

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

září 2022

Staré hrušně

Eva Brixi

Staré hrušně kolem cest
Veselé rozverně stařenky
Rostou tu s námi
Pro láhev veselé pálenky
Příběhy v každé větvi lásky
Raší pupeny a rodí tmavovlásky
Vítání jara i občánků
Na každém rodném listu
Oslavy hruškovice u stánků
Naděje srolovaly šátek z čela
Je potřeba radovat se dnes i včera
Když pole začínají tesknit
Po létě
A dnům ještě není konec
Hrušně jak rozpraskané ruce
Objímají vesmírné dobrodiní
Vrásky a letorosty zpod kapuce
Sklání se moudrostí
Nás všechny vyprávěním pohostí
Věk zapisuje
Vratká léta
Ze slečny se najednou
Stane povídavá teta
Až přijde čas
Bude to v nás
Ty sloky plné pověstí
Které nic dobrého nevěstí
Ale také
Plné sladkých chutí
Jak milenci
Kteří líbají se
Svlečení i zutí

Kateřina
Šrámková

Vánoce máme v Koulieru
celý rok

rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Granát[®]
Turnov

Šperk nemusí sloužit jen k okamžitému potěšení z krásy. Je vhodným investičním nástrojem, který uchovává nadčasové hodnoty.

www.granat.cz



Šperk jako krásná investice

Stačí vstoupit do některé z prodejen a zahledět se na tu nádheru. Český granát snoubící se s pečlivou a jistou rukodělnou prací turnovských šperkařů přináší nesčetné pobídky ke koupi a povznášejícím emocím. Pozorovat to nepřeborné množství krásy na jednom místě a prohlížet si prsteny, náušnice, brože, náhrdelníky, zdobené řetízky, no, řekněte sami, může být pro ženu něco přitažlivějšího, svůdnějšího? Ale vybírá se těžko, i když jsou k mání jednotlivé kousky či celé kolekce. Inspirující jsou také investiční drahé kameny nebo zlaté destičky přizdobené, jak jinak, než českým granátem. A právě o investování prostřednictvím šperků i doplňkového sortimentu jsem si povídala s předsedou představenstva turnovského Granátu, družstva umělecké výroby, Ing. Pavlem Trvrníkem:



Ing. Pavel Trvrník

Myslíte si, že investovat dnes do šperků je jednou z dobrých cest, jak zhodnotit přebytečné peníze?

Jinou odpověď než kladnou ode mne nemůžete čekat. Samozřejmě to doporučujeme, krásný šperk nikdy svou hodnotu neztratí, ba naopak. A není od věci, pokud má posloužit jako investice. Zvláště pro ženy je to příležitost, která je nejen o číslech, ale také o kráse, smyslnosti, významu šperku v běžném životě, například pro ty ženy, které se pohybují v businessu a musí hodně reprezentovat. Taková šperková investice má však jeden rozměr, který ji povyšuje nad jiné. Denně může být nositelka se šperkem v kontaktu, těší se z něj, když ho nosí. To v případě vložených prostředků do pozemku nebo akcií nelze. Takže – investice do šperku je i zprostředkovatelem vztahu k danému předmětu, případně k dárci. Je to o další přidáné hodnotě.

Projevují se nyní více snahy některých zákazníků zhodnocovat volné finanční prostředky pomocí šperků s granáty?

Myslím, že ano. Doba je tomu nakloněna, požadavky na ucelené kolekce, řemeslně náročné na zpracování, dostáváme již poměrně často. Zájem roste. A nakupují muži i ženy.

Ve vaší nabídce převládají šperky stříbrné, nebo zlaté?

Skoro bych řekl, že českému granátu víc sluší stříbro. Ale je to do diskuze. Každému se líbí něco jiného. Stříbro je však přece jen levnější a naše produkce by měla umět oslovit všechny

příjmové skupiny. Ty movitější stejně tak jako ty, pro něž je koupě i levnějšího řetízku významnou životní událostí. Takže samozřejmě vyrábíme i šperky ze žlutého a bílého zlata.

Tvoří převládající podíl sortimentu šperky s granáty?

Stoprocentně. Pracujeme s těmi drobnějšími kousky, ale i s těmi většími, vzácnějšími o průměru 6–8 mm. Hodně zpracováváme i vltavíny, ty se staly velmi módní. Často oba kameny v jednom šperku kombinujeme, dobře se vzájemně doplňují. Avšak na přání můžeme třeba náhrdelník osadit i jinými kameny, jako je safír, diamant.

Oč je tradičně největší zájem?

Svým způsobem převažují náušnice, prsteny a přívěsky.

A jaká nabídka už spadá do vyšší cenové relace?

Na to je odpověď složitější, protože jsme a nadále budeme univerzální. Najdete u nás pěkný dárek od 500 korun až po milión. Záleží na ochotě utrácet, vkusu, věku člověka, jeho společenském postavení a spoustě jiných faktorů. Někdo kupuje šperky na první pohled, když mu takřkajíc něco padne do oka, jiný pečlivě promýšlí třeba půl roku, než se odhodlá. Přece jen převažují kousky určené širší veřejnosti, i když nedávno jsme předávali soupravu naceněnou na více než 1,5 miliónu korun nebo s broušenými diamanty, ta byla kolem jednoho miliónu.

Historii bohatou na vážené zákazníky jste měli vždy...

To jistě. Pracujeme pro Pražský hrad, Úřad vlády, Senát, náš šperk obdržela královna Alžběta, princ Charles s Camillou, manželé Obamovi. Družstvo náleží mezi rodinné stříbro republiky, a to doslova. Český granát je považován za národní kámen. A my jsme jako jediná oprávnění v České republice granát těžit. To s sebou nese jistě poslání, tradici, kulturní dědictví.

Domácí trh je vám ale malý, vždy jste spořehali také na zahraniční turisty. Jak je tomu nyní?

V době před covidem tvořila zahraniční klientela asi polovinu našeho obrátu. Nakupovali



u nás Rusové, Američané, Číňané. S ohledem na mezinárodní i covidovou situaci je to dnes jiné. Tržby nám znatelně klesly. Na druhé straně se dobře prodává přes e-shop, tady jsme na ustálené hranici 10 % tržeb. A číslo se zvyšuje. Objednávají věrní zákazníci a přibývá i těch, kteří se u nás objeví poprvé.

A online lze nakoupit také investiční zlato a šperky vyšší hodnoty?

Samozřejmě, je zde plný sortiment. Investiční kameny nebo zlaté destičky s granátem. Zájemce si může poskládat ze šperků celou kolekci, má neomezené možnosti. Dám bych upozornil i na čtvero našich náramkových hodinek osázených granáty, je z čeho vybírat.

Rozhodnu-li se u vás utratit větší obnos, jak postupovat?

Dokážeme se přizpůsobit. Můžete si vybrat z již hotových kolekcí a ty ještě doplnit dalšími kousky, které jsou v tomtéž designu, nebo jiné, které s ním budou ladit. V tom naši odborníci vždy spolehlivě poradí. Nebo si můžete objednat šperky na zakázku podle vlastní představy. Tu s námi zkonzultujete a podle toho budeme postupovat. Má-li zákazník zájem o jiné kameny, než jsou granáty, pak mu je nakoupíme, vybrousíme, osadíme tak, jak jsme se předem dohodli. Můžeme zhotovit i granátovou šňůru z fazetovaných kuliček. Vlastně pro nás není skoro nic problém.

Jak se taková zakázka platí?

Když si klient vybere nebo se dohodne, co by si přál vyrobit, složí zálohu dle naší cenové nabídky, a to hotově tady v Turnově nebo na náš firemní účet. Až je šperk vyroben, osobně jej přivezeme, zákazník, zákaznice si ho vyzkouší, případně se upraví například velikost prstenu nebo se doladí nějaké drobnosti. Pak se doplatí zbylá část. Jen podotýkám, na splátky u nás kupovat nelze. K tomu snad ještě jen to, že zakázku může zájemce zadat i v našich prodejnách, třeba v Praze v Dlouhé ulici. Je to vždy především o tom, aby zákazník a výrobce sjed-



notili představu a možnosti. Fantazii se meze nekladou.

Mají lidé dostatek povědomí o tom, že investovat s Granátem Turnov je vlastně úplně snadné?

Určitě ano, sdělení najdou na našem webu, e-shopu, a prodavačky poradí. Problém spíše vidím v tom, že informací o všem možném je dnes tolik, že se v té informační smršti člověk ztrácí, a tak je někdy rád, když další už nemusí vnímat. Ale když hledá cíleně, určitě se dozví, že utratit peníze za šperky není žádný hazard.

Do jaké gramáže je třeba náhrdelník ještě nositelný?

To se odvíjí od pocitu každého jednotlivce. Někomu vyhovuje 10 g, jinému nevadí ani 100 g. Také záleží na tom, jak chce šperk nosit, kdy, k jaké příležitosti, co od něj očekává. Do divadla jednou za čas asi těžší nevdají, pro běžné denní nošení jsou optimální šperky lehčí.

Když by někdo stál o piercing s českým granátem, i to můžete zařídit?

Asi ano, i když to s uměleckou výrobou nemá tolik společného.

Všechny šperky navrhujete sami, tak, jak to bývalo v Granátu zvykem?

Ano, zůstali jsme věrni tradici. Know-how je tu veliké, čerpáme z něj. Máme vlastní oddělení vývoje a designu, kde se rodí celé kolekce i jednotlivosti, zejména pro sériovou výrobu. Sortiment se průběžně inovuje, ale ne zas překotně. Cititeli granátových šperků jsou převážně lidé střední a starší generace, kteří rádi setrvávají v jisté konformní zóně, a to i z hlediska estetického. Ale část sortimentu cílí i na mladé, kteří si u nás mohou najít šperk podle svého vkusu.

Směřujeme pozornost zejména ke šperkům pro ženy. Ale jak pamatujete na muže?

Mezi milovníky českého granátu mužská část populace určitě patří také. Mnozí pánové si potrpí na manžetové knoflíčky, kravatové spo-



ny, jehlice, odznaky. V oblíbě jsou pánské prsteny s granáty, v nabídce máme i vizitkáře nebo pero s českými granáty.

Dala by se ozdobit granátem i dýmka?

Podle mne ano, jen by se muselo zvolit vhodné lepidlo, aby odolalo určitým teplotám.

Existují také investiční mince s drahými kameny?

Zrovna nedávno jsme do České mincovny dodávali vybroušené vltaviny, ale i granáty a safiry právě pro tyto účely. Takové mince se tedy dělají, ale vždy jde o malé, sběratelské série, které prodává Česká mincovna.

V minulosti si u vás také objednávaly firmy dárkové předměty s českými granáty. Trvá tento zájem?

Rád potvrzuji, že ano. I když je teprve září, na Vánoce se už ve firmách připravují a v té souvislosti přicházejí i poptávky po dárcích. Udržujeme určitou provozní zásobu, můžeme vyjít vstříc. Když by to byl předmět na přání, uvítali bychom zakázku alespoň pět až šest týdnů dopředu. Vyrobit umíme prakticky všechno, jsme opravdu velmi univerzální a přizpůsobiví.

Obracejí se na vás ohledně firemních dárců i firmy vlastněné ženami? S ohledem na vztah tohoto pohlaví ke šperkům?

Víte, že ani ne? Alespoň si nevzpomínám. Určitě by nám bylo velkou ctí. Stejně tak jako zájem českých rodinných společností.

