se dosáhne při denním příjmu 250 mg DHA. Další účinnou látkou obsaženou v MemoComplexu je jód, Curcumin C3 Complex (extrakt z kurkumu), BioPerine (pepř černý), vitamíny B1 (thiamin), B2 (riboflavin), B3 (niacin) a B12 (kobalamin), které napomáhají k udržování zdravé funkce nervového systému. Vitamíny B1 a B12 navíc přispívají ke snižování únavy a vyčerpání.

www.memocomplex.cz



Moje jméno je mou značkou



Mgr. Jitka Zajíčková

Co vás přivedlo k tomuto způsobu seberealizace?

Už jako malá holka jsem si ráda malovala a kreslila. Velice brzy jsem objevila kouzlo tvoření. Může to znít trochu zvláštně, ale asi už ve třech letech jsem bezpečně věděla, že u malování a kreslení se cítím velmi dobře. Že je to něco, co ke mně patří. Mám zdravotní postižení, kvůli kterému jsem od tří let musela jezdit do lázní. Tenkrát to bylo vždy na dva měsíce, bez doprovodu a v těch nejranějších letech i bez návštěv a osobních věcí. To byly doby, kdy jsem si intenzivně kreslila a úplně podvědomě na sobě aplikovala arteterapii. Postupně, jak jsem rostla, jsem zjišťovala, že pro kreslení dokážu nadchnout i ostatní děti. Během let jsem sice výtvarnou činnost na chvíli odložila a vystudovala jiný obor, ale to nadšení tam bylo pořád a nezmizelo.

Milujete akvarel. V čem je jeho kouzlo?

O akvarelu bych mohla povídat hodiny! Malování akvarelem je o zkoušení, objevování a taky o tom, že musíte přijmout to, že ne vždycky všechno vyjde podle vašich představ. Absolutně nedostižný je akvarel v tom, že při správném použití tvoří naprosto neodolatelné a jemné barevné vrstvy. Zajímavé na něm je také to, že v tom „pravém“ akvarelu se nepoužívá krycí bílá. Co má být bílé, se nemaluje. Bílou barvu zastupuje bělost nedotčeného papíru.

Mgr. Jitku Zajíčkovou jsem poznala na jedné tiskové konferenci značky Tchibo, kde předváděla malování kávou. Vůbec jsem netušila, že taková technika existuje. Když jsem autorku pozorovala, tušila jsem, že ji dříve či později pozvu na naše stránky. Protože to bude příležitost zeptat se na spousty věcí, třeba na to, proč se tato žena stala výtvarnicí, proč maluje a kreslí, proč jí učaroval akvarel a proč do jeho kouzel s chutí zasvěcuje další nadšence, a proč jí to dělá radost. A tak se také stalo:

Věnujete se rovněž malbě kávou. O jakou techniku jde? A nezmizí časem obrázky?

Jako jeden z mála výtvarníků v ČR se malbě kávou skutečně věnuji. Je to nádherná voňavá a dobrodružná disciplína, při které se využívají barvicí schopnosti kávy. Malba je podobná technice lavírované tuše a obrázky mají docela slušnou světlostlost, pokud se v rámu kryjí sklem.

Vaše tvorba je velmi mnohostranná. Ilustrujete knížky, vyučujete různé techniky malby, na Fleru provozujete e-shop se svými designovými předměty. Jste tedy vlastně podnikatelka, manažerka a výtvarnice v jednom. Dá se to zvládnout? A co převažuje?

Máte pravdu, není to jenom o malování obrázků, jak to navenek může vypadat. Upřímně,

malování je nakonec jen malou částí toho, co život výtvarníka na volné noze obnáší. Některé činnosti mě baví víc, jiné méně. Všechny jsou ale potřebné k tomu, aby to všechno fungovalo. Moje jméno je mou značkou, a tak vše, i správu sociálních sítí, dělám sama. Mám ale štěstí, ohledně správy webu nebo točení „velkých“ videí pro YouTube a online kurzy mám pomoc v mužské části rodiny.

Navrhujete také obaly přírodní kosmetiky, jste autorkou motivů pro výrobce dětských plenek, součástí vašeho portfolia jsou loga, limitované kolekce textilu či papírových výrobků. Do čeho byste se ještě ráda pustila?

Všechny spolupráce, které zmiňujete, jsou moc krásné a obohacující. Je báječné, a za to jsem moc vděčná, že mě klienti sami oslovují a už mají nějakou znalost mého záběru a rukopisu, takže je velmi pravděpodobné, že si takříkajíc „sedneme“. Ráda bych pokračovala v ilustrování knih, mým velkým snem je ilustrovat herbář. Nebráním se ale ničemu, mou

vášní je botanická ilustrace, takže bych ráda ještě více rozvíjela tuto oblast. Tady se nabízí spolupráce třeba s výrobcí bylinných čajů, ale umím si představit i kolekci ložního prádla s motivy léčivých bylin. To by byla pohádka, v něčem takovém usínat!

Máte za sebou kolekce šátků či designových polštářů. Mohou si takové originální kousky objednat například firmy jako dárek pro své obchodní partnery, pro výjimečné osobnosti svého týmu?

Vše, co tvořím, vyrábím v malých edicích, ve velmi omezeném počtu kusů. Chci zachovat punc výjimečnosti. Tyto malé edice jsou jako stvořené pro to, aby byly nevšedním a neokoukaným dárkem. Firmám mohu nabídnout i jinou formu spolupráce, ať už formou workshopů pro zaměstnance, nebo program s ukázkou malby na výjimečné firemní akce.

Jste zároveň pedagogem, vyučujete zájemce různým výtvarným technikám. Kdo jsou vaši „žáci“? A tušíte, proč se k vám hlásí?

Učím už od roku 2013, za tu dobu mi prošlo kurzy velké množství lidí různých věkových



kategorií. Jedno mají ale společné: hledají radost v kreativní činnosti. Je zajímavé sledovat, jak se jejich motivy mění napříč generacemi. Ti starší, zejména ženy ve věku 50+, často své zájmy odkládají „na někdy“. Až půjdou děti do školy, až dostaví dům, až... a pak najednou přijde nějaký zlom, a žena si konečně udělá čas na sebe a jde si udělat radost něčím, co vždycky chtěla zkusit. Další část mých studentů vždy ráda kreslila, ale ve škole se setkali s kritikou, a tak si myslí, že kreslit nebo malovat vlastně neumí, a nemá tedy cenu se tomu věnovat. Pak na ně někde na internetu vykoukne nějaký pěkný obrázek a oni si řeknou, že by to přece jen mohli opět zkusit. Na kurzech studentům vytvářím příjemné a bezpečné prostředí, kde se nemusí bát se výtvarně projevit. Učím ve velmi malých skupinách, a to mi umožňuje s každým pracovat opravdu individuálně.

Říká se, že tvorba dokáže člověka přenést do jiné dimenze, že osvobozuje, uklidňuje, odbourává stres. Je to opravdu tak?

Je to velká pravda, a dokonce bych mohla dohledat i vědecké zdůvodnění, proč tomu tak je. Při kreativní činnosti se zapojuje hlavně pravá mozková hemisféra, dochází k vyplavování endorfinů. Samotný proces tvorby (a to teď nemluvím jen o akvarelu!) může být tím vzácným časem, kdy nevnímáte hodiny, hlad ani žízeň a jen tak jste. Klidně tomu můžeme říkat flow, nebo i meditace. Ani zdaleka nemusí jít jen o nějaké vrcholné umění, tenhle stav můžeme zažít i u pletení nebo třeba vyšívání! Tady bych moc ráda zdůraznila, že malovat a kreslit nebo jinak kreativně se rozvíjet může opravdu každý, vše se dá natrénovat. Samozřejmě, každý máme své hranice trochu jinde. Protože mě zajímá, jak to vnímají mí kolegové, před lety jsem u sebe na webu začala publikovat rozhovory o kreativitě, nazvala jsem je Setkávání, které bych opět ráda oživila.



Jak vaše profese ovlivnila váš osobní život? Prolíná se s ním, nebo je od něj striktně oddělena?

Premýšlím nad tím, jestli bych dokázala malování od svého života odtrhnout. Asi ne. Co ale striktně odděluji, je řešení pracovní administrativy o večerech a víkendech. Pokud něco opravdu nehoří, počká to na „pracovní dobu“. Když jsem někde v přírodě, automaticky a úplně podvědomě nasávám inspiraci, přemýšlím, jak bych co namalovala nebo jak bych namíchala barvu pro ten nebo jiný objekt. Je to se mnou marné!

Myslíte si, že bychom s emocemi mohli ve dnech všedních i svátečních ještě lépe nakládat? Že bychom ty pěkné, kladné mohli vědoměji využívat k pohodě a radosti?

Současná doba na nás klade opravdu velké nároky a myslím, že je opravdu důležité umět se radovat i z maličkostí, užít si slunečný den, vychutnat si šálek čaje nebo kávy, pohovořit s přáteli. Tyhle malé radosti dokážou zpříjemnit i jinak nepříjemný den, jde jen o to, je vidět a užít si je bez výčitek.

ptala se Eva Brixí





A zbavit se špatných zpráv

Návody jsou různé, třeba nečíst noviny, nepouštět si televizní zprávy, ničeho se nebát, chodit včas spát, pobývat na čerstvém vzduchu... jenže ono to není jen tak. Mouka podražila, cena řepkového oleje vystřelila strmě vzhůru, obavy o nedostatek plynu přináší skepsi, místo jízdy autem už někteří volí MHD, jenže i tam je dražší... Náklady na život rostou, a stoupá cena i za dobrou náladu. A člověka stojí více energie než kdy jindy. Mám za sebou krásný život. Bez války, hladu i úzkosti. Bez vážných nemocí a ztrát. Naopak s výzvami a se štěstím v zádech. Proto se snažím se věřit, že každé zlo se promění v opak. Filozofické zákony totiž zatím překonány nebyly.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Férová rétorika – nejlepší přesvědčovací techniky

Wladislaw Jachtchenko



Manipulativní rétorika zná spoustu záludných metod, jak někoho přelstít. Existuje ale i jiná cesta – férová rétorika. Je to cesta, kdy chceme druhého pochopit, používáme racionální argumenty a hledáme nejlepší řešení. Jak férově přesvědčit kohokoli v jakékoli situaci, se dozvíte v této knize plné tipů, cvičení a ukázek.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 16, duben 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 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?

Bc. Kateřina Šimková
agentura vitaPR
ředitelka značky

Domnívám se, že to, co dopráváme našemu tělu, se zpětně odráží v naší kondici

a psychické pohodě. Zdravé stravování tedy chápu jako cestu plnou objevování, na jejímž konci se nalézá důležitý dílek spokojenosti a radosti. Mne samotnou baví, protože poskytuje prostor ke kreativě a porozumění vlastnímu tělu. Navíc jsem velká milovnice zeleniny, která představuje nevyčerpatelnou studnici možností a dokáže i zdánlivě fádnímu receptu dodat šťávu. Zdravé stravování je ale také o správných emocích, které člověk prožívá nejen při přípravě pokrmů, ale také u prostřeně tabule. A tam je stále na čem pracovat.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

Ing. Jiří Daněš
Druchema, družstvo pro chemickou výrobu a služby
předseda představenstva

Asi bych tuto otázku nekladl tak „genderově“. Myslím si, že abychom uměli pochopit názory toho druhého, tak vůbec nezáleží na pohlaví. Podstatné je, jestli chceme člověka člověku naslouchat, zda jsme ochotni přijmout cizí argumenty, a popřípadě i změnit svůj původní, možná nesprávný názor. Je to o otevřené komunikaci, vzájemné úctě a porozumění. Každý z nás by se měl umět nad sebou zamyslet, jak svou komunikaci prohloubit a zlepšit. A to v profesním i osobním životě, ve firmě i ve své rodině.