Stále se zabýváte renovací starých šperků, třeba prvorepublikových, z pozůstalosti a podobně?

Možná vás překvapí, ale takových kousků je stále dost. Opravujeme je, revitalizujeme, zlatíme, dáváme jim další život. Hodně takových nabídek evidujeme v našem Muzeu českého granátu v Karlově 8 v Praze. Takové šperky pak zase prodáváme. I to je investiční příležitost.

za rozhovor poděkovala Eva Bixi



foto Kateřina Šimková



Konec léta, i když...

Čas postoupil k začátku školního roku a nám, dospělákům, dal jasně najevo, že září zase maličko pozmění naše konání. Že patrně přibude víc plánování, rozvažování, racionálních rituálů, které převedou rozjivené dny plné malin a ostružin, koupání a výletů do obvyklých pracovních poslušností. Léto bereme jako vybočení z celého roku, je to doba, kdy vědomě a s chutí zahazujeme to, nač jsme zvyklí, a snažíme se zapomenout na běžné všední (ale i tolik krásné) dny. Když tak o tom přemýšlím, říkám si, jestli to není přece jen škoda. Jestli bychom „to léto“ neměli mít stále. A užívat si s rozkoší jaro, podzim i zimu. Neboť každé přináší našemu bytí chvíle vzácnosti.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Digitální rodičovství

Carrie Rogers Whitehead



Cítíte se doma zahlceni digitálními technologiemi? S pomocí této knihy si vybudujete zdravý přístup k digitální zodpovědnosti. Odměnou vám budou spokojenější vztahy v rodině a méně stresu. Přestaňte s technologiemi bojovat, přijměte je a naučte se je využívat tím nejlepším způsobem. Staňte se sebevědomými a nebojácnými digitálními rodiči.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 16, září 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.

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



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Lenka Havrdová
prodejna konopných produktů Canna Roomz v Praze, CBDROOMZ s.r.o. vedoucí

Zdravému stravování přikládám význam určitě velký, protože jídlo je palivo pro naše tělo. Ať už člověk sportuje, nebo ne, myslím si, že by se měl stravovat kvalitně. Já osobně aktivně sportuji šest let, prošla jsem si několika druhy diet, což bohužel neznamená jíst zdravě, jak si většina lidí myslí. Tohle období už mám našťásti za sebou, naučila jsem se poslouchat svoje tělo, nevyřazovat žádné potraviny a jíst tak, abych se cítila dobře, měla dostatek energie, a hlavně aby to bylo dlouhodobě udržitelné. Piju hodně vody, jím hodně zeleniny a kvalitních potravin, ale stejně tak si občas dám to, na co mám chuť, bez ohledu na to, zda je to zdravé. Myslím si, že stejně tak jako v životě, tak i ve stravě a celkově zdravém životním stylu je důležitý balanc, a proto si ráda v pátek večer naleju skleničku prosecca nebo zajdu na dobrou pizzu.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

Ing. Zdeněk Juračka
člen redakční rady měsíčníku Prosperita s přílohami
čestný prezident Asociace českého tradičního obchodu

Spolehnu se v odpovědi jako vždy na vlastní zkušenost a praxi třikrát ženatého muže, který měl navíc svou manželku několik let pracovně jako podřízenou. Odborná literatura prokazuje odlišnost způsobu myšlení, a hlavně používaného stylu rozhodovacího procesu u žen oproti mužům. Principy praktikované v rozhodování žen se zdají být logičtější a většinou přímočařejší. Na druhé straně jako člověk, který dlouhou dobu pracoval ve vedoucí funkci a měl většinou podřízené téměř výhradně ženy, musím přiznat, že mnohdy jsem měl, ať oprávněně, či nikoliv, určité pochybnosti o myšlenkových pochodech některých kolegyně. Dovolím si na základě dlouholetých zkušeností mladšího kolegy varovat před jejich doposud pevným přesvědčením o tom, že ženy plně chápou. Doporučuji jim nechat si v myšlení jakýsi prostor i pro negativně znějící zjištění, a tím i na případná zklamání. Má praxe říká, že pochopit ženu, a to jak z hlediska pracovních, tak i privátních vztahů, je jedním z nejtvrdějších, a mnohdy i nejbolestivějších životních dilemat, a je to bohužel skoro nemožné. Ten, kdo tvrdí, že má v tom jasno, může být totiž v budoucnosti nemile překvapen. A to samozřejmě nikomu z vlastní, mnohdy procesně složité zkušenosti, nepřeji.



Informace do kabelky

Vratislavická kyselka je zpět

Vratislavická kyselka se opět dostala na český trh. Rekonstrukce areálu, kde se pramen nachází, ve Vratislavicích nad Nisou, započala před čtyřmi roky. Toho se ujala rodinná firma Kitl. Jde o přírodní perlivou vodu s obsahem CO₂, která je čerpána z hloubky přes 200 m. Obsahuje výjimečné množství křemíku, pomáhá tak pevnosti a pružnosti kůže a podporuje správný vývoj a růst kostí. Shodou okolností je tomu nyní 160 let, kdy Karl Skolaude unikátní vodu objevil na své zahrádě náhodou při hloubení studny. Osvědčení o léčivosti získal pramen v roce 1894 a od té doby se využíval kromě plnění do lahví i v lázeňském provozu. (tz)

Elektromobilita v křivkách Peugeot

Ač by se mohlo zdát, že nemají ženy k technickým novinkám příliš velký vztah, opak může leckoho docela překvapit. Třeba elektromobily si získaly jejich přízeň docela brzy. A přibývajicí nabíječky, jež postupně zahušťují síť i v České republice, jsou dalším benefitem, který podporuje emoce při rozhodování o tom, na jaký pohon vlastně nový vůz koupit. Elektriina je čistý a tichý pomocník, který nabízí mnohé výhody. A také – kde jsou ty doby, kdy ruce umazané vůní auta dotvářely obrázek o dokonalém muži! K benzínu patří v myslích mnohých z nás často jen nostalgie stejně jako k černobílým filmům a jejich legendárním hrdinům nebo kuchařským knihám, jejichž význam v praktickém životě dokonale posvětil čas a prostředí kuchyně. Takže:

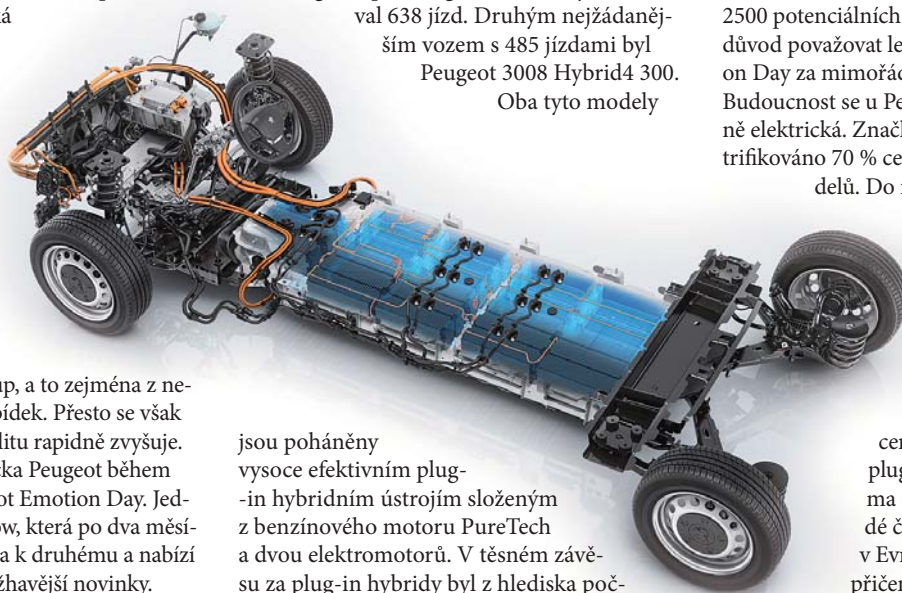


Také máte pocit, že na silnici potkááte stále víc aut s „elkovou“ espézetkou? Tento trend je samozřejmě patrný hlavně v Praze, kde se elektrickým motorem převážně řeší parkování. Elektromobilita ale láká i obyvatele měst, kde bezemisní automobil nečerpá takové výhody. Elektrické vozy zvažují i majitelé domů se solárními panely, firmy s možností čerpat dotace a mnoho dalších.

V Česku si ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi motoristé drží od elektrického pohonu odstup, a to zejména z nedostatku legislativních pobídek. Přesto se však u nás zájem o elektromobilitu rapidně zvyšuje. Přesvědčila se o tom i značka Peugeot během své již tradiční akce Peugeot Emotion Day. Jedná se o obrovskou roadshow, která po dva měsíce putuje od jednoho města k druhému a nabízí veřejnosti k otestování nejžhavější novinky.

Letošní už 12. ročník se zaměřil na nový Peugeot 308 a na elektrické a plug-in hybridní vozy. Z jedenácti testovacích vozů se nejvíc „točil“ 508 Peugeot Sport Engineered, který absolvoval 638 jízdy. Druhým nejžádanějším vozem s 485 jízdami byl Peugeot 3008 Hybrid4 300.

Oba tyto modely



jsou poháněny vysoce efektivním plug-in hybridním ústrojím složeným z benzínového motoru PureTech a dvou elektromotorů. V těsném závěsu za plug-in hybridy byl z hlediska počtu testovacích jízdy model Peugeot e-2008, který vyzkoušelo 450 návštěvníků. Tento nejprodávanější elektromobil značky Peugeot v ČR si získává stále více příznivců. Za první pololetí letošního roku si v rámci modelové řady 2008 elektrické verze zajistily 7% podíl, což je více než dvojnásobek ve srovnání s rokem 2021.

Velký zájem české veřejnosti o elektrifikovanou nabídku překvapil i samotného ředitele značky Peugeot v ČR Marca Venturiniho: „Naše elektrifikovaná nabídka se setkala s vřelým přijetím veřejnosti. Zájem seznámit se s těmito auty předčil naše očekávání. Předsudky opředěná

elektromobilita se na Peugeot Emotion Day ukázala v mnohem jasnějším, optimističtější a přívětivějším světle. To považuji za velký přínos do budoucna. Připočteme-li si k tomu ještě 2500 potenciálních zákazníků, máme zřejmý důvod považovat letošní ročník Peugeot Emotion Day za mimořádně zdařilý.“

Budoucnost se u Peugeotu jeví jako jednoznačně elektrická. Značka už dnes hlásí, že má elektrifikováno 70 % celosvětově prodáváných modelů. Do roku 2025 to bude dokonce

100 %. Znamená to, že ať už si vyberete jakýkoli model se lvem ve znaku, vždy ho můžete mít ve variantě s elektrickým motorem, ať už jako stopro-

centní elektromobil, nebo plug-in hybrid s jedním či dvěma elektromotory. Dnes je každé čtvrté auto Peugeot prodané v Evropě poháněno elektrinou, přičemž loni to bylo jen každé šesté. A od roku 2030 půjde automob-

ilka ještě dál. Generální ředitelka Linda Jackson nedávno oznámila, že od roku 2030 už Peugeot v Evropě bude prodávat výhradně elektromobily.

Automobilka Peugeot už dnes montuje až 10 000 baterií měsíčně do osobních vozů a až 7000 baterií měsíčně do užitkových vozů. Potřeba baterií přitom bude stále narůstat. Jak to Peugeot vyřeší? Odpovědí je monumentální projekt sestávající se z vlastní továrny na výrobu baterií a četných partnerství na dodávky lithia. Elektrická éra v Peugeotu tedy může směle pokračovat.

(red) ■■■



Karty dokážou vystihnout energii jedince



Helen Stanku

Různým způsobem se snažíme odhadnout, co nás v příštích měsících čeká. Žijeme dobu, o níž jsme se naučili říkat, že je nejistá. Mnohé, co běžně patřilo k našemu každodennímu komfortu, už neplatí. Firmy zápasí s cenami energií a s vidinou, že plyn do Evropy přestane proudit. Některým lidem se tenčí peněženky a nevědí, jestli mají šetřit nebo investovat, dokud inflace korunu zcela neznehodnotí. Zdá se, že mnozí to neunesou. Ale pozor, zdání klame. Možná by stačilo, kdybychom se na skutečnost podívali více vynalézavě, zkusili to jinak. Tuším, co mi opáčíte. Ale přesto. Dějí se zázraky a my v ně musíme věřit. O tom, proč hledat východisko, jsem se bavila se známou kartářkou Helen Stanku:

Jsmo plni otázek: Co přinesou další měsíce? Bude se nám dařit v podnikání? Poslouží zdraví nebo zas civilizaci postihne nějaký nebezpečný vir? Zvládneme zimu bez dostatku plynu? Obrací se dnes s takovými otázkami na vás také ženy z businessu? A je větší zájem znát pravdu z karet v poslední době?

Abych pravdu řekla, mé klientky řeší spíše osobnější záležitosti. Řeší vztahy a osobní růst. Na světě se vždycky bude něco dít, vždy se najdou nové nemoci a vždy budou nějaké prob-

lémy, které se musí naléhavě řešit. Vždyť snad v každé době zaznívá slovní spojení – v této těžké době či doba je zlá. Myslím si, že silní lidé a silné ženy si dokázali doposud poradit se vším možným a nic, co by nezvládli, a nenašli své vlastní řešení, se konat nebude. Je to samozřejmě i o přístupu. Vždy se naleznou tací, kteří budou na vše hledět černě a také to patřičně komentovat, a vždy se naleznou i ti, kteří hledají vlastní cestu a svůj osobní vnitřní prostor si neohodlají kalit negativními postoji jiných lidí. A o tom to, prosím, celé bude. Velké Arcanum spravedlnost nutí spojit protikla-

dy a spolupráci i tam, kde se hrubě nechce. Stále se budeme pohybovat na tenkém ledě a nějakou dobu to bude trvat. Lidé to naučí odpovědnému přístupu. Mečová pětka ukazuje misení vlivů a neshody všeho druhu, zmatky, téměř nemožné domluvy a oslabení sil. Vše toto hrozí při nečinnosti a nedůslednosti. Pětka mečů varuje a osmička z Velkých arcan před ní říká, co se musí lidé naučit a kam to má směřovat. Až se bude zdát, že to tak bude napořád, pak přichází Čtyřka disků. Zprvu se tváří velmi nevinně, a stabilně, ale je to ticho před bouří. Nakonec ukazuje jistý zlom. Lidé budou chtít jistoty a oporu, otázkou je, co tomu budou ochotni obětovat.

Co je tíží dnes nejvíce?

Jak jsem říkala, vztahy hýbou světem. Lidé potřebují mít někoho, s kým mohou sdílet. Ano, je nyní větší počet dotazů na práci a životní jistoty, na stranu druhou jsou lidé ochotni pro to něco dělat, a ne jenom pasivně přihlížet. Aby měli kvalitnější vztahy, tvrdě pracují na seberozvoji. Pokud nemohu vydržet sama se sebou, jakou mohu nabídnout společnost tomu druhému? Pokud nemám dostatečnou kvalifikaci, jak mohu pohlížet na lépe placené místo?

A jaké odpovědi je uklidní?

Mám úžasné klienty, některé stačí pouze postrčit, nasměrovat. Oni často hledají. Hledají svůj cíl, a pokud jej objevíme, pak se mapuje i cesta, kudy tam. Karty dokážou vystihnout energii jedince. Stejně tak, jako virgule či kyvadlo reagují na vibrace tazatele. Pokud něco není v harmonii, neomylně na to ukážou. Když má klient starosti nad hlavu a za něčím se žene a ono pořádně nic, a aniž by si to uvědomoval, motá se v kolečku, je skvělé, že může dostat ukazatele. Jak s tím naloží, je samozřejmě na něm.

Jenže v podnikání vždy platilo, že člověk musí spoléhat především sám na sebe a také že za svá rozhodnutí nese veškerou zodpovědnost. Nebo je to podle karet jinak?

Jsmo kapitány na své lodi. Karty zrcadlí naše rozhodnutí a ukazují možné důsledky. Mohu

Něco v sobě máme naprogramováno, a pokud z nás bude tryskat negace, budeme si přímo koledovat o nepříjemno.

nastínit i mapy, kudy dál. Možná člověka uklidní, když si uvědomí, že na některé věci si bude muset chvíli počkat, ale vyplatí se nepolevit, nebo naopak z něčeho rezignovat a odložit to ze svého života jako staré a nepotřebné haraburdí. Karty poradí, ale rozhodnutí je na osobě, na velitelském můstku.

Život na Zemi plyne střídáním časů dobrých a horších. Lze tedy doufat, že už bude přece jen lépe, klidněji, že začnou platit určitá pravidla, plány, že bude spoleh na dodržování smluv? Anebo si budeme muset zvyknout na improvizaci jako základ všech našich kroků?

Asi budeme muset začít každý sám u sebe. Dodržování smluv je o vlastní laťce. Můžete lidi lehce balamutit, ale dokážete se potom ráno podívat do zrcadla a mít čisto? Někdy mi připadá, že jsme tu na zemi jako v takové zvláštní škole, kde jsou v jedné třídě profesori, docenti, učitelé, průvodci a pečovatelé. A také malé a nevědomé děti, které se teprve musí všemu naučit. Třídy jsou pomíchané a na první pohled není poznat, kdo kam patří. Za lidi promlouvají jejich činy. Ty jsou jejich vysvědčením. Malé děti si umí někdy ublížovat, protože ještě nedokážou dohlédnout důsledky svého počínání. Až dospějí, většinou se svým hříchem z mládí diví, a někdy se i lehce zastydí. Přílišné sebemrskání ale není na místě. Všichni každou chvíli svého života žijí tak, jak se doposud naučili, a dle svých dosavadních zkušeností. Možná jste někdy ujeli, ale jak jste tehdy měli vědět, jaké to je schytat od někoho nezasloužený políček? Nyní již víte. Jde samozřejmě o to být v životě připraven na to, že ne všichni to mají stejně jako vy, a také to přijmout jako fakt a nehroutit se z toho. A střídání dobrých a horších časů? Nic není více proměnlivé. Jsou lidé, kteří jsou právě v těch nejlepších složitějších časech nejvíce šťastní a mohou ukázat, co v nich je, a jsou lidé, kteří, i kdyby jim padali pečení holubi do huby, budou nadávat, že nejsou propečená na medium. O střídání lepších a horších ekonomických časů by asi promluvil objektivně nějaký odborník v tomto směru, já mám na věci tento svůj soukromý pohled. Moc věcí si děláme svými rozhodnutími i skutky sami.

Dá se pozitivním myšlením otevřít prostor pro změnu osobního i pracovního života?

Uvedu malý příklad. Dvě matky budou mít dvě miminka a každá bude mít odlišný přístup. Jedna matka nechá dítě plakat, až se unaví a usne. A druhá dítě ukonejší, pohládí a dítě spí s úsměvem na tváři. Tyto děti dospějí v dospělé lidi. První dítě bude mít za samozřej-

most, že je svět nepřátelské místo a vše je špatné, a svět mu to bude zrcadlit. Druhé dítě, nyní již dospělý člověk, bude vyjadřovat laskavý postoj a sebevědomí, a dokáže si získat svým klidným přístupem v životě vše, co potřebuje. Něco v sobě máme naprogramováno, a pokud z nás bude tryskat negace, budeme si přímo koledovat o nepříjemno. Ostatně budete nakupovat v obchodě, kde je nepříjemná a protivná prodávačka?

Asi půjdete tam, kde se budete cítit dobře. Naše vnitřní nastavení je to, co z velké části tvoří náš osud. Se svými klienty velmi často odhalujeme vzorce, které jim brání v šťastnějším životě. Je až neuvěřitelné, jak takový zvládnutý a překonaný blok dokáže proměnit život. Pokud se odmítané dítě naučí, že to tak v životě nemusí být, a odstraní tyto nánosy bolesti, začne vyzařovat jiné energie a stejně si bude přitahovat. To je ohromná magie života.

Nač by se měly podnikatelky a manažerky dnes připravit? Budou muset mnohé změnit sortiment a nabídku, nebo více spolehat na dobré obchodní vztahy, více se uskromnit? Uvažovat nad tím, proč vlastní jdou po dráze úspěchů i neúspěchů?

Mnohé ženy v sobě mají kus čarodějky a mistrně využívají tzv. ženský intuitivní

princip. Dokážou skloubit příjemné s užitečným a svou práci se svým koníčkem. Jejich klienti či zákazníci je sami často navedou, kudy vede cesta. Přitom to nemusí být o nějakých přehnaných výdajích. Správné investice ve správný čas se však vždy vracejí. Moudré ženy sázejí na jistoty. Udržují si dobré obchodní vztahy, upravují sortiment dle požadavků zákazníků a nevymýšlejí výdajové hlouposti. To je však receptem pro každou dobu. Nedávno mě poněkud udivila žena, a to jsem zvyklá na leccos, která mi volala ze zahraničí s tím, že má přítele a ten jí nabízí možnost fantastického výdělků, pokud na burze zainvestuje tam, kam on radí. Mělo to háček, musela by si na to vypůjčit. Moc tomu nerozuměla, ale chtěla vyhovět muži, který jí balil pár měsíců. A někdy na ni měl i čas. Finanční hotovost je většinou podložená velkou zodpovědností. Pokud si vyděláte či nastrádáte nějakou sumu, velmi dobře zvážíte, jak peníze investujete. A zadlužit se na dlouhou dobu kvůli rádoby báječnému obchodu, o tom ta zodpovědnost není. Ten, kdo má již něco za sebou, si bude umět poradit. Lehkomyslní lidé budou mít potíže vždy a v každé době. Byla jsem ráda, že se mne zeptala. Jako zdravotní sestra se pohybovala zcela v jiném sektoru. Stačilo však, že ty věci pouze řekla nahlas a musela si sama odpovědět na několik nepříjemných otázek a vyhnula se nepříjemnostem ještě větším.

ptala se Eva Brixí

pokračování rozhovoru v říjnovém vydání Madam Business



V krajině snů i ve wellness pro business příštích dnů

Někdy se to tak sejde. Cítíte, že není jiné cesty, než vypnout mozek, odpočinout si. Ať se ve firmě děje cokoli. Je to zákon přežití, je to pravidlo přírody. Většina žen z businessu takové okamžiky zná.

A nemusí to být ty dávno minulé. Třeba letošní léto. To bylo plné stresu, diskuzí nad tím, jak a kde ušetřit, jak to udělat, aby i v nadcházející topné sezóně bylo v kancelářích teplo, aby se nemusel zastavit provoz kuchyně, šicí dílny nebo výroby kořenicích směsí.