Informace do kabelky

Za spodní prádlo neutrácejí pouze ženy

Společnost Trenýrkárna.cz provedla průzkum, kolik lidí ročně utrácí za spodní prádlo. Vyplynulo z něj, že nejvíce za prádlo utrácí ženy, ale ani muži se nedrží zas tak zpátky. Více než 2000 Kč za rok za spodní prádlo utratí více než třetina z dotázaných mužů. „Z našeho průzkumu je patrné, že nejvíce za spodní prádlo utrácí ženy. Více než polovina respondentek se pohybuje ve výši přes 2000 Kč, téměř třetina žen pak v rozmezí 1000–2000 Kč za rok. Ani muži ale nezůstávají v nákupu spodního prádla pozadu, více než třetina z nich ročně také vydá za toto zboží přes 2000 Kč, další třetina z dotázaných mužů pak utratí ročně za prádlo v rozmezí 1000–2000 Kč,“ komentoval výsledky Ruslan Skopal, spolumajitel sítě kamenných obchodů a e-shopu se spodním prádlem Trenýrkárna.cz. Spodní prádlo je tak bezesporu důležitou součástí šatníku Čechů, a to bez rozdílu pohlaví. Dokonce více než 4000 Kč ročně utratí téměř 15 % z dotázaných.

(tz)



Snažíme se vyrábět nejlepší a nejzajímavější kola na světě

Kolo. Sen každého dítěte, sotva se naučí chodit. Nejrychlejší kolo je zase požadavkem většiny puberťáků. A kolo nejlepších vlastností a nadčasového designu možná zase touhou leckteré ženy z businessu. Pro ty, které musí fyzickou námahou uklidnit mozek přesycený starostmi o chod firmy nebo organizace, je cyklistika spásou. Učí vnímat sebe samu i krajinu jinak než pod taktovkou vršicích se úkolů. Firma FESTKA, s.r.o., světově známá silniční kola prvotřídních vlastností i vzhledu navrhuje, vyrábí i prodává. Specializuje se na zakázkovou produkci kol a rámu nejvyšší kvality. Sídlo a výroba firmy je v centru Prahy. Festky sedlá celá řada zajímavých lidí od hollywoodských celebrit a miliardářů až po obyčejné začátečníky, kteří si chtějí užívat jízdy na mimořádném kousku. Zhruba 90 % rámu a kol společnost vyvážá do celého světa, 80 % míří k zákazníkům mimo EU, zejména do Asie a USA. Zajímalo mne, nakolik Festka myslí na ženy. Na to jsem se zeptala Michaela Mourečka, spoluzakladatele:

Jste spoluzakladatel osobité firmy, která většinu svých kousků exportuje. Když jste začínali, mysleli jste s kolegou také na ženy, milovnice jízdy na kole? Nebo to bylo spíš o technologiích s cílem oslovit muže fajnšmekry?

Na ženy jsme mysleli. Festka věří, že každý jezdec je jiný na těle i na duši, a proto dokáže-

me pro každého jednotlivce připravit unikátní kolo a je jedno, jestli je to muž, nebo žena. Mimo Evropu máme celou řadu velmi výrazných zákazníků. Obecně nevnímám žádný velký rozdíl mezi zákaznickým chováním žen a mužů. Máme zákaznice, pro které jsou technologické vychytávky velmi důležité, a stejně tak muže, kterým jde jen o design.

A na ten hodně dbáte, ten často rozhoduje o líbivosti, lásce na první pohled, což je fenomén, který často spojujeme s vnímáním věci v případě něžného pohlí. Máte kola určená vyloženě pro slečny a paní?

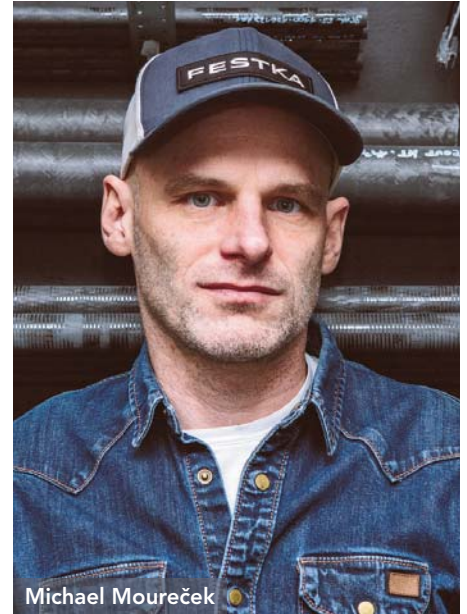
Každý model kola, který vyrábíme, je navržen s ohledem na ženy. V designu nemohu potvrdit, že by mezi ženami převládala požadavek na vyloženě dívčí styl. Dokonce bych řekl, že jsou často více praktičtější než muži a častěji volí designově méně výrazná kola.

A mohou si ženy objednat kolo na míru? Včetně designu?

Ano, nabízíme neomezené možnosti velikostí, designu či výběru komponentů. Je to důvod naší existence.

Zaměstnáváte od začátku výroby i uměleckého ředitele. Co všechno je v hledáčku jeho pozornosti? Co střeží především? Míváte ostré výměny názorů? A jak si notují technické vychytávky s prvky uměleckého pohledu?

Ano, občas máme i poměrně ostré výměny... On střeží určitá pravidla, která jsou pro každý model definovaná a opatrně je v čase



Michael Moureček

upravuje. Velmi sledujeme trendy barev, to, jak se mění hodnoty různých věkových či sociálních skupin. Důležitá je i znalost kulturních odlišností. To, co se líbí třeba v Číně, nemusí fungovat jinde. Snažíme se vždy využívat technické možnosti k vylepšení vlastností kola, ale vždy dbáme i na to, jak technologii využít v designu. Dobrým příkladem je třeba 3D tisk.

Vašimi zákazníky jsou prý i hollywoodské celebrity a světoví miliardáři. Dílem jakého snažení jste pronikli na prkna, která znamenají svět?

Cyklistika je velmi rozšířený sport, a má tedy zastoupení mezi všemi skupinami populace. Snažíme se vyrábět ta nejlepší a nejzajímavější kola na světě a uspokojovat potřeby všech našich zákazníků od celebrit po slečnu z Bratislavy, která jezdí na kole každý den do práce. Obě jsou pro nás stejně důležité a vždy dostanou stejný servis. Je to také proto, že ne vždy víme, kdo je nakonec skutečným vlastníkem kola, a často se to dozvíme náhodou s odstupem času.

Ženy z businessu mají sport jako čistírnu duše, relax, který je umí přivést na jiné myšlenky. Kupují si i ony vaše kola?

Ano, dokonce bych řekl, že ženy z businessu jsou aktivnější v ježdění na kole než jejich mužské protějšky, pro něž je cyklistika častěji více o networkingu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí





foto Shutterstock

Štěstí je být ženou, ale platí to i v práci?

Ženy mohou a chtějí pracovat, mají ty správné požadované dovednosti. Často ale svůj potenciál nemohou v práci realizovat z důvodu nedostatečné flexibility nebo podpory. Jak zaměstnavatelé podporují ženy v práci, jaké jsou jejich cíle v oblasti rovného odměňování žen a mužů nebo v oblasti zastoupení žen na manažerských a seniorních pozicích? V porovnání s ostatními evropskými zeměmi na tom nejsme v České republice nejlépe. Co mohou zaměstnavatelé (nejen) pro ženy udělat, aby přilákali a udrželi ty nejlepší a nejschopnější? Jak mohou zaměstnavatelé podpořit ženy v práci? A jak mohou v kontextu událostí posledních týdnů podpořit ty, které k nám migrují?

Často se těmito otázkami zabýváme v souvislosti s Mezinárodním dnem žen. OSN jako téma letošního roku vyhlásilo #BreaktheBias, je to výzva k prolomení předsudků vůči ženám a urychlení rovnoprávnosti žen. Tradičně bývá MDŽ příležitostí vyhodnotit, jaké postavení mají ženy na trhu práce, zda jsou rovnoprávně odměňovány nebo jaké výzvy mají v kariérních rolích. Nyní k tomu přistoupila nutnost zamýšlet se nejen nad tím, jak můžeme pomo-

ci ženám (a matkám) v práci, ale také nad tím, jak pomoci ženám, které byly nuceny opustit svůj domov z důvodu válečné agrese.

Od přežívání k prosperitě

Nejenže jsou ženy ty, které v domácnosti zastávají více povinností, ale také byly jejich pracovní role pandemií nejvíce ovlivněny. Celosvětově vidíme úbytek žen v práci, zejména v odvětvích, které jsou tradičně za-

stoupeny ženami, jako je školství, zdravotnictví a pohostinství, ale také v oblasti technologií, logistiky a prodeje, kde jsou ženy zastoupeny méně.

Ženy se potýkají se syndromem vyhoření častěji než muži. V uplynulém roce každá třetí žena uvažovala o odchodu z práce nebo o změně pracovní kariéry, což je výrazný nárůst oproti každé čtvrté ženě v prvních měsících pandemie. Nově bude potřeba, aby zaměstnavatelé standardní ochranu zdraví při práci rozšířili na oblast psychického zdraví. Prevence syndromu vyhoření je nyní žádána u tří z deseti pracovníků a u žen je tento podíl ještě vyšší. Jedna ze tří žen si přeje, aby zaměstnavatelé poskytovali benefity v oblasti podpory duševního zdraví.

Z výzkumu společnosti Deloitte Women @ Work vyplývá, že 45 % žen se vlivem rozložení pracovní doby zhoršil vztah s jejich zaměstnavatelem, 51 % z nich je méně optimistických ohledně svých kariérních vyhlídek (než před pandemií) a 57 % uvedlo, že do dvou let plánují opustit své současné zaměstnání.

Nedostatek talentů na trhu práce roste a pro zaměstnavatele je stále náročnější obsadit volná pracovní místa. Řešení mají zaměstnavatelé ve svých rukou. Pokud se přizpůsobí, poskytnou zaměstnancům a zaměstnankyním vyšší flexibilitu, zaměří se nikoli na přítomnost lidí na pracovišti, ale na pracovní výkon, mohou pak přilákat mnoho nových talentovaných lidí.

„Ženy mohou a chtějí pracovat, mají ty správné požadované dovednosti. Často ale svůj potenciál nemohou realizovat, protože fixní nastavení pracovní doby, výše úvazku nebo nutná přítomnost na pracovišti jim zabraňuje do práce nastoupit,“ uvedla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká republika.

Budoucnost práce musí fungovat i pro rodiny

Pandemie změnila preference všech zaměstnanců a přinesla do práce nové hodnoty. Lidé ze všech pozic, od výrobní linky po zaměstnance na home office, budou požadovat flexibilitu, spravedlivou mzdu a stále větší autonomii. Bude to nová norma, která se týká všech, žen i mužů. Lidé budou preferovat zaměstnavatele, kteří deklarují hodnoty firmy a pracují v kultuře důvěry, a kde v manažerských a vedoucích rolích pracují empatičtí lidé.

Pro ženy jsou podle průzkumu ManpowerGroup The Great Reli- zation tři nejdůležitější faktory flexibility práce: možnost zvolit si čas začátku a konce pracovní doby (49 %), více dní dovolené (33 %) a plně flexibilní možnosti pracovního místa (33 %). Budoucnost práce se netýká jen technologií, robotiky nebo strojového učení, musí se také zaměřit na rodiny, nabídnout pečujícím osobám flexibilitu, v hodnocení práce upřednostnit výkon před přítomností na pracovišti, a přilákat a udržet tak ty nejlepší a nejschopnější zaměstnance.

Cíle firem v ČR v zaměstnávání žen

Z dat posledního průzkumu společnosti ManpowerGroup vyplývá, že v České republice se 87 % zaměstnavatelů alespoň nějakým způsobem věnuje ženám v práci, ale například v oblasti mezd a rovného odměňování nemají téměř dvě třetiny firem stanoveny žádné cíle. Přitom jde o oblast, která by zasloužila zvláštní pozornost. Průměrná míra nerovnosti v odměňování žen a mužů (tzv. Gender Pay Gap) je v EU 14,1 %. V Česku je tato míra dokonce 18,9 %. Průzkum ManpowerGroup ukazuje, že aktuálně mají velký prostor ke zlepšení v oblasti rovného odměňování zejména velké firmy. „Ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi pak v ČR také minimálně sledujeme počet žen v managementu a na seniorních pozicích. Čím

větší firma, tím větší mají šanci ženy získat seniorní/manažerskou pozici, tím větší je však také pravděpodobnost nerovné mzdy,“ uvedla Jaroslava Rezlerová.

Podle posledního reportu Gender Pay Gap Report z roku 2021, který sleduje nejen rovné odměňování a manažerské příležitosti, ale ta-

jištvnictví a realit, 21 % pak v maloobchodu a velkoobchodu, a spíše ve velkých společnostech.

Co mohou zaměstnavatelé udělat

Kvalitních lidí je na trhu nedostatek, a proto jsou největší konkurenční výhodou firem. Do- ba i preference pracovníků se změ- nily. Jaroslava Rezlerová poradila, co mohou zaměstnavatelé nejen pro ženy udělat:

„Pomocí cílených průzkumů zjistíte preference svých potenciálních zaměstnanců a oslovte ty kandidá- ty, kteří jsou pro vás zajímaví. Díky zaměstnaneckým průzkumům zase můžete včasné reagovat vhodnými kroky, které udrží vaše zaměstnan- ce výkonné a motivované. Rozví- jejte své zaměstnance cílenými in- dividuálním nebo skupinovými koučinky. Jsou tou nejefektivnější formou rozvoje a investice do něj se vám mnohonásobně vrátí. S na- stavením flexibility často pomůže pohled zvenčí, který umožní získat informace o tom, jak fungují inter- ní HR procesy nebo spolupráce. A v neposlední řadě nesmíme za- pomínat na odměnu, která je klí- čovým faktorem při rozhodování o přijetí pracovní nabídky. Víte, jak si stojíte jako zaměstnavatel v po- rovnání s konkurencí? Nechte si zpracovat mzdový benchmark a porovnejte svou nabídku s jinými zaměstnavateli.“

Jak podpořit ženy, které k nám migrují

„Domnívám se, že je naší povinností zamy- slet se v kontextu toho, co se děje na východ od našich hranic, jak vyjít vstříc i ženám, které do České republiky přicházejí z Ukraji- ny. Platí stejný vzorec jako v běžném postu- pu: zeptejte se na preference, umožněte flexi- bilitu, sladění práce a rodiny, a nezapomeňte na rovnou odměnu,“ doporučila Jaroslava Rezlerová. (tz)



Jaroslava Rezlerová

ké možnosti dalšího rovného přístupu napří- klad v oblasti politického vlivu, jsme v České republice stále na 78. místě ze 156 zemí světa. Průzkum ManpowerGroup se zabývá také otázkou, jakým způsobem zaměstnavatelé podporují flexibilitu v práci, která je (nejen) pro ženy klíčová. Pouze pětina firem v ČR podporuje flexibilitu v práci; vyšší flexibilita, 32 %, je v sektoru bankovníctví, financí, po-



kresba Pixabay

Pořád jsem to já: jsem cukrářkou, podnikatelkou, kartářkou

Ochutnat jen jediný kousek z nepřeberné škály Andělských pralinek je jako ocitnout se v nebi. Kdo tuto značku a originální čokoládové pochoutky s překvapivým designem zná, dá mi za pravdu. I v tom, že to nejsou pralinky jen tak obyčejné. Jsou to výtvarné kousky s duší pokusitele, jímž je podnikatelka Martina Brandová. A byli to určitě andělé, kteří zařídili, aby zdělila po rodičích příjmení, které evokuje představu tvůrce značky v té nejvyšší hodnotě. Majitelka firmy Mestrey s duší výtvarníka dnes nachází zalíbení nejen v práci s čokoládou, ale peče obdivuhodné dorty a míchá famózní zmrzliny.



Martina Brandová

Nabídku nádherných designových čokoládových pralinek stále rozšiřujete. Co je nejnovějším kouskem?

Máte pravdu, stále zkoušíme nové věci a inspirovujeme se novými trendy. Také nás se dotklo téma ekologie a udržitelnosti, takže připravujeme novou řadu pralinek, které budou takovými „životabudiči“. K výrobě použijeme i bio čokoládu, obaly budou v přírodním odstínu z eko papíru, pralinky budou barveny barvami s ovocným nebo rostlinným základem a z naplní budu jmenovat např. korejský červený ženšen, japonský matcha čaj, zázvor, ibišek, extrakt maca nebo pampeliškový kořen. Ostatně na pampeliškových pralínkách Dandelion již několik let spolupracujeme s paní Janou Kolrusovou, která nám produkty z pampelišek v té nejvyšší kvalitě dodává. Za

tyto pralinky jsme obdrželi ocenění Česká chuťovka, což nám udělalo velkou radost!

Chystáte se také na Velikonoce. Oč je při příležitosti jarního svátku největší zájem?

Milujeme české tradice, proto se na Velikonoce připravujeme a držíme se toho, co je pro Čechy a Moravu typické. Barvy, folklórní vzory, motivy kuřátek, samozřejmě vajíčka a krásné figurky čokoládových beránků. Tito beránci si získali srdce našich zákazníků už před třemi lety, proto se vždycky na jejich výrobu doslova těšíme. Co samozřejmě nesmí chybět, to je vaječný koňak, ten pravý s vanilkou podle receptu mojí babičky z Lipníka, který máme v nabídce i na Vánoce. Tady musím říct, že při jeho přípravě bývá u nás ve výrobě veselo, protože každou šarži musí někdo ochutnat...

Vyrábíte i řadu jiných dobrot, rozmanité cukrovinky, zákusky, makronky. Přibýlo ještě něco?

Pořád inovujeme, takže mě teď napadá jmenovat třeba náš nový tříbarevný nugát. Tento krájený nugát vyrábíme z lískových ořechů, žádné sójové nebo arašídové náhražky v něm nenajdete.

Po loňské svatební smršti jsme se letos začali více věnovat svatebním dortům a cukroví, které pečeme výhradně z másla. Margaríny k nám do výroby prostě nesmí ani nakouknout. Kdyby jsem chtěla studovat pražskou UMPRUM, obor design, ale bohužel, nebo bohudík, to nevyšlo, takže teď mohu povolit uzdu fantazie při tvorbě svatebních dortů. Tady bych si možná trochu posteskla a poprosila současné nevěsty, aby se také nebály invence a byly trochu originální. Bohužel skoro všechny chtějí „naháč“ stojící na dřevěné kulatině, což už nikoho na hostině nepřekvapí. Tak zkusme skoncovat s nudou a trochu se odvažme!

Napověděla jste, že dorty se dostaly už zcela sebejistě do vaší nabídky cukrářsko-umělecké tvorby. Zdá se, že je to další parketa, kde se může vaše kreativita naplno rozvinout... Připravíte na objednávku i velikonoční dort?

Velikonoční dort jsme ještě nedělaly, ale rozhodně je to výzva, které se nebráníme! Dokážu si představit veselý barevný dort se zvířátky, sedmikráskami a fialkami. Možná i s postavou notně unaveného koledníka?!

Kde se inspirováte? Ať už jde o nové receptury pralinek, nebo třeba zmíněných dortů?

Od přírody jsem mlsná, takže pravidlem je, že vyrábíme věci, které primárně chutnají nám. To je zásada, která zaručuje, že si za svými výrobky můžeme stát. Inspiraci čerpám z různých zdrojů, někdy v přírodě, motivuje mě i umění a krásné obrazy nebo vůně. Protože mám ráda šikovné lidi, sleduji na Instagramu světové chocolatiery a cukráře. Nemá smysl někoho kopírovat, ale některý výrobek vás do slova nakopne a řeknete si, že by bylo fajn vyzkoušet zrovna tuhle netradiční technologii zdobení, udělat si svou variantu některé z pralinek, zkusit smíchat naprosto nesourodé chutě... A ono to funguje! Pak se bavím tím, že dávám lidem ve svém okolí ochutnávat, a je hezké vidět, jak jim náplň chutná, a přitom netuší, z čeho by mohla být vyrobená. Avšak

někdy se stane, že i „soudruzi z NDR někde udělají chybu“ a všechno letí do koše!

Dostáváte náměty na nové chutě náplní, tvary, barevnost také od klientů?

Klienti většinou přicházejí s tím, že chtějí pralinky v bonboniéře ladit do firemních barev, což samozřejmě není problém. Rádi si vybírají z našeho seznamu pralinek různé příchutě, i když se tedy většinou drží tradičních chutí a nechťejí moc šokovat. Občas se ale najde někdo, kdo se toho opravdu nebojí, takže jsme vloni řešili klienta, který mermomocí chtěl do bonboniér pro partnery naši pralinku, která se jmenuje Satanova pomsta. Dva dny mi trvalo, než jsem jej přesvědčila, že nečekaně zkonsumovaná pralinka s krémem z papriček Nagga Jolokia může nemile překvapit tím, že člověka pálí dvakrát až třikrát, ale především alergik by tento vtípek neuvítal. Nakonec jsme se domluvili a Satana vyměnili za příjemnějšího Jamesona.

Mezi vaše zákazníky patří nespočet firem. Jak se projevuje jejich náklonnost k sortimentu právě před jarními svátky? Objednávají balíčky nebo kazetky s pralinkami, velikonoční čokoládové zájce?

Firmy před Velikonocemi rády do bonboniér zařadí i velikonoční pralinky, ale vzhledem k tomu, že většina firem rozdává pralinky postupně, když mají nějaké meetingy, navštěvují odběratele atd., tak chtějí neutrální složení, které jim vydrží déle. Není nad to dostat velikonoční pralinku třeba v červenci... Do obchodů samozřejmě dodáváme velikonoční sortiment vajíček, pralinek i beránků, protože tam si pro ně zákazníci včas přijdou a jistě žádný náš čokoládový výrobek Velikonoce bez kousance nepřežije.