Léto plné nejistoty nadneslo mnoho otazníků týkajících se další existence spousty českých firem. Energetické a materiálové nároky vyletěly jak urvané ze řetězu. Zaměstnanci žádali přidat na mzdách. Celý vozový park musel být v provozu. Faktury se musely platit. Přitom zvedat ceny za výrobky a služby nebylo na základě inflace možné okamžitě, ale s ohledem na smluvní podmínky s odběrateli. A jak plánovat další rok? To mnozí ani teď netuší. Hlava aby se jednomu z toho všeho rozskočila.

A když začne blikat červená kontrolka, je na čase přepnout. Zavřít dveře a třeba odjet. Změnit prostředí, mobil nechat v kabelce na dně a notebook doma. Uvolnit tělo i mysl, nebo naopak, protože vše souvisí se vším. Podívat se do zlátnoucích lesů, nadýchat se jedinečné atmosféry u vody, v níž se už nedá koupat, vnímat našeptávání podzimní krajiny třeba u Máchova jezera nebo v Krkonoších. Je to právě září nebo říjen, kdy se vše člověku mění před očima. Kdy ranní mlhy vepisují do kalendáře jasné poselství a usychající tráva v pěšinách klestí jiný prostor k chůzi. Podzimní vábení protkané teplými barvami nadčasového malíře má na loukách a v lesích jasné poslání: zklidnit, přidat maličko nostalgie i vzpomínek, zjemnit křivdy, které se tak nějak samy sebou dějí a které ubližují. Srazit na lopatky špatné zprávy a dát průchod jen hřejivým emocím zachumlaným v novém svetrku a zavázaným v teplejších teniskách. Vyjděme tomu dění vstříc. Když si duše odpočine, myšlenka i čin naskočí.

A už dávno neplatí, že dobrý obchod se uzavírá při golfu či při sklence vína... Jsou chvíle, kdy se ke slovu dostává ryze ženská energie v prostředí protkaném libými pocity na pro-

cházece, krátkým posezením ještě na zahrádce kavárničky, při posledním kornoutu zmrzliny, kterým uzavřeme kapitolku prázdnin.

Ano, řeč je o příjemném několikadenním podzimním pobytu v některém z hotelů, ať už u vody, nebo na horách, které patří do portfolia nabídky firmy Regata Čechy. Jestli jste už někdy zkusily zvládnout pár dní v hotelu Port v Doksech nebo v hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou, a užívaly si nicnedělání, dáte mi za pravdu. A jestli ne, vydejte se tam. Nikdo vás nebude obtěžovat zbytečnými otázkami, nikdo vám nebude vnucovat svůj názor na politiku, ekonomiku, nikdo vás nebude do něčeho nutit. Možná, že vám tu bude dobře s přítelkyní, kamarádkou, nebo třeba s maminkou či babičkou. Nebo s kolegyní, s níž během všedních dnů nebylo možné probrat vše, co by si zasloužilo oboustrannou pozornost. A také se může stát, že se v hotelovém prostředí a podmanivé přírodě kolem potkáte se stejně naladěnou bytostí, jako jste sama. A slovo dá slovo, nápad podpoří nápad. Najednou zjistíte, jak každá vlastní business obohatit, vyšperkovat, posunout. Ve wellness nebo na lavičce s výhledem do dálky snů se dá uzavřít docela prima obchod. I přátelství.

Eva Brix



Věrnostní program Tchibo slaví 10 let

Věrnostní program Tchibo v České a Slovenské republice slaví 10 let od svého založení. V současnosti je v něm zapojeno více než 1,25 miliónu členů. Program, ke kterému neodmyslitelně patří TchiboCard, vznikl v září roku 2012 se záměrem odměňovat stále zákazníky. Ti za každý svůj nákup získávají Věrnostní zrnek, která jim zlevňují jejich další nákupy. Program ale přináší i řadu dalších benefitů.

Mezi ty hlavní, kromě Věrnostních zrnků, patří doprava a dobírka zdarma při nákupu v e-shopu, zvýhodněné ceny vybraných produktů, stále množstevní slevy na zrnkovou kávu a kapsle či speciální nabídky na kávovém baru. V neposlední řadě se držitelé TchiboCard dostávají k informacím z firmy, včetně promo aktivit, jako první. „Využívání věrnostního programu v rámci jedné firmy je dnes již běžnou praxí. My jsme však šli ještě dál a usilovali o rozšíření možnosti sbírat Věrnostní zrnek i při nákupu u našich obchodních partnerů. Od podzimu roku 2021 tak mohou všichni držitelé TchiboCard využívat tento benefit i v Tchibo koutcích řetězců Globus a COOP v České republice, na Slovensku pak v Tchibo koutcích u všech našich partnerů. Děkuje našim zákazníkům za věrnost a s potěšením otevíráme další dekádu,“ komentoval specifika Programu Václav Jurečka, Customer Experience Manager CZ/SK. Celá čtvrtina členů je ve Věrnostním programu Tchibo od jeho začátku. Z celkových tržeb za posledních 12 měsíců tvoří ty uskutečněné s TchiboCard v České republice 75 %, na Slovensku dokonce 78 %. Program ovlivnily

i moderní technologie, mobilní aplikaci Tchibo si stáhl každý třetí člen. Nejvíce se nakupuje v regionech hlavních měst, tedy v Praze a Bratislavě, nicméně v ČR je v těsném závěsu za metropolí Moravskoslezský kraj. I v Tchibo platí, že zákazníci více utrácejí přes e-shop, v porovnání s kamennými obchody, nejvyšší položka za jeden nákup v Čechách byla 197 050 Kč, na Slovensku pak 3361 euro. Nejprodávanějším produktem ze spotřebního zboží je za oba trhy dámské triko s tříčtvrtečními rukávy, které vystřídalo dlouhodobého favorita – termo legíny z dětského sortimentu. Nejžádanějším nápojem na kávovém baru Tchibo je klasické espresso. „Jako kávového experta nás velmi těší, že zákazníci oceňují kvalitu fairtradové kávy, kterou v našem sortimentu nabízíme především,“ doplnil Václav Jurečka.

Společnost při příležitosti prvního kulatého výročí TchiboCard připravila pro své zákazníky na září speciální akce. Pokud například nakoupí alespoň za 799 Kč, s tím, že nákupy se v celém měsíci počítají, získají 10 000 Věrnostních zrnků v hodnotě 200 Kč jako dárek na další nákup. Ekvivalent na Slovensku představuje nákup minimálně za 32 eur a dárek 1000 Věrnostních zrnků v hodnotě 10 eur. Držitelé TchiboCard rovněž obdrží 10% slevu na nové kolekce, které firma představuje každý týden a kde jsou běžně zvýhodněné jen vybrané produkty. Více na tchibo.cz/10let a tchibo.sk/10rokov.



Kampaň k desátému výročí TchiboCard je

plánována jako 360° napříč prodejními kanály i kategoriemi zboží. Prezentována bude ve vlastních médiích firmy, jako jsou týdenní magazíny, online newslettery, speciální microsite v e-shopu, posty na firemním FB a Instagramu, články na Tchibo blogu a speciální direct mail určený členům Věrnostního programu. Firma plánuje informace o výročí komunikovat i v externích médiích. (tz) ■■■

Papelote má nové zápisníky a kancelářské výrobky



Prvního září nemusí být milníkem jen pro školáky, značka papelote uvedla na trh řadu nových zápisníků Softblok 2.0, které využijete v práci, doma i během studia. Doplnit je můžete kancelářskými potřebami od pečlivě vybraných dodavatelů.

Zápisníky poslouží na přednáškách, pracovních poradách i pro vaše nápady. Kroužková spirála se přesunula na stranu a rozdělila na dvě části, díky tomu můžete na blok navléct gumičku, a získáte tak i prostor pro psací potřeby. Zápisníky byly navrženy a vyrobeny v České republice a použitý přírodní papír má certifikát EU Ecolabel.

Vyberte si svou barvu a velikost, a vykročte do září s praktickým papírovým pomocníkem o 120 stranách v zádech. Nebo v kapse. Hodí se pro umělce i účetní. Nepovedený náčrtek, špatně formulovaná věta nebo chyba v sudoků.

Díky utlé gumě v tužce japonské rodinné firmy Tombow po nich nezbyde ani

stopa a budete moct pokračovat dál v práci, zábavě i tvoření. Její elegantní design navíc sluší každému pracovnímu prostředí.

Svorky od japonské značky Midori ve tvaru koček, tučňáků, prasátek, králíků, slonů, psů, koní nebo delfínů ožijí i tu nejnudnější dokumentaci.

Poznámky z přednášky nebo smlouvy z práce vám pomůže udržet pohromadě bezsvorková sešívačka Harinacs. Ta dokáže listy spojit pomocí droboučkových uzlíků, které váže přímo z útržků sešívaných papírů. Zní to složitě, ale výsledek je překvapivě jednoduchý. Nepotřebujete kovové svorky a papíry drží u sebe.

A podle čeho si papelote vybírá dodavatele doplňkového sortimentu? „Hlavními parametry jsou etický aspekt, například to, zda mají zaměstnanci férové pracovní podmínky, a udržitelnost. Hledíme samozřejmě i na design a funkčnost, a důležitá je pro nás i cenová dostupnost,“ vysvětlila Kateřina Šachová, kreativní ředitelka a zakladatelka papelote. (tz)

Vánoce máme v Koulieru celý rok

Jedinečné svátky v roce, Vánoce. Podléháme jejich kouzlu ať chceme, nebo ne. A stále pro většinu z nás ukrývají zvláštní tajemství, kdy se neviditelným klíčkem otvírají naše duše, srdce i minulost a plní se nevyslovená přání, sny a prosbičky. Mají své symboly, své nálady, svou vůni, své barvy i své dekorace. O ty se stará také nová značka Koulier. Pod ní se vyrábějí v Oflendě na Chrudimsku od loňska už zase vánoční ozdoby. A to pod taktovkou manželů Šrámkových, kteří se rozhodli do málem ztraceného know-how jedné provozovny, již stihl neslavný konec, investovat svůj čas, úsilí, obchodní znalosti a vzkřísit um a tradici, uchovat a dál rozvíjet nádhernou rukodělnou práci necelé dvacátky místních lidí. To, že se na Vysočině začaly zase foukat a malovat ozdoby na stromček, přineslo radost všem. Milovníkům vánočních svátků, zákazníkům, kolektivu šikovných zaměstnanců, i Kateřině Šrámkové, která v Koulieru působí jako obchodní ředitelka (podnikatelka a manažerka, která z chátrajícího Zámku Loučeň vybudovala atraktivní turistické středisko s nespočtem aktivit). Díky Koulieru měli mnozí krásné Vánoce 2021.



Kateřina Šrámková

Všichni vás znají jako tvořivou osobnost, která například vdechla Zámku Loučeň nový život a udělala z něj jedno z nejnavštěvovanějších výletních míst republiky. Jenže tím vaše aktivity zdaleka nekončí. Jste iniciátorkou proměn výroby vánočních ozdob v Oflendě na Vysočině. Proč směřovaly vaše kroky do tohoto oboru?