Vaříte i džemy a marmelády. Máte nějakou svoji specialitku, jejíž recepturu byste neprozradila ani za nic?

Každý výrobce si chrání své receptury obzvláště chvíli, kdy zjistí, že vaše výrobky někdo z konkurence se slávou kopíruje a uvádí na trh jako svůj nápad. To se v našem případě týká pralinek, takže tady jsem striktní a receptury



nezveřejňuji. U marmelády se ráda podělím o zkušenosti s výrobou, protože co si budeme říkat – naše hospodyňky patří k nejšíkovnějším kuchařkám ve světě, a proto každá z nás má svůj recept po babičce, nějakou vychytávku na to, jak zavařit všechno, co roste v okruhu 10 km, a naložit vše, co se hýbe, nebo spíš hýbalo. Proto marmelády, které vyrábíme hlavně pro využití v našich pralinkách a gelatu, nejsou nijak tajné. V podstatě jsou všechny bezlepkové, protože do nich dáváme jen pektin, cukr, případně fruktózu nebo med. To je základ, a pak už experimentujeme podle toho, co potřebujeme právě do pralinek.

Ostatně, proč jste se dala na sladké řemeslo? Co vás k tomu vyprovokovalo?

Jak už jsem dříve několikrát uvedla, k opuštění práce facility managera a založení Andělských pralinek mě vedl sen. Tedy lépe řečeno několikrát opakovaný neodbytný sen, ve kterém jsem byla celá od čokolády, všude ležely pralinky a já jsem byla naprosto nadšená, jak jsou lesklé a barevné. Bylo to v době, kdy jsem po sedmi letech cítila profesní vyhoření a únavu, takže jsem si chtěla udělat radost. Od malička mě babička vedla k pečení, protože byla sice účetní, ale ve volných chvílích pekla všem v okolí na svatby atd. Byla vyhlášenou amatérskou cukrářkou, a tak mi přišlo normální pokračovat v rodinné tradici. Teď mám její fotku ve výrobně a občas se na ni musím podívat a říct, že by se asi babi dnes nestačila divit, do čeho všeho jsem se pustila...

A je složitější být cukrářkou, nebo podnikatelkou?

Já to nějak nerozlišuji, pořád jsem to já. Jsem jak cukrářkou, podnikatelkou, tak chovatelskou mainských mývalích kocourů, kartářkou i milovnicí starých filmů. Snažím se být v souladu se všemi svými stránkami a dělat radost lidem. A dokud to jde, tak tu radost budu dělat Andělskými pralinkami a vším, co umím vyrobit.

Neláká vás po letech pustit se třeba do slaných laskominek? Různých kořeněných sušenek, závinů, krekrů, preclíků?

Někdy si říkám, že už jsem si naložila pořádný balvan na záda, a myslím si, že člověk by neměl příliš třístit svou pozornost, měl by se zaměřit na to, co umí dělat dobře, a to vypilovat k dokonalosti. Zatím posledním oborem, který jsem přidala do naší nabídky, je Andělské gelato, které si už druhým rokem razí cestu mezi milovníky zmrzliny. Za chvíli už budeme začínat další sezónu, takže se gelatu chci věnovat naplno a zahájit ji s několika novými příchutěmi. Už teď mohu uvést, že jsme začali spolupracovat s rodinným lihovarem Anton Kaapl, z jehož luxusních destilátů vyrábíme řadu designových pralinek. Jejich destiláty letos budeme mít i v alkoholové řadě Andělského gelata, která rozhodně nebude pro děti. Máte se na co těšit!

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Aby byly příběhy našich seniorů slyšet



Vztah ke společenské odpovědnosti a udržitelnosti nabývá v mnoha firmách a organizacích jasných podob. Už to není neznámý pojem ani tápání v tom, co udělat, aby to bylo prospěšné víc než jen pro daný subjekt. Přibývá nadčasových aktivit a krásných projektů, které pomáhají tam, kde je to nejvíce potřeba. Ať už jde o zásah do krajiny, změnu obalových materiálů, nebo program pro nemocné či seniory. Učíme se tak vnímat souvislosti, z nichž si skládáme hodnotový žebříček. A nejen s ohledem na současnost, ale i na léta budoucí, s myšlenkou na další generace. O tom, jak se staví ke společenské odpovědnosti v Pojišťovně VZP, a.s., jsem po čase opět hovořila s Ing. Halinou Trskovou, místopředsedkyní představenstva. Jejich přístup je totiž obdivuhodný:

Váš vřelý vztah k češství, vlastenectví a hrdost na to, když lidé něco umí nebo dokázali, je proslulý. Z jakých kořenů roste? A co vás na Čechách stále fascinuje?

Celý svůj život podporuji Českou republiku. Miluji ji a fandím jí. Nedokážu si představit, že by to bylo jinak. Ví se o nás po celém světě, že jsme

Pojišťovna VZP, a.s.

- je ryze česká, komerční pojišťovna v oblasti neživotního pojištění
- dceřiná společnost Všeobecné zdravotní pojišťovny ČR
- PVZP je největším retailovým prodejcem cestovního pojištění a jedničkou na trhu v oblasti zdravotního pojištění cizinců. Poskytuje pojištění zdravotních rizik (úraz, pojištění nemocenských dávek, pojištění v případě závažných onemocnění a další). Má bohaté zkušenosti v oblasti pojištění majetku a odpovědnosti občanů i podnikatelů, včetně profesní odpovědnosti lékařů, farmaceutů a zdravotnických zařízení



Ing. Halina Trsková

pracovní a šikovní. Ne nadarmo se říká „zlaté české ručičky“. Své kořeny a lásku k vlasti čerpám nejen z národní identity jako takové, ale také z příběhů jednotlivců, které považuji za výjimečné. Z toho samozřejmě vyplývá i moje potřeba apelovat a motivovat. Třeba abychom pečovali o to, co máme, a snažili jsme se budoucím generacím přenechat lepší domov, než jsme sami měli.

Uvědomme si, jak krásnou přírodu, kulturní bohatství a historii máme. Kolik významných českých osobností zná celý svět. A to ve všech možných oborech – dějiny, věda, literatura, hudba, film, divadlo, lékařství, sport, architektura, výtvarné umění a fotografie – máme tu úspěšné firmy, jsme mistři řemesel. Myslím si, že máme být na co pyšní.

Pro mě osobně je zásadní a inspirativní T. G. Masaryk, J. A. Komenský, Emil Zátopek, Bedřich Smetana, Antonín Dvořák, Jan Zrzavý, Miloš Forman, Johann Gregor Mendel, Božena Němcová a mnoho a mnoho dalších. Když kdekoli na světě řeknete, že jste Čech, dovolím si tvrdit, že každý cizinec bude znát nějakou českou osobnost. I kdyby to byl třeba Jaromír Jágr. Jediné, co si myslím, že Čechům chybí, je sebevědomí, úcta k zemi, kde se narodili, a hrdost. Zejména v posledních dnech máme v souvislosti s děním na Ukrajině možnost si uvědomit, jak důležitá je národní hr-

dost a jakou sílu národu dodává v krizových situacích.

Jak se vaši pojišťovny dotýká současná situace na Ukrajině, množství přicházejících osob?

Současné situace je nám nesmírně líto. Každý rozumný člověk na světě ví, že válka ve 21. století je nesmysl. Nikdo si válku nezaslouží. Válkou přijde člověk o to nejcennější, co má, tzn. o svůj domov, o to, s čím je neodmyslitelně spjat. Každý člověk, který k nám dorazí, aby si zachránil život, a je jedno, jestli je bohatý, či nikoliv, přišel o všechno. Přála bych si, abychom se jako společnost vyhnuli posuzování příchozích z Ukrajiny. Je třeba každého jednotlivce vnímat v kontextu války a bezprostředního ohrožení života, a tedy, že každý z nich potřebuje pomoc. Měli bychom se pokusit jim zde vytvořit co nejlepší iluzi domova, ať už se rozhodnou zde zůstat, nebo se vrátí zpátky. Pokud mám být konkrétní, nebráníme se jakékoliv materiální pomoci. Vypravili jsme do Charkova autobus pro matky a děti, které by jinak nemohly ze země uprchnout. Poslali jsme na Ukrajinu léky pro mentálně a zdravotně hendikepované. Oficiálně jsme vyjádřili podporu ukrajinskému velvyslanectví v ČR s tím, že jsme připraveni pomoci zejména jed-

notlivcům, a to především v oblasti zdravotní péče, která není hrazena z veřejného zdravotního pojištění.

Velmi citlivě přistupujete ke společenské odpovědnosti, je to nosný bod mnohých vašich iniciativ. Proč zrovna toto téma?

Je to téma, které se mě osobně dotýká. Pomoc slabším, nemocným či těm, kteří zrovna neměli tolik štěstí, beru jako občanskou povinnost a také dobrovolný závazek pojišťovny. Společenské odpovědnosti se věnujeme roky. Za tu dobu jsme podpořili nespočet neziskových projektů, znevýhodněných osob, spoustu kulturních nebo sportovních akcí, klubů i jednotlivců. V roce 2021 PVZP založila Nadační fond Ze srdce PVZP, aby zastřešil široké spektrum dobročinných aktivit, kterým se PVZP dlouhodobě věnuje.

Ráda bych zmínila příběh, který mě v poslední době chytil za srdce. A to pomoc dvanáctiletým dvojčatům z Plzně, která trpí nevyléčitelnou cystickou fibrózou. Nemoc se projevuje především infekcemi dýchacích cest, které v konečné fázi způsobují jejich selhání. Chlapci k léčbě potřebují speciální inhalátor a terapie. Pro z kvalitnění jejich života a zlepšení úspěšnosti léčby jsme jim potřebný přístroj zakoupili. Zůstane jim doživotně a nebudou si jej muset půjčovat. Jediné, co mě mrzí, je fakt, jak složité je, chce-li právnická osoba pomoci konkrétní fyzické osobě. Aby mohla být pomoc realizována, musí právnická osoba vyhledat vhodnou charitativní organizaci, která se stane její „prodlouženou rukou“, aby to ve finále nedopadlo nutností obdaraného platit daň z příjmu týkající se daru.

Co dalšího v oblasti prospěšných společenských aktivit podnikáte?

V loňském roce jsme začali s charitativními běhy PVZP FénixRun, na něž letos plynule navážeme spojením našich běhů s Běhej lesy.

Letos se jich v rámci PVZP FénixRun uskuteční celkem osm, bude se moci běžet jak fyzicky, tak virtuálně. Kdo se bude chtít jenom projít, jednoduše zvolí virtuální formu a přispěje na dobrou věc.

Letos budeme také pomáhat osmi neziskovkám. Každá jedna z nich si zvolí daného jednotlivce, který pomoci obdrží. Patronem běhů je pojištění závažných onemocnění Fénix, které stejně jako vybrané neziskovky pomáhá lidem při vážných nemocech postavit se na nohy. V roce 2021 se prostřednictvím čtyř běhů na startovním a dobrovolných přispěvcích vybralo celkem 782 729 korun. Výtěžek byl rozdělen mezi pěti neziskových organizací, které se dlouhodobě věnují vážně nemocným lidem nebo lidem po vážných úrazech. Části výtěžku se nadační fondy vzdaly a věnovaly jej na pomoc lidem, které zasáhlo tornádo.

Je vidět, že jste v PVZP pro sportování a pomoc jiným lidem víc než zapálení. Ale máte i jiné projekty...

Věnujeme se také našim seniorům. Aktuálně pro ně chystáme sérii kulturních vystoupení zdarma ve zrenovovaném historickém sále v našem sídle v centru Prahy. Přípraven je pestrý program, zatím prozradím jen to, že tam bude například setkání se spisovatelem, setkání s mistrem etikety, s astrologem, tenisový večer a další. Mimo jiné aktuálně probíhá projekt a soutěž pro seniory Pošlete vzkaz příběhem. Seniori nám posílají svoje životní moudra a zkušenos-

ti. Ve druhé fázi projektu tyto příběhy budou kreativně ztvárňovat děti. A ve třetí fázi vyjdou příběhy a jejich zpracování jako kniha. Chceme, aby byly příběhy našich seniorů slyšet a aby si mladší generace mohly přečíst z autentických vyprávění, jaký byl život třeba před šedesáti lety.

V našem sídle jsme vybudovali malou tělocvičnu, kterou chceme nabídnout seniorům pro pravidelné sportovní kroužky pod vedením zkušeného trenéra.

Léta působíte ve vysoké profesní pozici. Komunikujete s velkým množstvím

podnikatelů a manažerů. Mění se jejich pohled na úlohu udržitelnosti, společenské odpovědnosti?

Z toho, co mohu posoudit, musím říct, že jsem zaznamenala určitý odklon od tvrdého businessu směrem k udržitelnosti a společenské odpovědnosti. Začíná odspodu – skoro vždy. Jen se podívejte, jaká vlna solidarity se zvedne v momentě, kdy dojde k nějakému průšvihů typu tornádo nebo teď válka na Ukrajině. Lidé ve velkém přispívají sami od sebe, což je skvělé, a pak to stejně čekají od firem. Vědomí, že firmě, ve které pracují, není lhostejné, co se děje, a snaží se pomoci, je těší. Na většině businessových jednání zmiňují naše dobročinné aktivity a je pro mě důležité, aby se i naši obchodní partneři chovali společensky odpovědně. Je to pro mě jedním z kritérií výběru toho, s kým uzavřeme obchod. Velice mě například překvapilo, kolik našich obchodních partnerů se v loňském roce zapojilo do virtuálních charitativních běhů PVZP FénixRun.

Jakou zásadní zkušenost jste během řízení svého týmu získala? Vztahuje se také ke kvalitě nebo zmiňované společenské odpovědnosti?

Vše, co jsem za celý svůj život získala, bylo na základě vlastní píle a práce. Jsem přesvědčena, že jediné tak může člověk uspět. Vím, že jsem náročný šéf. Tvrdou práci vyžadují i ve firmě. Díky tomu však naše pojišťovna může nabízet velmi kvalitní produkty, pečovat maximální měrou o své klienty. Může růst, a tím podporovat potřebné prostřednictvím společensky odpovědných aktivit. Fakt, že jsem se propracovala do vedení PVZP úplně odspodu, považuji za velkou výhodu. Znáám jednotlivé pozice, činnosti a procesy. Rozumím práci a smýšlení lidí na konkrétních pozicích, a proto je mohu lépe vést. Vím, co potřebují a co je motivuje. Jsem ráda, že jsem obklopena kolegy, kteří podporují celospolečenské aktivity PVZP a podílejí se na jejich realizaci.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■



České ženy vaří pivo

Naše pivovarnictví je bohaté na kvalitní suroviny, technologické postupy, inovace a samozřejmě i na ty, kteří pivo připravují. A nemusí to být přitom pouze muži. Proto projekt Českého svazu pivovarů a sladoven pod názvem Kde se pivo vaří startují právě ženy sládkové. Každá z nich pracuje v jiném typu pivovaru a každá vaří jiný druh piva. Jsou to Jitka Ilčíková, Karolína Chroustovská, Monika Linková, Lenka Straková, Nataša Rousková a Martina Valterová.



ilustrační foto Pixabay

Pivovarnictví a sladovnictví se mění a pivní svět už dávno není pouze doménou mužů. I ženy pivo pijí, a samozřejmě pivo také vaří. Význam sládkových se odráží hned v prvním tématu nového dlouhodobého projektu Českého svazu pivovarů a sladoven: „Právě sládkové jsou těmi, které se v našich pivovarech často opírají o tajemství produkce piva. Aktuálním tématem nevzdáváme hold konkrétním výrobkům, ale oslavujeme celé české pivovarnictví, a především pak právě ženy, které pivo vaří. Do budoucna navíc počítáme i s dalšími profesemi z oboru pivovar-

nictví, kde ženy pracují. Chceme tak ukázat, že pivovarnictví není rozhodně statické. Je naopak oborem otevřeným, který je různorodý a sleduje nejnovější trendy,“ vysvětlila záměr Martina Ferencová, výkonná ředitelka Českého svazu pivovarů a sladoven. Vybrané sládkové reprezentují různé typy pivovarů (průmyslové, minipivovary, experimentální, restaurační, létající) i široké spektrum stylů (spodně, svrchně i spontánně kvašená piva). Téma tak zároveň ukazuje pestrost českého pivovarnictví. Garantem tohoto je bývalá novinářka Hana Večerková.

Projekt Kde se pivo vaří je rozdělený do několika témat, v nichž svazu ukáže zajímavé osobnosti, příběhy a trendy, které jsou pro obor přínosné. Po tématu Ženy vaří pivo budou následovat: Novinka roku, Mladý talent a Pivní obal, tato kategorie bude jako jediná soutěžní. Představí nejlepší pivní obaly posledního roku. Hodnotit se bude etiketa, pivní plechovka a pivní láhev. Ty budou vybrány na základě názoru odborné poroty ve spolupráci s obalovou asociací SYBA. Výsledky budou prezentovány na akci Obal roku 2022.

Jitka Ilčíková

„Divoké kvašení je výzva, vášně a dobrodružství.“

Wild Creatures Mikulov • minipivovar • rok vzniku: 2016 • roční výstav: 500 hl

Jitka Ilčíková je na současné české pивní scéně absolutní výjimkou. Vaří totiž piva, která nejsou v Česku doma, a nikdo je tu ani nedělá. Specializuje se na divoce kvašená piva, v tuzemsku téměř neznámá, zato velmi populární v zahraničí. Pozoruhodná je i její cesta k pivu. Při svých častých pracovních cestách do Belgie poznala piva lambic a úplně jim propadla. „Jakmile jsem objevila lambiky, už nebylo cesty zpět. Dlouho to byla pro mě jen fascinující zábava a vize. Ale chytlo mě to natolik, že jsem nechala práce v mezinárodní firmě a začala se pivu věnovat naplno,“ sdělila bývalá finanční analytička. Přestože Ilčíková žije uprostřed vinařské oblasti a sami víno vyrábějí, založili si v roce 2011 pivovar Mamut, zaměřený na klasické ležáky. Jitka se souběžně zabývala spontánním kvašením a po několika letech experimentů s divokými kvasinkami představila v roce 2016 značku Wild Creatures a první spontánně kvašená piva s otiskem regionu. „Pivo zraje až několik let v dubových sudech, pak se ještě blenduje s různými starými pivy, případně macejuje s ovocem, a nakonec dozrává v lahvi. Podobně jako šampaňské,“ vysvětlila Jitka, proč patří lambic k nejnáročnějším pivním stylům vůbec. Chutí se hodně liší od všech ostatních piv. „Uznávám, že lambic je v Čechách trochu extravagantní, ale je nádherně komplexní, chuťově pestrý, vysloveně vás donutí na chvíli se zastavit a vychutnat si ho podobně jako dobré víno.“

Značka Wild Creatures sklízí uznání po celém světě. Lahve s folklórními motivy se už dostaly do Belgie, Holandska, Švédska, USA, Kanady, Austrálie i Číny. Jeden z moravských lambiků zařadil autor světového atlasu piv Tim Webb do výběru nejlepších piv světa. „Samozřejmě mi to lichotí. Nejvíc si ale cením příležitosti přednášet o divokém kvašení na konferencích a různých vzdělávacích aktivitách po světě. Udržuje mi to přehled o dění napříč zeměmi, je to velmi inspirativní. Učím se vlastně pořád,“ přiznala Jitka Ilčíková.



Karolína Chroustovská

„Baví mě přeskakovat mezi styly.“

Pivovar Chroust Praha • létající pivovar • rok vzniku: 2016 • roční výstav: 1500 hl



Karolína Chroustovská pracuje v pivovaru, který na současné mapě pivovarů nenajdete. Jiří a Karolína Chroustovští přitom mají zavedenou značku, své receptury, ale nemají vlastní technologii, proto si ji najímají u jiných minipivovarů. Pro tento typ podnikání se vžilo označení létající pivovar. Funguje na základě dohody, výhodné pro obě strany. Smluvní pivovar využije volnou kapacitu a létajícímu odpadají náklady na pořízení vlastní technologie. V Česku existují různé varianty létajících pivovarů, některé pivo sami neprodukují, nechávají si pivo pouze uvařit na zakázku. To ale rozhodně není případ pivovaru Chroust, který si celý proces řídí osobně od uvaření až po distribuci. Ten působí na trhu již od roku 2016 a dnes už vlastně přestal „létat“, koupil část technologického vybavení v potštejském pivovaru Clock – Fenetra, a na pět let si tak zajistil možnost vařit na jednom místě. Získal stabilitu a zvýšil objem vařeného piva. Za tu dobu by si manželé Chroustovští rádi vybudovali pivovar vlastní. Pivovarské vzdělání má Karolína v rodině. Studovala potravinářskou fakultu VŠCHT a později si k ní ještě přidala střední pivovarskou školu v Podskalské. „Při studiích jsem pracovala v plzeňském pivovaru Raven, tam jsem přičichla k zahraničním stylům piva, a bylo mi jasné, že pivo bude moje životní cesta,“ řekla mladá maminka dvou holčiček. Chroust se nezaměřuje na jeden styl, vaří nejrůznější druhy piv pro pivní nadšence, které baví objevovat nové chutě. „Máme samozřejmě nějaký základ, který vaříme stále. Ležák, který má úspěch v zahraničí, milkshake IPA, ale pak jsou tu ještě piva, která nás baví pít a vymýšlet, naše superchmelené, zakalené pivní džusíky. Díky nim jsme získali u našich zákazníků poměrně rychle dobré jméno, možná právě kvůli té jinakosti a hravosti,“ řekla Karolína Chroustovská.