Pro mne bylo prostředí výrobních firem naprosto neprozkoumané, nikdy jsem se o to nezajímala, neměla jsem v tomto směru zkušenosti. Ale zdejší společnost, která vyráběla vánoční ozdoby, se dostala do problémů a hrozilo, že odborníci, kteří měli zkušenosti z tak specifického odvětví, přijdou o práci, a obor, který šířil slávu české tradiční řemeslné výroby, v tomto regionu zanikne. Věděla jsem o tom, bylo mi to líto. Proč by mělo z mapy republiky zmizet místo, které se proslavilo uměním českých sklářů? Proč by měli přijít o práci lidé, kteří jsou mistři oboru? Čili pozvednout opět zdejší výrobu na úroveň, kterou si zaslouží, bylo v mém pojetí především

emocionální záležitostí. Zdálo se mi, že by bylo škoda, kdyby všechno, čeho bylo dosaženo, smetl čas. Tedy naprosto unikátní lidské znalosti vepisované do nádherných ozdob na vánoční stromček. To bylo to hlavní. Teprve pak přišel další aspekt, tedy řízení továrničky, zajištění práce pro 18 lidí. S manželem jsme si přáli, aby zůstali a dál vytvářeli to, co má nejen značný obchodní potenciál, ale pomůže uchovat a rozvíjet tradiční české řemeslo. Pak samozřejmě následovaly úvahy o tom, jak zajistit životaschopnost firmy, aby si na sebe vydělala, aby byl obor přitažlivý i v budoucnu třeba pro mladé lidi, až nastane čas generační výměny...

Umíte nacházet podnikatelské příležitosti, jejichž prostřednictvím navracíte široké veřejnosti možnost těžit se z krásných věcí. Čím vám učarovaly vánoční ozdoby?

Vánoční ozdoby má rád snad každý, kdo má rád vánoční stromček. Já se k vánočním ozdobám dostala vlastně prostřednictvím pro-

jektu na našem Zámku Loučeň, kde jsme od roku 2018 vždy před Vánoci pořádali výstavy rozmanitě nazdobených vánočních stromčků pod názvem Příběh vánočního stromčku. Cíleně jsem hned v začátku nakupovala vánoční ozdoby, zajímala se o to, kdo je vyrábí, z jakého materiálu, na základě jakých motivů. Každý stromček byl nazdoben jinak, každý měl svůj malý příběh. To se ukázalo jako velmi smysluplné. Vysoká návštěvnost výstavy nám to každým rokem jen potvrzuje. Také se mi potvrdilo hned v onom roce 2018, že vánoční stromček mají rádi všichni napříč generacemi. Patří k tomu jedinečná nálada, trocha nostalgie, vzpomínky na dětství, je to prostě takových podmanivých pár dnů v roce, které si zaslouží naši pozornost. A ozdoby k tomu samozřejmě patří. Takže vlastně to je spojení asi tak trochu osudové – nejprve Příběh vánočního stromčku na Zámku Loučeň, posléze výroba vánočních ozdob Koulier v Oflendě.

Sklárna však začala sloužit i jako výletní místo a tvůrčí dílna. A léto ještě neskončilo a ve vašem pojetí tu už máme Vánoce...

Na Oflendě máme Vánoce celý rok. Koncept, který jsme pro rozvoj výroby ozdob vypracovali, zahrnuje také osvětu pro širokou veřejnost. Ukazujeme, jak se tady co dělá, vymýšlíme přitažlivý program i na výlety po okolí. V létě jsme tu měli Festival labutí, trval devět dní. Během nich jsme zde vytvořili nový český rekord, vyrobili jsme 2022 labutí na jednom místě v 200 dekorech.

Jaro tohoto roku jsme zahájili otevřením tvůrčích dílen a exkurzí, každou sobotu od 9 do 13 hodin můžete sami vidět, jak se ozdoby foukají a zdobí. Pod vedením jedné naší malířky si lze ozdobu dotvořit podle vlastního návrhu nebo si ji nechat namalovat na přání. Pro skupiny zájemců organizujeme prohlídky i ve všední dny od 8 do 14 hodin, ale to je na objednávku. Samozřejmě stále je otevřená naše prodejna v Oflendě.

Ostatně, co chystáte nového letos zákazníkům pod stromček a na stromček?

Strategií pro rok 2022 je 12 základních barevných kolekcí tak, aby lidé měli sestavy ucelené a aby si jimi mohli dobře doladit ten soubor ozdob, které již mají doma. Už nyní je vše také na e-shopu a je z čeho vybírat. Velmi zajímavá je například barva Very Peri, taková zářivá fialová, což je zároveň letošní trend v interiérovém designu, v jehož šlépějích kráčíme. Přejeme si, aby si lidé doma mohli vánoční stromček opravdu vychutnat, aby souzněl s bytovým textilem, svíčkami a jinými doplňky, aby se stal výjimečným zážitkem. Budou ale i další novinky, například secesní kolekce, která vznikla jako naše světybná vzpomínka na styl, který stále mnoho lidí mi-

luje. Nejde však o kopírování slavných uměleckých počinů, je to naše inspirace tímto stylem. Secesní kolekce vznikla na základě studia mnoha pramenů, knížek, posuzovali jsme tvary, barvy, způsob vyjádření toho či onoho umělce, korigovali s našimi možnostmi, i tím, jaké vidění mohou uplatnit naši pracovníci. Nebude to tedy žádná Muchova kolekce, ale náš originální příspěvek, secesní motivy na vánočních ozdobách.

Vaši klientelu tvoří z velké části i firmy. V čem můžete uspokojit jejich poptávku po vhodném, vkusném firemním dárku?

Už loni, kdy jsme výrobu zahájili, jsme navázali spolupráci s řadou firem i profesních uskupení. Na přání jsme jim vyráběli kouličky s jejich logem či jinými motivy podle jejich zadání a přání. Letos v tom budeme pokračovat. Nabídnout můžeme několik způsobů, jak vyjít vstříc, jak podpořit vnímání krásy, jak si ji dokonale užít právě jako ozdobu na stroměčku. Firma k nám může přijet na exkurzi, vše si tu prohlédnout a ujasnit si, jaké vánoční dárky pro ni můžeme připravit. Jak obohatit návrh podle vlastní představy. Nebo si mohou rovnou v prodejně zakoupit již hotové kolekce, což je pro ně nejrychlejší řešení hlavně v tom případě, když se budou rozhodovat na poslední chvíli. A za třetí si mohou objednat výzdobu v kancelářích, recepci apod. rovnou od nás a na míru, což je služba, kterou jsme se rozhodli nabídnout jako pomoc v době, kdy končí rok a ve firmách se neví, co dít.

V podnikové prodejně v Oflendě se dá zakoupit vše z vašeho sortimentu?

Prodejna funguje po celý rok, s blížícím se podzimem je znát i vyšší návštěvnost a větší obrát. Předpokládáme, že hlavní sezóna nastane před Vánoci podobně jako loni. K dostání zde bude vše, co umíme vyrobit, tedy kolem 800 dekorů. Různé tvary, velikosti, barvy, sestavy. Výběr toho, co již je zařazeno v běžném sortimentu, je za ten rok od znovuzahájení výroby, opravdu bohatý.

A jak se ujal e-shop? Není obtížné dopravovat doslova snad nejkřehčí zboží na světě?

E-shop měl loni velmi dobrý start, spustili jsme ho těsně před svátky, nyní prodej do-

plňujeme, a zhruba od poloviny září by měla být široká nabídka všeho, co jsme vymysleli. Samozřejmě že není nejjednodušší zasílat vánoční ozdoby, ale máme speciálně upravené obaly, které naše výrobky velmi dobře ochrání. Získali jsme zkušenosti i s dopravou do zahraničí, vše se podařilo. Nezasťírám, že se občas něco rozbije, ale to jsme schopni okamžitě napravit. Takže na dokonalé obaly i speciální požadavky na přepravu spoléháme a zasílat po celé republice se nebojíme.

Kdo je autorem nových motivů? Podle čeho se rozhoduje, co půjde do výroby, a co ne?

Autorství patří nám všem. Ale nová kolekce se nerodí jen tak, že bychom hned začali vyrábět, co někoho napadne. Udělá se rámcové zadání, například podle toho, komu má být kolekce především určena, a naše zkušené malířky na základě vlastní inspirace připraví vzorky. Posuzujeme je pak z několika hledisek. Například toho, jak ozdoba vypadá, když ji vložíme do krabičky. Musí se líbit na první pohled. Určitě ji zkoumáme i podle toho, jak jí to bude slušet na stroměčku. Může se jednoduše stát, že v krabičce je nádherná, ale na stroměčku nevynikne vůbec. Pak nemá šanci se do výroby probojovat. Při vědomí toho, že největší hodnotou je vložená lidská práce, se snažíme pečlivě vyhodnocovat každý nápad.

Jaké trendy v nadcházející vánoční sezóně budou převažovat?

Snažíme se sledovat trendy v interiérovém designu a podle toho reagovat. Přesto se však musíme držet toho, co vyžaduje zákazník. Ten je v případě vánočních ozdob značně konzervativní a má vztah spíše ke klasice, z barev je to červená, zlatá, stříbrná, bílá či zelená. Největší zájem je o bílou a stříbrnou, zlatou, červenou. Ženy pak tíhnou k růžové a fialové. Čili bavíme se zejména o trendech v barevnosti. Pokud jde o tvary, kouličky převažují, ale významně je doplňují další jako ptáčky, labuť, zvonečky apod.

Manažersky i finančně rozjet výrobu v době covidových starostí asi nebylo úplně jednoduché. Co jste museli zvládnout především?

Výrobu jsme rozjžděli loni v září. To bylo svým způsobem skoro po covidu, po největ-



ších obavách z něj. Přesto nám dělalo nejvíce problémů, když naši zaměstnanci onemocněli nebo museli nastoupit do karantény. Někteří jsou díky povaze výroby nezastupitelní, a tak jsme museli práci vždy přeorganizovat, pozměnit, začít dělat to, co byl kolektiv schopen zvládnout. To bylo na řízení velmi náročné. Navíc jsme potřebovali, aby všichni jeli víc než na sto procent – bylo před Vánocemi, na trh naším prostřednictvím vstoupila nová značka, chtěli jsme být vidět, zalistovávali jsme se u jednotlivých odběratelů. Bylo to dramatické a velmi vysilující. Zvládnout tyto závazky bylo pro nás největší výzvou.

Co řešíte dnes? Rozvoj značky, obchodní strategii, případně export?

Vývoz je také na pořadu dne, ale chceme být silní v kramflecích hlavně na domácím trhu. A až o tom budeme přesvědčeni, pak se vydáme do dalších destinací. Zatím se chystáme například překlomit e-shop do dalších jazykových mutací. Dostali jsme také možnost ozdobit v Bruselu v Evropském parlamentu tamní vánoční stromček, upřesňují se podrobnosti. Pokud by se to skutečně podařilo, bude to pro nás obrovská čest i reference. Také se připravuje již 5. ročník Příběhu vánočního stromčku na Zámku v Loučnu pod názvem Óda na radost, protože radosti, ať chceme, nebo ne, není nikdy dost. Proto jsme se rozhodli ty nádherné vánoční a předvánoční chvíle připomenout právě v tomto duchu. Umět se radovat z krás kolem sebe, to je to, co lidé dnes potřebují. Rádi k tomu přispějeme.

Až budete v prosinci bilancovat, hodnotit, bude tím nejkrásnějším dárkem úspěch, je-li hož Koulier dosáhl?

Spíš když budeme mít na příští rok práci. Nezasťírám, ani nás neminuly potíže s energiemi, dodávkami materiálů, potýkáme se s řadou potíží jako ostatní výrobci. Doufáme však, že okolnosti nám umožní pokračovat v tom, co jsme začali, v co věříme a co nás naplňuje. Taková firma se nedá vybudovat za dva roky, myslím, že nejdříve za pět let budeme schopni hodnotit, zda se nám to, co jsme si předsevzali, podařilo.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl ■■■



Každá čtvrtá žena zvažuje odchod z pracovního procesu

Dva roky pandemie změnilы pohled mnoha žen na jejich kariérní život. Plných 25 % pracujících žen dle studie publikované McKinsey Global Institute zvažovalo, že ve svém zaměstnání skončí a opustí trh práce. Náročné sladění osobního a pracovního života v době pandemických omezení totiž často vedlo k extrémnímu vyčerpání, v mnoha případech dokonce až na hranici vyhoření.

Ze zkušeností Colliers, přední společnosti poskytující diverzifikované profesionální služby v oblasti komerčních nemovitostí a správy investic, vyplývá, že rozhodnutí opustit svou kariéru může snadno zaměstnavatel zvrátit úpravou pracovního prostředí i podmínek nebo investicí do zaměstnancovy rekvalifikace.

Nepředstavitelná skutečnost

Na českém trhu práce převládá dlouhodobý nedostatek uchazečů, a to napříč téměř všemi obory. Aktuální nezaměstnanost je 3,1 %, což dle posledních dostupných dat Eurostatu představuje nejnižší hodnotu v celé Evropské unii. Ke konci června nabízelí zaměstnavatelé prostřednictvím Úřadu práce ČR celkem 319 408 volných pracovních míst a na jedno volné pracovní místo připadá v ČR v průměru 0,7 uchazeče o zaměstnání. Poptávka po pracovních tak stále převyšuje nabídku a odchod takového počtu žen z českého trhu práce



by byl fatální. Aktuálně se v produktivním věku nachází téměř 3 100 000 žen, jejich čtvrtina tedy reprezentuje 775 000.

Rekvalifikace jako možné řešení

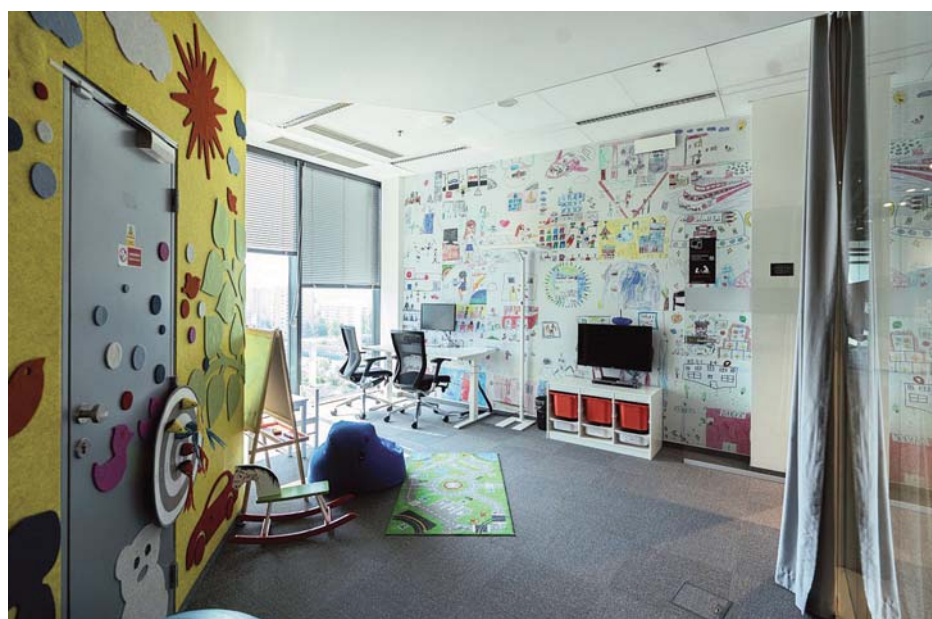
Zabránit tomuto scénáři lze dle expertů ze společnosti Colliers například nabídkou rekvalifikace a úpravou pracovních podmínek. Díky digitalizaci a novým technologiím totiž vzniká obrovské množství nových pracovních pozic, které umožňují větší flexibilitu, vzdálený přístup i lepší sladění osobního a pracovního života. Právě tyto pozice tak

mohou být šancí a příležitostí pro ženy, které nyní zvažují odchod. „Firmy přecházejí na digitální procesy rychlým tempem a v rámci ESG pravidel mimo jiné tlačí na maximálně bezpapírové a automatizované provozy, které využívají potenciál digitálních řešení. V rámci této transformace je tedy třeba si také vyhodnotit, co je možné poskytnout lidem na pozicích, které již nebudou potřeba, a jak je díky rekvalifikaci zachovat ve firmě,“ vysvětlila Jana Vlková, ředitelka Workplace Advisory společnosti Colliers.

Úprava kanceláří dle potřeb firem

Za tímto účelem by však firmy měly uzpůsobit své kanceláře i na školicí aktivity a poskytnout svým zaměstnancům prostor pro jejich efektivní rozvoj. „Doba covidu-19 nám prokázala, že efekt online školení na dálku je velmi omezený a fyzické předávání informací, zkušeností a znalostí je jednoznačně pro zaměstnance vhodnější a efektivnější. I to je tedy jeden z důvodů, proč by si měly firmy své kanceláře zachovat,“ řekla Jana Vlková s tím, že jejich funkci a vybavení je však třeba upravit tak, aby zde byla možná nejen standardní individuální práce, ale také setkání v menších i větších týmech, které budou mít k dispozici kvalitní zázemí pro co nejlepší demonstraci nových technologií. „Při návrzích a stavbě nových prostor se snažíme vždy reagovat na aktuální potřeby trhu, firem i zaměstnanců. Nové funkce, rozvržení a úpravy prostor jsou pak navíc atraktivnější pro firmy i zaměstnance, kteří se po pandemii snáze vrací zpět,“ dodala Jana Vlková.

(tz)



Naše odpovědnost nekončí za branami závodů, ani za dveřmi kanceláře

Společenská odpovědnost není téma nové, ale stále naléhavější. Je to prostor k tvořivému pojetí budoucnosti, k ochraně Země, a přitom k lidskému komfortu, který dává smysl. Mění se pohled na svět, mění se naše potřeby. Jak se na příležitosti v souvislosti s udržitelným podnikáním dívá společnost Danone v České republice, o tom jsem hovořila s Monikou Ihnatkovou, Public Affairs manažerkou.

Jak definuje Danone aktivity směrem k udržitelnosti a společenské odpovědnosti?

Danone všechny své aktivity v této oblasti zakotvila pod jednou vizí, která je podle mě velmi výstižná: Jedna planeta. Jedno zdraví. (One Planet. One Health). Nemůžeme projekty zaměřené na udržitelnost dělat bez toho, aniž bychom nebrali v úvahu i naši společenskou odpovědnost. Jsou to spojené nádoby. To, v jaké kondici je naše planeta, úzce souvisí i s naším zdravím a obráceně. A taky je moc důležité si správně definovat otázku udržitelnosti. Co chceme dlouhodobě udržet? Konzumní společnost s velkou mírou komfortu produkující obrovské množství odpadu? Tady se asi všichni shodneme, že tudy cesta dál nevede. Udržitelnost je a musí být spojená s odpovědností – společenskou i jednotlivce. A na to se v Danone snažíme soustředit. Naše odpovědnost nekončí za branami našich závodů, ani za dveřmi kanceláře.

Nakolik to souvisí se zdravým stravováním, potažmo se zdravým rozumem?

Souvisí to spolu a významně. Jak říká dávné latinské přísloví: „Ve zdravém těle zdravý duch.“ V Danone dlouhodobě spolupracujeme s předními odborníky na výživu a na zdraví. A proto víme, že výživa zásadně ovlivňuje náš mikrobiom ve střevech, což má následně vliv na obrovskou řadu procesů v našem těle. Na tělesné zdraví, na energii, na funkci mozku, ale i na naše emoce. Taky víme, že již v prvních 1000 dnech života dítěte můžeme ovlivnit jeho zdraví skrze nutriční programování – jeho fyziologii, tj.

imunitní systém, funkce mozku a metabolismus, ale i jeho stravovací návyky a chuťové preference. A protože to vše víme, tak se spolu s odborníky snažíme edukovat veřejnost v rámci krásné iniciativy 1000 dní.

Obaly jsou jedním z nejdiskutovanějších témat v potravinářství. Je to pro vás také výzva? Co by měly „pokrokové“ obaly splňovat?

Tady bych použila přirovnání k bowlingu. Jestli chcete skórovat a být úspěšný, musíte zasáhnout všechny kuželky, ne jenom jednu nebo dvě. A to platí také o obalech. Veřejná diskuze se teď dost soustředí na plasty, jejich nadprodukcí a následnou ne stoprocentně dořešenou likvidaci. Pak vznikají různé projekty, jako jsou iniciativy bez obalu nebo využívání různých „přírodních“ nebo kompozitních nových obalů, které nemusí vždy splňovat funkci bezpečnosti potravin. Myšlenka je to určitě zajímavá, ale v úvahu je nutné vzít všechny parametry obalu, ne pouze jejich environmentální aspekt. Nesmíme zapomínat, že základní funkce obalu je ochrana zboží před vnějšími vlivy a bezpečná přeprava ke spotřebitelům, což zejména u potravin kvůli jejich bezpečnosti a nezávadnosti platí dvojnásobně. V Danone máme týmy kolegů, kteří pracují na nových redesignech obalů. Při jejich vytváření musí mít dobře zanalyzované všechny etapy životního cyklu výrobku, aby výsledný obal dobře splňoval svoji roli od výroby až po recyklaci. V rámci této LCA analýzy (Life Cycle Assessment) zjišťují, jaký bude mít nový obal vliv na produkci emisí do ovzduší, vody a půdy a jaká bude spotřeba energie a materiálů. Ale také se snaží, aby byl obal stoprocentně bezpečný pro potraviny, aby byl dobře skladovatelný, nenáročný na přepravu a zaujal zákazníky. Myslím, že teď mají hodně napilno, protože Danone si dalo závazek, že do konce roku 2025 bude mít všechny obaly stoprocentně opakovaně použitelné, recyklovatelné nebo kompostovatelné.

Měly by se už malé děti učit ve školce, poslze žáci ve škole, ale i v rodině, vnímat více souvislosti života na zemi?

Jednoznačně ano, jsme toho všeho součástí. Není to přece otázka my a ona (Země). Víme, že nová generace mladých lidí je vůči tomu velmi



Monika Ihnatková

vnímavá. Je to první velmi důležitý krok. Ale ke změně to nestačí. Musíme taky vědět, co a jak to chceme změnit, čeho tím dosáhneme a jaká jsou případná rizika. Právě proto bychom se už od raného dětství měli této otázce věnovat. Vzdělávat se, diskutovat a racionálně argumentovat. Mám osobní zkušenost ze školky, kterou před lety navštěvoval můj syn. Měl štěstí na výborné pedagogy, kteří to uměli dětem hravě přiblížit a zaujmout je. Snažím se v tom nadále pokračovat a naštěstí je na trhu již několik zajímavých knížek pro děti na toto téma. Jako příklad můžu jmenovat knížku Mia a svět od Barbary Nesvadbové.