Monika Linková

„Pivo jsem dostala do kolíčky.“

Pivovar Trilobit Praha ● minipivovar ● rok vzniku: 2017 ● roční výstav: 400 hl

„Já jsem vlastně zdědila povolání sládkové po přeslici,“ odpověděla Monika Linková na otázku, jak se dostala k pivu. „U nás v rodině se pivu věnují ženy. Moje maminka byla sládková, její sestra taky pracovala v pivovaru, obě měly Podskalskou (proslulá střední pivovarská škola v Praze) a já jsem v pivovaru v podstatě vyrostla.“ Monika vystudovala z rozhodnutí rodiny školu Podskalskou, pivo se ale dlouho příliš nevěnovala. Krátkou dobu sice pracovala u matky v pivovaru v Golčově Jeníkově, pak ale na deset let zakotvila jako inspektorka kvality piva na Státní zemědělské a potravinářské inspekci. Při práci jen tak mimochodem vystudovala práva.

„Zpátky k pivu mě vlastně přivedl Olda Koza (pedagog z Podskalské), byl takový můj sládek na telefonu,“ vzpomněla Monika Linková. „Udělal jsem si v paneláku svůj vlastní pivovar a začala vařit pivo pro kamarády a sousedy, a protože jim chutnalo, tak jsem se rozhodla, že se budu pivu věnovat aktivně.“ Zhruba dva roky působila v minipivovaru Antoš ve Slaném. Začátkem roku 2017 založili s jejím současným společníkem Petrem Buriánkem pivovar Trilobit. Chvilí působili jako létající, ale už na konci roku 2017 „přistáli“ v areálu někdejšího Anglického pivovaru v Libni, kde si vybudovali vlastní pivovar.

Dnes je Trilobit zavedená a uznávaná značka mezi minipivovary. Vaří svrchně i spodně kvašená piva. „Do naší flotily patří světlý ležák, za který máme spoustu ocenění, ale jinak děláme svrchně i spodně kvašená piva, ta škála je veliká,“ uvedla Monika Linková. Pivo vaří pro vlastní pivnici, která nesídlí v libeňském pivovaru, ale ve Francouzské ulici v Praze, Trilobit dodává do pivotěk a pivnic po celé ČR, lahvová piva pak nově i do Alberta a Kauflandu. Trilobit byl jeden z prvních pivovarů, který se v Česku věnoval „kyseláčům“, tedy pivům typu sour, gose, berliner weisse. Vedle toho spolupřádá festival kyselých piv.



Lenka Straková

„S Proudem proti proudu.“

Pivovar Proud Plzeň ● experimentální minipivovar ● rok vzniku: 2020 ● roční výstav: 1500 hl



Ještě za studií na potravinářské fakultě VŠCHT nastoupila Lenka Straková do Plzeňského Prazdroje, kde se po čase dostala na pozici sládkové. Navrhovala nové typy piv, které Prazdroj v rámci programu Volba sládků nabízí každý měsíc ve svých hospodách.

Od konce roku 2020 uskutečňuje své experimenty v pivovaru Proud, který vznikl pod záštitou Plzeňského Prazdroje. Pivovar sídlí v historické budově bývalé elektrárny. U zrodu nápadu na vznik minipivovaru v rámci Prazdroje stála právě Lenka Straková a nynější ředitel Proudů Michal Škoda. „Chtěli jsme nějaký pivovar, který bude vařit menší objemy, ale zároveň bude větší než pokusný pivovar,“ přiznala Lenka Straková. „Jsme sice jedna firma, ale fungujeme jako nezávislý minipivovar s vlastními nápady a vlastním vedením.“ Proud má za sebou teprve rok existence, za tu dobu už ale získal několik prestižních ocenění. Ve stále nabídku má prozatím pět základních piv – čtyři svrchně kvašená a jeden ležák, kromě toho připravuje limitované edice nejrůznějších pivních stylů, například silná piva stařená ve vinných sudech. „Navíc hledáme i zajímavé kvalitní suroviny, kterými se dají některá piva obohatit, jako je například koření či ovoce. Zaměřujeme se na zkoušení různých chutí a vůní, a experimentování s pivními styly,“ vysvětlila. Piva z Proudů jsou v prodeji ve vlastním e-shopu, v pivotkách a ochutnávkových pivnicích, na Rohlik.cz a v některých hypermarketech.

Budoucnost českého pivovarnictví je podle Lenky v nealkoholickém pivu. „Lidé žijí velmi aktivně a stále častěji hledají nápoj, u jehož konzumace se nemusí nijak omezovat,“ odpověděla Lenka Straková na otázku o budoucnosti svého oboru. „Doufám, že se budou pořád potkávat v restauracích, kde bude mít stále své místo tradiční český ležák, ale určitě tu budou také jiné pivní styly.“

Nataša Rousková

„Královna českého ležáku.“

Pivovar Zubr Přerov • velký pivovar • rok vzniku: 1872 • roční výstav: 250 000 hl

Nataša Rousková je nejúspěšnější česká sládková, na kontě má víc než stovku ocenění z nej-různějších pivních soutěží. A to nejen v Česku, ale i v zahraničí. Vystudovala potravinářskou fakultu VŠCHT, původně se ale chtěla věnovat kosmetice. „Jenže teprve když jsem v rámci povinného kolečka po různých katedrách přišla na kvasnou chemii, cítila jsem tam hluboké znalosti, obrovskou profesionalitu a pochopila jsem, že české pivovarnictví má ve světě největší renomé. Řekla jsem si, proč jet studovat parfémy do Francie, když můžu v Čechách studovat pivo,“ vzpomenu na své začátky. Hodně ji ovlivnila profesorka Gabriela Basařová, akademický nestor oboru. „Její přednášky byly hrozně zajímavé, měla totiž zkušenosti z provozu i znalosti z výzkumu, navíc ji uznávali odborníci z celého světa.“

Do pivovaru Zubr nastoupila Nataša Rousková po mateřské v roce 1993 a už v něm zůstala po celý svůj profesní život. Zubr vyrábí výhradně spodně kvašená piva klasickým způsobem podle tradičních receptur. Na český ležák je patřičně hrdá. Neobává se, že by zásluhou nových pivních stylů, které přinášejí minipivovary, ztratil u českých pivařů na atraktivitě.

„Myslím, že u nás bude stále převládat český ležák, ale i mezi minipivovary budou časem stálce, které budou lidi vyhledávat právě proto, že jim chutná právě jejich styl.“ Sama dává přednost tradiční české klasice, ale neodmítá ani jiné styly piv, jen u nich postrádá pitelnost. „Já si chci u piva příjemně posedět a proklábosit celý večer,“ podotkla a naznačila, proč je pitelnost piva důležitá. „Když je harmonie mezi plností, alkoholem, hořkostí i sladkostí, pak vám to do sebe zapadne jako puzzle a vznikne ta krásná lahodná sametová chuť, která vás vybídně, abyste si dali ještě jedno další. Hospoda a její přátelská atmosféra je pro české pivní prostředí důležitá, proto doufám, že nám tu pivní česká kultura zůstane, až se vypořádáme s koronavirem, byla by strašná škoda, aby se lidi nescházeli s přáteli a nepovídali si u piva.“



Martina Valterová

„S úctou a pokorou k pivovarskému řemeslu.“

Pivovar Monopol Teplice • restaurační pivovar • rok vzniku: 2015 • roční výstav: 1200 hl



Martina Valterová pracuje v jednom z nejkrásnějších pivovarů, teplické restauraci Monopol, která sídlí v citlivě zrekonstruované secesní budově z roku 1850, kde byl za první republiky lázeňský kabaret. „Ve 14 letech, kdy se rozhodlo o mé budoucnosti, jsem věděla jen to, že nechci na gymnázium. Takže o tom, že půjdu na pivovarskou školu do Plzně, rozhodli rodiče,“ komentuje start své kariéry v pivovarnictví Martina Valterová. „Ale že u piva zůstanu 35 let, to jsem si už rozhodla sama.“ Po škole nastoupila do pivovaru Zlatopramen, kde si prošla povinným „kolečkem“ po všech odděleních provozu. Od laboratoře až po varnu. Po 25 letech práce ve velkém pivovaru odešla do minipivovaru Na Rychtě v Ústí nad Labem a v roce 2015 přijala nabídku nastoupit jako sládková do nově vznikajícího pivovaru v restauraci Monopol v Teplicích. „Byla to pro mě výzva, kterou jsem přijala s úctou a pokorou,“ řekla Martina Valterová. Pokora a poctivá práce je podle ní vedle kvalitních surovin a dodržování technologických postupů to hlavní, co dělá kvalitní pivo.

Než nastoupila do Monopolu, neměla žádné zkušenosti se svrchně kvašenými pivy. „Ale nechala jsem nic náhodě. První zkušební várky jsem si vařila doma a pak jsme s majitelkou degustovaly a vybíraly, co nám nejvíc chutná. Tak vznikl Ale 14° Monopol, který je ve stále nabídce,“ rekapitulovala. Pivo vaří především pro hosty restaurace, tomu je podřízeno i její výrobní portfolio. Na výčepu má vždy pět druhů piva – čtyři ležáky a jeden speciál. K tomu připravuje další svrchně kvašené speciály, které se střídají podle sezóny. Za svá piva získala několik prestižních ocenění na mnoha soutěžích, nejrůznějšími diplomy má vytapetovanou zeď ve varně. „Samozřejmě si ocenění vážím, pro mě je ale nejdůležitější vidět plnou restauraci hostů, kteří si pochutnávají na mém pivu. A za největší úspěch považuju, že jsem se jako žena v pivovarnictví uplatnila a vydržela, i když to jednoduché nebylo,“ doplnila.

Zdaleka ne všechny tíhnou k panenkám

Přiznejme si, že v technologiích stále přetrvává problém s genderovou rozmanitostí. Technologický sektor bohužel zaostává za zbytkem pracovního trhu, pokud jde o zaměstnávání žen. Ale už se blýská na lepší časy, o čemž svědčí zejména rostoucí počty smíšených kolektivů v IT oboru. Povídali jsme si o tom se zakladatelkou Coding Bootcamp Praha Janou Večerkovou, která působí již deset let v oblasti startupů a vývoje inovativních produktů po celé Evropě.



Jana Večerková

Zdá se, že informační technologie ženy tolik nepřitahují. Nebo je to klamný dojem?

Na základě zkušeností našich absolventek se obor IT zdá být velmi rovnocennou oblastí. Jako v každém oboru je samozřejmě možné se setkat s různými typy lidí, žen i mužů, z nichž někteří budou nového člena týmu podporovat, a někteří se budou cítit ohroženi. Myslím, že u žen pořád panuje dojem, že IT je doménou mužů, anebo ještě lépe řečeno „není doménou žen“, a proto je často ani nenapadne, aby se do IT hrnuly. Toto mínění se však začíná měnit a stále více žen nachází v IT velmi zajímavé uplatnění. Všeobecně se v této oblasti hodnotí výsledky a méně osobní vztahy a schopnost hrát „korporátní hry“. Tudiž ženy, které jsou orientovány na IT, jež toto zaměření baví a chtějí se v něm dále zlepšovat, si svou volbu a kariéru nemohou vynachválit. Dalším benefitem bývá možnost home office, což oceňují zejména ženy, které mají děti a lépe se jim takto organizuje čas.

V čem vidíte hlavní výhody mít více genderově vyvážený tým?

Interakce s různorodým týmem ze své podstaty nutí jednotlivce lépe se připravit a předvídat alternativní pohledy. Z takového tlaku může-

me pak v konečném důsledku těžit všichni. Muži a ženy mohou věci vidět jinak a přinášejí pak jedinečné nápady. To umožňuje lépe řešit problémy, což může zvýšit výkonnost daného týmu.

Proč není v IT více žen?

Jedním z hlavních důvodů, proč v technologiích působí tak málo žen, může být nedostatek talentů. Na základních a středních školách dochází často k předčasné specializaci a zároveň některé předměty jsou učitelé, možná nevědomky, prezentovány coby zajímavější pro chlapce. Často diskutovaným tématem se stává také způsob, kterým se u nás učí matematika. Naši absolventi nám často říkají, že kdyby jim matematika byla přiblížena na reálných příkladech, což se dá krásně dělat ve spojení s IT, v kritickém věku, kdy se rozhodovali pro další studium, zvolili by si technický obor.

Jak tedy ženy do IT přilákat? A jsou tam vůbec vítané?

Dívky jsou stejně inteligentní jako chlapci, a zdaleka ne všechny tíhnou k panenkám. Začala bych úplně od začátku a nechala je, ať si svoji cestu vyberou samy. Nenuťme jim zbytečně naši představu o tom, co se pro ně hodí,

a co ne, nechme je vyzkoušet si obory, které možná před pár lety ještě ani neexistovaly, a ukažme jim k těmto oborům cestu. IT firmy si vývojáře nevybírají podle pohlaví, potřebují talenty. Ženy se často nebojí se vzdělávat v IT dovednostech, ale občas se samotné limitují představami o kolektivu, což je o osobním nastavení každé z nás. Někomu bývá úplně jedno, jestli pracuje s muži, ženami, místními, nebo cizinci, a někdo se nejlépe cítí mezi lidmi, kteří jsou mu co nejpodobnější. V dnešní době se ale takové smýšlení stává krok po kroku přežitkem a ženy by měly mít dostatečné sebevědomí, aby se v převážně mužském kolektivu nepovažovaly za méněcenné.

Vnímáte nějaké problémy v obsazování volných IT pozic?

Vzhledem k tomu, že technologický průmysl roste obrovským tempem, někdy se při náboru zaměstnanců opomíjí rozmanitost. Některé společnosti místo toho, aby shromáždily kvalitní různorodou skupinu kandidátů, spěchají přijmout prvního kandidáta, kterého najdou, aby zaplnily svou naléhavou potřebu. Místo toho by technologické společnosti měly přijímat zaměstnance na základě jejich potenciálu a kvalit. Zde se často zmiňuje rozdíl mezi mužem a ženou jakožto průměrným kandidátem z hlediska sebe prezentace svého potenciálu. Typicky muži, pokud nějakou dovednost nemají, se nebojí říct, že se jí rychle naučí. Ženy, na straně druhé, v podobné situaci spíše začnou mít pocit, že se tím pádem na danou pozici nehodí.

Myslíte, že nastane doba, kdy něžné polhavi tento obor zcela ovládne?

Nevidím žádný důvod, proč by ženy či muži měli nějaký obor ovládat, tudíž proto není důvod ani v IT. Je hodně firem, kde jsou ženy v IT úspěšné, a dané týmy i vedou, stejně tak najdete mnoho žen, které vedou technologické firmy. I v tom spatřuji poměrně velký posun dopředu oproti minulým rokům.

Kam se bude vyvíjet budoucnost „ajťáček“?

Každá žena má v dnešní době plnou kontrolu nad svou kariérou – může studovat, co chce, může pracovat, kde chce, nebo si může klidně založit svou vlastní firmu. Nemohu mluvit za všechny ženy programátorky, ale pouze za ty, co znám osobně, a ty si tento obor nemohou vynachválit s ohledem na jeho intelektuální zajímavosti a kreativitu. I ony ale měly v různých fázích jejich cest IT světem různé pochybnosti, ale překonaly je a uspěly. A to si myslím, že je to nejdůležitější. Když něco chcete, tak si za tím jednoduše běžte!

žénám v IT popřál mnoho úspěchů
Pavel Kačer

Vařit pivo? Je to jako se svíčkovou

Při vaření piva můžete uplatnit úžasnou kreativitu, přiznala sládková pivovaru Trilobit Monika Linková. Patří k těm ženám, které úspěšně pronikly do dříve výhradně maskulinního oboru. Víc prozradila v našem rozhovoru.

Ženský prvek v pivovarnictví sice nabývá na síle, ale stále ještě se nemůže rovnat mužům. Proč je tomu tak?

Dle mého je to zapříčiněné těžkou prací, která v pivovaru je. Dělat v pivovaru i sládka, pokud nejste jen administrativním sládkem, je vážně velká dřina! To mi potvrdí asi všichni, kdo mají tu čest působit v tak krásném prostředí, jako je pivovar. Zejména v malém pivovaru, kdy si zvládáte všechny profese najednou od ředitele až po řidiče na rozvozu...

Klišé, že žena patří do kuchyně, už neplatí. Ale hodí se tyto zkušenosti i sládkové? Nebo uvařit oběd a pivo jsou dvě naprosto rozdílné věci? Co vlastně musí sládková umět?

Sládková musí umět to samé co sládek, znát technologii výroby piva a vědět, v které části vaření piva se co děje... Je to stejné jako se

svíčkovou, když špatně naložíte maso a neprošpikujete, a uděláte i jiné „technologické chyby“, nikdy nebude svíčková taková, jakou si představujete. Myslím, že je již dnes překonané ono rčení „ženy patří do kuchyně“, ale samozřejmě, že se vám zkušenosti hodí, musíte dodržovat technologické postupy a receptury jak v kuchyni, tak v pivovaru. Na druhou stranu jak v kuchyni, tak i v pivovaru si můžete receptury upravovat podle své chuti a chuti vašich strávníků nebo štamgastů a fandů vašeho piva. V tom je úžasná kreativita. Samozřejmě jsou postupy, jak v kuchyni, tak v pivovaru, které musíte dodržet vždy, například svíčková nebo klasický světlý ležák mají své zákonitosti, a ty když nebudete respektovat, můžete mít skvělé jídlo nebo pivo, ale nebude to svíčková ani ležák.

Přivedly vás do pivovaru rodinné geny, nebo něco jiného?

Do pivovaru mě určitě přivedly rodinné geny, neboť moje maminka i její sestra vystudovaly pivovarskou školu, a následně se maminka stala paní sládkovou, takže cesta po přeslici byla jasná. Obě dvě dámy, i s mým tatínkem, celoživotně pracovaly v pivovarnictví. Moje cesta ke studiím byla jasně dána. U nás se neuvažovalo, že bych šla studovat něco jiného než pivovarskou školu. Samozřejmě, že k mládí patří i revolta, a tak jsem na nějakou dobu opustila

toto odvětví. Avšak zase jsem se k němu vrátila, a asi i s větší pokorou.

Jak vystavit pivo v paneláku? Vy jste tak začínala...

Pivo v paneláku... hmmm, to byla velká zába-va. Vlastně k pivu mě vrátil můj velký kamarád a uznávaný technolog a učitel na pivovarské škole Olda Koza... Jednoho dne jsme se domluvili, že uvaříme u mě doma pivo, a tím všechno začalo... Dnes je již spousta domovníků velmi sofistikovaná, ale my jsme opravdu začínali vařit v hrnci, udělali jsme si provizorní scezovačku a kvašení probíhalo u mne v jídelně, kterou jsem změnila na spílkou a následně sklep s tím, že teplota se korigovala otevřeným nebo zavřeným oknem. Olda se stal mým „sládkem na telefonu“. Když si na to dnes vzpomenu, byla to velká legrace, o víkendech jsem relaxovala s vařením piva. Výsledné pivo jsme potom ochutnávali s mými kamarády a samozřejmě mými rodiči. Vzhledem k pozitivním ohlasům mě bavilo ve vaření pokračovat, až jsem tomu propadla a se svým kamarádem Petrem Buriánkem jsme si založili svůj minipivovar – Pivovar Trilobit.

O úspěchu českého národního nápoje rozhoduje náročný konzument. A malý, začínající pivovar to bude mít v konkurenčním boji vždy těžší. Čím se může na trhu prosadit?

Řekla bych, že se začínající pivovar může prosadit dobrým pivem a různorodostí stylů a chutí piva. Malé pivovary oproti středním a velkým pivovarům mají jednu nespornou výhodu, a tou je jejich kreativita, mohou vyzkoušet mnoho pivních stylů i „nestylů“, prostě co pivovarníkům chutná a čím by chtěli zaujmout svého zákazníka. Určitě prodáte malou várku snáz než velký pivovar, u nichž je várka několikanásobně větší.

Kam byste chtěla business a sama sebe ještě posunout? Máte přání, která si chcete splnit?

Ráda bych, aby se pivovar po všech těch náročných letech, které už doufám jsou za námi, opět stabilizoval a mohli jsme vyrábět, prodávat naše piva bez obav, že se zase něco stane a někdo nebo něco nám toto zakáže nebo omezí. Přála bych si se setkávat se svými zákazníky a štamgasty, jak u nás v Pivnici Pivovaru Trilobit, tak na pivních akcích. Myslím, že pro všechny sládky je nejlepší, když vidí, že se jejich pivo pije a chutná. S oblibou říkám, že druhou polovinu svého života si už můžu dělat, co mě baví a co chci. Mám obrovské štěstí, že se spoustou výborných lidí. A to bych přála všem. Dej Bůh štěstí!

ptal se Pavel Kačer



Monika Linková

Krása, faktor HA i business

Dvacáté první století je dobou nových možností nejen v medicíně. Příkladem je boom spojený s kyselinou hyaluronovou, která je obecně známá pod zkratkou HA. Tato látka se „zázračnými“ vlastnostmi je přirozenou složkou tkání a orgánů v lidském těle. Mezi největší přínosy patří schopnost vázat vodu, a tím pádem velmi účinně hydratovat a „promazávat“ důležité části těla.

Kyselina hyaluronová je z komerčního pohledu do velké míry „dítětem devadesátek“. Tehdy se totiž celosvětově dostala do popředí pozornosti výzkumníků a společností z farmaceutické branže. Nešlo přitom jen o největší hráče, ale – jak to často při začátcích úplně nových produktů bývá – i o individuální nadšence a malé firmy. V této oblasti vidíme i výraznou českou stopu díky společnosti Contipro, jež se specializuje právě na produkci kyseliny hyaluronové.