Čím vy sama přispíváte v rámci firemní strategie k tomu, aby se lidem žilo lépe?

Vyhledávám projekty a příležitosti, které jsou v souladu s naší vizí „Jedna planeta. Jedno zdraví“. Nespokojuji se jenom s tím, že se jednorázově zapojíme do nějakého projektu a máme tzv. splněno. Sama vymyslím aktivity, které bychom mohli s našimi partnery uskutečnit. Buduji dlouhodobé vztahy s organizacemi, chci, aby nás lidé vnímali jako skutečného partnera, na kterého se můžou spolehnout. Kromě již zmíněné iniciativy 1000 dní, která je zaměřená na výživu malých dětí, podporujeme i jiné organizace, jako je Nedoklubko, Právě Teď, Vím, co jím a piji, STOB a další. Nejde o kvantitu nebo o to být u všeho. Jde nám hlavně o to, aby naše energie vložená do projektu dávala smysl. Někdy malý krůček může být velkým krokem pro...

za rozhovor poděkovala Eva Brixí



Téma osobní spokojenosti a umění žít mne fascinuje

Práce není za trest, pracoviště není vězení a šéfové nejsou dozorcí. Naopak zaměstnání má vedle hmotného zajištění přinášet i seberealizaci, vnitřní uspokojení. Ani dnes to však nelze dostat samozřejmě. Ubylo sice fyzické dřiny, ale stouply enormně nároky na naše duševní zdraví. Jak podpořit psychiku v pracovním procesu, o tom jsme se bavili s Mgr. Martinou Vančurovou, MBA, koučkou z pražského Institutu Origanum, který je projektem Axis Medical a investicí zdravotnické divize skupiny Invest & Property Consulting, a.s., spoluautorkou knihy Mindfulness pro každého.



Mgr. Martina Vančurová, MBA

Proč by se měli ve firmách zajímat o duševní zdraví zaměstnanců?

Každá firma si tuto otázku musí zodpovědět sama, přičemž odpovědi se nabízí spousta: protože je to in a my chceme jít s dobou, protože nám záleží na osobní spokojenosti našich zaměstnanců, protože chceme snížit odchodovost, protože víme, že zdravý zaměstnanec je lepší než nemocný, protože na to máme budget a máme to nařízeno od centrály, protože jsme si vědomi, že naše práce jako taková duševnímu zdraví neprospívá, takže bychom to lidem rádi vykompenzovali. Motivaci může

mít každá firma jinou, a to je v pořádku. Podle ní je pak ale třeba zvolit vhodnou formu podpory wellbeingu a svůj záměr taky napříč firmou jasně komunikovat, aby investovaná energie přinesla své ovoce.

Tak jako tak, duševní zdraví je obrovská hodnota, to je neoddiskutovatelné. Je na firmě, aby zvážila svou strategii, jak intenzivně ji chce podporovat: Je duševní zdraví v péči o naše zaměstnance prioritou číslo jedna? Je to jedna z mnoha forem podpory našim zaměstnancům? Je to jen doplňková záležitost spíše jednorázového charakteru? S největší pravděpodobností bude fungovat úměra, že čím větší

prioritu pro firmu bude wellbeing mít, tím blíže bude mít k misi firmy a jejím hodnotám.

Dále je třeba si uvědomit, že duševní zdraví ve firmách je velmi široký pojem s přesahem do psychologie, psychiatrie, osobního rozvoje, medicíny, HR, managementu. Než se do toho společnost pustí, kromě priority by měla stanovit i cílovou skupinu zaměstnanců, pro něž bude péče určena, a také vhodné formáty a témata, jimž se bude věnovat.

Společnosti se mohou vydat formou lehké prevence a edukace informativního charakteru. Nebo zaměstnancům chtějí poskytnout bezpečný prostor, kde budou moci s odborníky mluvit o problémech, jako jsou deprese, úzkosti, závislostní chování? A co jim poskytnout podporu při zvládání každodenních starostí souvisejících s emocemi, vztahy nebo nenadálými životními situacemi? Podpořit je posilovacím retreatem určeným na míru právě jim nebo pravidelnými setkáními s terapeutem? Firma se také může soustředit na to, jak zaměstnancům dodat tipy pro ještě lepší a naplněnější život, podpořit je v pocitu seberealizace a naplnění nebo je chtít provést změnou a poskytnout jim sérii setkání s koučem. Možná, že někoho bude třeba naopak nasměrovat do většího klidu, naučit ho odpočívat, meditovat, zdravě vypnout. Nebo využít fyzioterapeutické či psychosomatické konzultace, protože dlouhodobá psychická nerovnováha má tendenci manifestovat se fyzicky. Možností je spousta.

Přitom je třeba mít na paměti, že není nic osobnějšího než duše a psychika. Pokud péči o ni firma podpoří, z neosobního zaměstnavatele se může stát osobním spojencem. Každá firma bude mít svoje co a proč v oblasti duševního zdraví odlišné. V Institutu Origanum jsme po konzultaci schopni složit firmě na míru program z několika modulů, v závislosti na její kultuře, cílech, strategii, rozpočtu, tak aby byl co nejefektivnější.

Patří dnes wellbeing spíš k prvním vlaštovkám, nebo už vidíte jasný nový trend?

Trendy ve firmách jsou zrcadlem trendů ve společnosti. Téma wellbeingu a duševního zdraví začalo být v širší společnosti aktuální v minulém desetiletí, ve firmách, zejména těch mezinárodních, bylo spíš zaměřeno na zpříjemnění pracovního prostředí. Vznikaly smart officy se zónami určenými k různým účelům – meditační, kreativní, chill-out místnosti, vyba-vené bary a kuchyňky. Šlo o jakési zútulnění neosobních openspaceových officů v administrativních budovách.

Tento trend se promítl i do oblasti zaměstnaneckých benefitů. Zatímco dříve stačily stra-

venky, mobil a notebook, postupem času začaly i benefity cílit na zpříjemnění života, tedy jistou formu wellbeingu – objevil se poukazy na masáže, fitka, příspěvky na dovolenou. S přibývajícím nárůstem případů vyhoření začaly firmy přicházet s nabídkou firemních psychologů, případně byly schopny zaměstnancům zajistit přednostní přístup k lékařům, psychiatrům či terapeutům. A konečně poslední a masivní nárůst zájmu o duševní zdraví se dostavil s covidem. Probíral se vliv home office na duševní zdraví, nárůst úzkostí, spotřeby psychofarmak, domácího pití a vůbec dopadu celé pandemie na lidskou psychiku.

Ještě bych ráda podotkla, že tady hovoříme spíše o korporátním prostředí, nikoliv o malých firmách, nebo dokonce státním sektoru. V tomto prostředí se peníze na podporu podobných trendů najdou daleko snadněji, v péči o státní zaměstnance je to téměř nepředstavitelný luxus. Řekla bych, že právě teď jsme v období, kdy se láme chleba a teprve se ukáže, jestli půjde jen o pomíjivou módní záležitost, která ustoupí další novince, nebo se z podpory wellbeingu stane dlouhodobý trend, či dokonce běžný standard. Asi nejhorší variantou by bylo, kdyby se z něj stala nařízená, zinstitutionalizovaná povinnost, další BOZP nebo GDPR... Ze společnosti přitom trendy a potřeby udržitelnosti, lidskosti, ekologie, autentičnosti a určitých duchovních hodnot zaznívají zcela zřetelně, firmy by na ně proto měly zareagovat dřív, než se od lidí vzdálí nereálnými a nezdravými požadavky na maximalizaci zisku a výkonu na úkor spokojenosti zaměstnanců.

Co tedy mohou zaměstnavatelé udělat pro to, aby se u nich lidé cítili v pohodě?

Připomeňme si, co by měla být práce – místo, kde zúročuji svou jedinečnost – talenty, schopnosti a dovednosti, tak že za to dostávám peníze. Zároveň je to místo, kde trávím třetinu svého času s ostatními lidmi. Zaměstnavatelé by se měli tudíž snažit zajistit přesně toto – nabízet smysluplné pracovní pozice lidem, které pro ně mají předpoklady, takže je bude bavit, a férově jim za to zaplatit. Nastavit přátelskou a slušnou firemní kulturu. To jsou jejich hlavní úkoly. Zní to velmi jednoduše, ale mnoho zaměstnanců k těmto základním věcem přístup nemá. Cesta vede přes zjednodušování administrativy a procesů, zpřístupnění možnosti vidět konkrétní výsledek vlastní práce nebo její příspěvek k dobré věci, tak, aby zaměstnanci mohli zažít satisfakci, a v neposlední řadě zajištění příležitosti projevit se svobodně a přirozeně.

Pro to, aby se zaměstnanci cítili v pohodě, často zaměstnavatelé přicházejí s pozornostmi, jako je káva zdarma, zmrzlina, když je vedro, masér na pracovišti jednou za čas. Je to milé,

pokud je to jakási nadstavba k fungujícím základním povinnostem zaměstnavatele, které jsem zmiňovala výše. Pokud však nefungují, káva zdarma určitě nebude to, co kvalitního zaměstnance udrží ve firmě.

To jsou věci, které zaměstnavatelé mohou udělat svépomocí. Skutečnou péči o duševní zdraví ale nezvládnou zajistit bez odborníků.



foto Kateřina Šimková

Přináší s sebou taková péče o pracující vysoké náklady? A vrátí se vložené prostředky?

Záleží, jak to firma pojme, jakou strategii zvolí, kolik má zaměstnanců, jaký typ programů si vybere. V Institutu Origanum nabízíme firmám program na míru sestavený z několika modulů, v závislosti na tom, co vnímají jako svou prioritu. Po konzultaci navrhne, co konkrétně vylepšit v procesech či v pracovním prostředí, tak, aby měly nepřímý vliv na wellbeing. Dále nabízíme formáty na přímou podporu duševního zdraví, které je možné použít buď plošně pro všechny zaměstnance, skupiny, nebo individuálně. Mohou to být akce edukativní, obecnějšího charakteru, prospěšné pro jakéhokoliv člověka. Pro skupiny zaměstnanců dokážeme připravit i velmi specializované programy na základě fenoménu, s nímž se potýkají nejčastěji. Věnujeme se nejen výkonovým a pracovním oblastem, ale také zvládání osobního života. Když člověk nahlédne do vzorce ze svého osobního života, pozitivně se to promítne i v práci. Náš člověk může také po určitou dobu fungovat přímo ve firmě, aby se dané problematice věnoval intenzivněji, uvnitř společnosti.

Pokud jde o náklady, odpověď je různá. Čím víc do hloubky bude program působit, tím větší investice s ním bude spojená. Zároveň podpora duševního zdraví má za následek větší stabilitu, spokojenost a menší odchodovost zaměstnanců. Tím pádem odpadají náklady

na nábor, zaškolování, adaptaci a čas, než by noví zaměstnanci získali zkušenosti a jistotu těch, které by případně nahradili. Důležité je hlavně přesvědčení o prospěšnosti záměru. Když bude mít firma dobře definováno své co a proč, vložené prostředky se vrátí.

Jaké jsou vaše zkušenosti s wellbeingem, čím si získal vaši pozornost a jak vás uspokojuje taková práce?