Připomeňme, že kyselina hyaluronová je polysacharid, který je jednou z hlavních složek pojivové tkáně spolu s kolagenem a elastinem. Kromě jiného je součástí kůže, které zajišťuje hydrataci a pevnost. V lidském těle jí však s věkem ubývá, což se projevuje ztrátou pevnosti a pružnosti pokožky a také vznikem vrásek. Zmíněnému výzkumu kyseliny hyaluronové se Vladimír Velebný věnoval už před rokem 1989 na Lékařské fakultě Univerzity Karlovy v Hradci Králové a nové poměry po sametové revoluci v čele se svobodou podnikání ho zastihly dobře připraveného. Už v roce 1990 založil firmu, která se od výroby výživových doplňků pro kulturisty postupně dostala až k technicky a investičně náročnější produkci HA. Společnost sídlící ve dvoutisícové obci Dolní Dobrouč na Orlickoústecku je dnes předním světovým hráčem vyvážejícím



přibližně do 70 zemí. Zároveň je dodavatelem renomovaných kosmetických značek a konkurentem velkých společností především z USA a východní Asie. Nástup produkce kyseliny hyaluronové umožnil přinést na trh nové kosmetické a medicínské přípravky, jejichž účinky nadchly spotřebitele. V kosmetice jde především o zmíněné om-lazovací a hydratační procedury, v medicíně o léčbu problémů s očima, klouby nebo pokožkou. Podle společnosti Allied Market Research byla velikost světového trhu s kyselinou hyaluronovou v roce 2020 ohodnocena na jednu miliardu amerických dolarů. Předpokládá se, že do roku 2030 se toto číslo minimálně zdvojnásobí. Tento růst by měla táhnout zvýšená poptávka po kosmetických přípravcích na bázi HA, ale i požadavky medicíny vzhledem ke stárnutí populace ve vyspělých zemích. (tz)



Fejeton

Studánky našeho srdce

Když jsem se chtěl na stará kolena stát motorkářem, protože auto mi už připadalo nudné, poradil mi kamarád: „Hlavně musíš mít cíl. Jezdit okolo komína tě brzy přestane bavit.“ A měl pravdu. První mašinu jsem měl na naučení, a když jsem ji bezpečně zvládl, šla z domu. Pak přišly další stroje, ale to už jsem to měl v hlavě srovnané. Věděl jsem, kam s nimi. Dobýval jsem kopce, hory, vrcholy. Motorka mě dovezla k úpatí a nahoru jsem se drápal po svých. Lovoš, Milešovku, Ronov, Vlhošť, Stolovou horu jsem vyběhl bez problémů, vydýchal se, pokochal výhledem do údolí a nabral opačný kurz. Když jsem pak s kámošem, už jako důchodce, pokořil i nejvyšší bod naší vlasti Sněžku výstupem z Pomezních bud, začínalo být jasné, že s horami dlouho nevystačím. Bylo třeba hledat další cíle, protože i v motoristice platí, že „opakovaný vtíp přestává být vtípem“. Stalo se to spíše náhodou, že jsem „objevil“ studánky. Pitné vody potřebuje dálkoplahodně. V létě, když se potí do vršku, dvojnásobek. A není od věci získat přehled o tom, že se na trase nachází zdroj, kde lze doplnit zásoby provozních kapalin, prostě kde natankovat. Začal jsem Svatým Janem pod Skalou, který spojoval obojí: Strmý výstup ke kříži a pod ním vydatný zdroj léčivé vody, z něhož pil i místní

poustevník sv. Ivan. U studánky jsem si připomenul verše Jana Skácela z Modlitby za vodu a pochopil, že nejde jen o to zahnat žízeň:

*Ubývá míst kam chodívala pro vodu
starodávná milá
kde laně tišily žízeň kde žila rosníčka
a poutníci skláněli se nad hladinou
aby se napili z dlaní*

S mapou v chytrém telefonu lze procestovat ze mi křížem krážem, neztratit se a nalézt poklady zrakům skryté. Platí to i o studánkách a prameňnech. Nabízejí se jich tisíce. Obvyčejné i s léčivou vodou, s fotografií i stručným popisem. A člověk brzy přijde na to, že jít po „mokřých



stopách“ představuje zábavu a přináší poznání. Třeba že i v dnešních dobách lze vodu k osvěžení najít na mnoha místech, ale že nelze vždy na to stoprocentně spoléhat. Některé prameny jsou vyschlé, jiné zarostlé a znečištěné, mnohé nabídnou jen problematickou kvalitu vody. Neraď se domů vracím s prázdnou. Proto jsem

vyrazil s ruksakem, do nějž jsem naskládal několik lahví s úkolem naplnit je lahodnou vodou. Pohyboval jsem se po vytyčené trase od jednoho bodu k druhému, tedy od Srnčí k Vílí a Dračí studánce. Byl to krásný zážitek plný dobré vody, čerstvého lesního povětří a jarních trylků ptactva. Pokud jsem se nemohl správně zorientovat, pomohli místní. „Máte tu pěkně,“ povídám postaršímu občanovi, který se zahradnickými nůžkami stříhá větve jabloně. „Poradte mi, kde najdu Vílí studánku?“ Ukázal mi směrem k lesu a dali jsme se do řeči. Že studna na jeho zahradě pořád slouží, že ale vodu mu zkazil soused nad ním, a proto se musel připojit k obecnímu vodovodu, a že zima je definitivně za námi... Vřek ty časy, kdy měl každý na dvoře pumpu, ještě pamatuji. Co jsem se sám nachodil s konví pro vodu, než k nám natáhli trubky z vodojemu! Jak se, pane, ten život během půlstoletí proměnil. A jak se někdy chce znovu navrátit do doby dětství! Lidé si už začínají uvědomovat, že domov nedělají jen sídliště s ústředním vytápěním, elektrinou a chlorovanou vodou z městské vodárny. Že k němu patří i to, co leží za humny. A začínají o to pečovat. I studánky se opět probouzejí k životu. Mnohé z nich jsou vyčištěné, upravené a označené. U některých výslovně stojí, že poskytují vodu pitnou. Jiné sice jsou anonymní, ale hrníčky u nich dávají pocestnému najevo, že se nemusí bát do nich smočit rty a uhasit žízeň. Překvapilo mě mile, jaké bohatství představují. Nejen to hmotné, ale i duševní a mravní. Studánky našeho srdce říkají, že jsme ještě nezemřeli.

Pavel Kačer

Partnerství firem na akcích:

proč je důležité a jak ho vnímá veřejnost i zaměstnanci?

Posiluje důvěryhodnost firmy, odlišuje ji od konkurence a zviditelňuje značku. Společenské odpovědnosti firem si váží téměř 90 % zaměstnanců. Patří do ní i podpora akcí pro veřejnost nebo jejich samotné pořádání. Proč firmy podporují veřejné akce, podle jakého klíče je vybírají a jak se na tyto aktivity tváří zaměstnanci firem?

Význam společenské odpovědnosti si uvědomuje stále větší množství firem, od velkých zahraničních korporací až po malé podniky. „Funkce firem pouze jako tvůrce zisku je už dávno nedostačující a firmy to vědí. Jejich účast na společensky prospěšných akcích je v dnešní době takřka nutná. Zatímco v minulosti byla společenská odpovědnost doménou spíše větších zahraničních firem, v současné době je tématem i v malých podnicích. Ať už jde o velkou, nebo malou firmu, důležitý je strategický plán, který ve firmě zamezí chaotické dobročinnosti a umožní využít plného potenciálu firmy, a tím pádem i zvýšit společenský dopad její činnosti,“ upozornila Olga Hyklová, majitelka a výkonná ředitelka personální agentury Advantage Consulting. Mezi oblíbené aktivity v rámci společenské odpovědnosti patří podpora nejrůznějších akcí pro veřejnost. Kulturní, společenské nebo sportovní události, za kterými firmy stojí, velmi často souvisejí s jejich činnostmi. Toto kritérium ale není pro firmy to nejpodstatnější, důležité je, zda akce nějakým způsobem koresponduje s vizí společnosti.

„Nevyrábíme jen boty. Jako firmě nám jde o udržitelnost, výrobu bot z obnovitelných materiálů i inovativní přístup k firemnímu fungování. Z toho důvodu podporujeme hodně rozvojové projekty zaměřené na ochranu krajiny. V Česku jsme se stali jedním z největších partnerů mezinárodního festivalu dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět. Účast na festivalu jsme spojili i s pop up obchodem v Praze v Tvorba Store na Letné, kde si mohli

zájemci od 25. do 30. března vyzkoušet naši novou kolekci. Zajímavostí letošního ročníku festivalu bylo i to, že tašky, které festival prodával, byly vyrobeny ze zbytků látek našich bot, což skvěle koresponduje s naší vizí a snahou neplýtvat,“ popsala Barbora Nikolaus, zástupkyně pro Česko a marketérka společnosti Wildling Shoes.

Kromě jednorázových partnerství si firmy vybírají zpravidla neziskové organizace, které podporují soustavně. „V rámci Česka jsme k sobě hledali organizaci, která si klade podobné cíle jako my, funguje na podobných principech cirkulárnosti a regenerace v regionu. Naší motivací je šířit osvětu, inspirovat a povzbuzovat ostatní k možnostem změny. Právě díky shodnému vnímání společenských hodnot jsme oslovili organizaci Kokoza, která vrací komunitní život do měst, a domluvili se na dlouhodobé finanční podpoře jejich akti-

důležité, zda je jejich zaměstnavatel společensky odpovědný. Řada firem se proto účastní akcí, které ani „nejsou na veřejnosti vidět“.

„Na naší klinice jsme se rozhodli zapojit do charitativní sbírky použitých brýlí. Všechny, které naši pacienti přinesou na kliniku, ještě poslouží pacientům v rozvojových zemích. Díky našim zkušeným lékařům, nejmodernějším laserům a dostupným laserovým operacím ročně zbavíme rychle a bezbolestně dioptrických brýlí nebo čoček tisíce pacientů. Nepotřebné brýle potom mohou zanechat na kterékoli z našich klinik. Jsme rádi, že pacienti tuto možnost hojně využívají. Brýle, které by pro ně už nebyly užitečné, tak ještě poslouží v zemích, kde lékařská péče není tak snadno dostupná,“ uvedl Pavel Stodůlka, přednosta sítě očních klinik Gemini.

Kromě partnerství na akcích volí řada firem i opačnou cestu – mají vlastní projekty a z pozice organizátora nabízejí spoluúčast ostatním podobně naladěným firmám. „Už před osmi lety jsme se rozhodli začít organizovat akce pro veřejnost v našem okolí. Každý rok jsme pravidelně pořádali v Centrálním parku v Praze 11 akcí s ná-



kresba Pixabay

vit,“ doplnila Barbora Nikolaus. Význam společenské odpovědnosti firem neustále sílí. Sponzorování kulturních nebo sportovních akcí je pro firmy bezpochyby dobrá příležitost, jak se zviditelnit a posílit svou image. Společensky odpovědné chování firem však nevnímá pozitivně pouze veřejnost, stejně klíčové je i pro dobrou atmosféru ve firmě samotné. Až 87 % zaměstnanců považuje za

zvem Rodinná výzva. Jde o zábavně sportovní odpoledne pro rodiny s dětmi, od předškoláků po seniory. Kromě řady sportovních úkolů byla vždy součástí programu i fyzioterapeutická poradna pro veřejnost. V období před covidem se akce účastnilo přes 2000 lidí. Kromě marketingového efektu jsme se s mými kolegy naučili organizovat i složitější procesy, což využíváme dál při našem podnikání,“ uvedl Zdeněk Bílek, ředitel FYZIOkliniky, která akci pořádá ve spolupráci s dalšími partnery a sportovními kluby. (tz)



ZD Všešary
Agriculture group

**Nebudeme mít na
růžích ustláno, ale
Všešarská cibule
vám slibuje, že tu
bude pro vás.**

www.vsestary.cz

S láskou pečujeme nejen o Všešarskou cibuli,
ale také o sebemenší kousek půdy, který nám
byl s důvěrou svěřen do opatrování.

 **VITALTECH**

 **Vital**
Czech s.r.o.
VŠEŠARY

AGROCHOV
Agriculture

BOHEMIA FRESH