Téma osobní spokojenosti a vůbec umění žít mě fascinuje od mala, ale trvalo mi roky, než jsem svůj přirozený zájem přetavila v profesi. Dříve jsem pracovala na manažerských pozicích ve francouzských firmách, v oblasti zákaznické zkušenosti. To období bylo pro mě klíčové ve dvou věcech: uvědomění si důležitosti služby a zjištění, že mě naplňuje pomáhat lidem nacházet vnitřní bohatství a rozvíjet je. Odtud už byl jen krok ke koučinku.

Koučink mě nadchnul tím, jak je podpůrný v tom, když chceme věci měnit, a zároveň vede pozornost k tomu, co se v klientovi odehrává. Věřím tomu, že každý má své vnitřní zdroje potřebné k tomu, aby si zajistil svou spokojenost. Koučink je velmi proklientský, nedává uniformizované recepty, neříká, že je něco správně a klient by se tomu musel podřítit. Každý má to svoje správně úplně jinde a mě baví to s klienty nacházet.

Je to služba konkrétnímu člověku v tom nejcennějším, co má, kvalitě jeho života. V tom vnímám velkou výtěžnost své práce, vážím si toho, že můžu být při tom a je to extrémně uspokojující.

Před pěti lety mi přišlo do života mindfulness, iniciovala jsem zrod firemního mindfulness programu, začala praktikovat, a dnes ji používám s klienty jako účinný nástroj pro získání náhledu na to, jak člověk funguje. Jsem také spoluautorkou knihy Mindfulness pro každého. Mindfulness nebo také všímavost či meditace je kouzelná v tom, že je velmi praktická pro každodenní život, když to velmi zjednoduším, pomůže vám se nestresovat, zklidnit, uspořádat si vztahy k sobě i ostatním, ale zároveň může zprostředkovat náhled na podstatu bytí a hluboce změnit životní hodnoty. Každý v ní najde to, co potřebuje.

A pokud mluvíme o wellbeingu v práci, velmi mě oslovil koncept tyrkysových organizací Frederica Laloux. Tyto firmy staví na samořízení, celistvosti a evolučním principu, které mají enormní vliv na loyaltitu, spokojenost a wellbeing zaměstnanců. Ve společnosti, kde jsem pracovala, jsme na pilotním týmu vyzkoušeli tento koncept v praxi, jeho využití se stalo i tématem mé dizertační práce. Věřím, že tímto směrem se bude ubírat budoucnost firem. Moc firmám fandím, aby tu transformaci zvládly, a přeji jim co nejvíc osvědčených lídrů.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Geis: Ženy v logistice jsou důležitou součástí našich týmů

Ač by se mohlo zdát, že logistika je výhradně mužským oborem, není tomu tak. Leader na českém přepravním trhu, firma Geis, zaměstnává ženy na široké škále pozic od řadových pomocných až po ty manažerské. A do logistiky proudí navíc žen stále více. Nahrává tomu fakt, že díky technickému a technologickému pokroku je práce fyzicky méně náročná.

Logistika již dávno není jen o kupeckých počtech a těžké fyzické práci. Jde o moderní odvětví, kde dochází k propojování složitých informačních systémů a toku obrovského množství dat, která je třeba optimálně využít. Rozvoj automatizace procesů, digitalizace a inteligentních řešení – to vše v celém logistickém řetězci pomáhá ulehčit lidskou práci. Obor se stává tedy čím dál dostupnější i ženám. Dokládá to Jaroslava Šindelářová, HR manažerka společnosti Geis CZ: „Poměr žen u nás ve firmě postupem času rostl a v současné chvíli tvoří zhruba 40 % všech pracovníků. Dobře se uplatňují na pozicích napříč celým spektrem od nejnižších až po vedoucí.“

Dříve existovala velká závislost na mužích zejména v případě práce ve skladech. Díky technologickému pokroku, vychystávacím a třídícím strojům a skladovým robotům mohou nyní ženy zvládat úkoly, které byly dříve jen výsadou mužů. U Geis tak najdeme nyní i ženy jako obsluhu vysokozdvíhových vozíků, pickerky zboží, manipulantky, pracují ale i jako vedoucí skladu. Výhodou také je, že na některých těchto pozicích není nutná znalost českého jazyka, jelikož obrázkové technologie pro vychystávání zboží jsou mezinárodní. Při probíhající imigrační vlně je tato možnost o to aktuálnější.

Převaha žen je jednoznačná ve skladu e-shopu dm drogerie markt v Pohořelicích, který pro drogistickou firmu zajišťuje výhradně společnost Geis. Tam tvoří ženy až 90 % všech zaměstnanců, některé jsou i z řad těch, které odešly do ČR z Ukrajiny. Vzhledem k povaze zboží je důležitá preciznost a pečlivost, a tu obvykle umí nabídnout právě ženy. Ty mají významné zastoupení i na logistickém projektu firmy Geis pro výrobce a distributora potravin AG Foods nebo u klienta obchodujícího s dětským zbožím babymarkt.de. Vedoucí projektu pro dm drogerie markt a AG Foods je také žena, Vladimíra Tučková. Jak sama řekla: „Logistika mi dává obrovskou



Jaroslava Šindelářová



Vladimíra Tučková



Yveta Kolská



Bohuslava Vašková

příležitost kreativně tvořit, vymýšlet, inovovat a rozvíjet. Mám ráda, že téměř každý den je jiný – svoji roli hraje celá řada proměnných. Základem ke zvládnutí všech výzev, včetně té covidové, je dobrá vzájemná spolupráce v týmu. A ten máme u nás skvělý.“ Logistický provider má ve svých řadách i řidičky. Přestože této profesi stále výrazně vévodí muži, existuje i řada žen, které řídí velmi rády a ve svém zaměstnání jsou nadmíru spokojeny. Povoláním bytová designérka Yveta Kolská před třemi lety pomáhala na dispečin-

ku kamarádovi, který měl přepravní firmu. Obor jí učaroval, brzy si sama pořídila první tahač a začala jezdit za volantem velkého kamionu. Ráda vzpomíná na své začátky: „Když jsem přijela jako řidič začátečnická na pobočku Geis v Modleticích, kolegové se mě ujali a pomáhali mi s couváním k branám logistické haly. A to je i jedna z věcí, která mě na této profesi těší. Jelikož ženy za volantem kamionu jsou stále spíše výjimkou, řidiči mužského pohlaví se nám ženám snaží se vším pomáhat. Práce v kolektivu Geis mě moc baví a ženám

bych ji určitě doporučila.“ A dodává, že tahle řídí raději než osobní auto – kabina je prostorná, ovládání přehledné, spousta věcí automatických, všude dobře vidíte. Dle jejích slov je kabina vozu takový pohodlný obývací.

Na pozicích klientského servisu a dispečinku lze ženy ve společnosti Geis vidět často. Možná se budou muži zlobit, ale nezdá se, že na tyto pozice se hodí více právě ženy. Bývají trpělivější, empatičtější a často jsou obdařeny schopností vykonávat více úkolů najednou. Tyto vlastnosti jsou v přímém kontaktu s klienty a dalšími důležitými prvky celého řetězce velmi pozitivně vnímány.

Zástupkyně ženského pohlaví nejsou neobvyklé na administrativních pozicích. I u firmy Geis běžně pracují asistentky, fakturantky, účetní, obchodnice nebo marketingové specialistky na centrále v Ejovicích u Plzně a všech dalších 28 pobočkách po celé České republice.

Přepravce má ve svých řadách ženu na pozici v oblasti IT, kde také často dominují spíše muži. Jak se v pozici IT specialistky Geis cítí Bohuslava Vašková, která je v práci obklopena muži, dokládají její slova: „Přestože je většina mých kolegů z řad mužů, je to vždy o lidech, a ne o pohlaví. Mám velké štěstí na bezva spolupracovníky.“ Bohuslava je ve firmě již 20 let, přesto se nenudí. Práce v mužském oboru ji baví také proto, že musí čelit neustále novým výzvám a projektům, hledat souvislosti, orientovat se v odborné problematice, a zároveň komunikovat se zákazníky a uživateli vyvíje-



foto Pixabay

ných aplikací. I jiným ženám by takovou práci doporučila: „Určitě je zde příležitost využít svůj potenciál. Práce je pestrá, zajímavá, po odborné stránce zde funguje dobrý systém vzdělávání. Oceňuji i komunikaci napříč firmou, která je pro mě, jako ženu, velmi důležitá. A navíc se neustále vylepšují a přibývají zaměstnanecké benefity, což je moc fajn.“ I vedoucí pozice firma obsazuje ženami. Jako jednu z výhod zaměstnávání žen na manažerských postech vidí HR manažerka Jaroslava Šindelářová v tom, že v rámci rozhodovacích procesů dokážou právě ženy zajistit širší perspektivu řešené situace nebo problému. Také

jsou více zaměřeny na detail a obvykle pečlivější než muži. Vždy je však samozřejmě nutné individuálně posoudit vhodnost pozice pro daného kandidáta bez ohledu na pohlaví.

U firmy Geis vidí ženy často perspektivu a stabilitu. Jedním z důkazů je to, že po mateřské a rodičovské dovolené se rády vrací. Některé z nich jsou i po dobu rodičovských radostí alespoň částečně zapojeny do dění, aby byly neustále v obraze a jejich plný návrat do zaměstnání nebyl takovým šokem. Pokud to provoz umožňuje, Geis vychází maminkám vstříc například pružnou pracovní dobou nebo zkráceným pracovním úvazkem. (tz)

Diář, který propojuje tradice, přírodu, naši přítomnost

TraDiář na rok 2023 je neobvyklý diář plný informací o tradicích pro dny všední i sváteční. Spojil kalendář jmenný, občanský a liturgický s cyklem přírody a zemědělským rokem, a na ně navazujícími svátky a zakořeněnými zvyky. Součástí TraDiáře je 12 originálních textů farářky Marty Viktorie Kopecké, které nás vybízejí k zamyšlení nad daným měsícem. TraDiář navrhuje možnou aktivitu spojenou s proměňující se přírodou nebo významnými dny.

Tento diář také poradí, jak zařadit do života denní, týdenní, měsíční i roční rituály a jak neproměškat významné dny a přípravu na ně. Budeme tak vědět, kdy a co je Tučný čtvrtek nebo Popeleční středa, jak se jmenují postní neděle, kdy se vynášá zima, kdy nás čeká svatomartinské posvícení nebo svatojánská noc a jak se slavily dříve, kdy začíná advent nebo kde se vzal Den matek. Život v cyklech a rituálech může pomoci v nejisté době. Budeme se tak mít na co těšit a chuť plánovat nejen práci a povinnosti, ale i radosti a zábavu.



TraDiář rovněž vysvětluje, proč se některé svátky slaví den předem, a nabízí komplexní pohled na cykličnost roku a propojenost svátků s přírodou. A protože Velikonoce, masopust, letnice nebo adventní neděle jsou svátky pohyblivé, nabízí termíny těchto svátků pro rok 2023 i se zvyky, které je doprovázejí. Kromě klasického týdenního kalendáře se jmény, státními svátky a významnými dny v něm najdete i vysvětlení původních i dnešních zvyků, včetně informací o tom, proč se

některé svátky slaví o den dříve (Štědrý den nebo Mikuláš) nebo každý rok jindy (Velikonoce, letnice). „Na začátku“ každého měsíce vás čeká originální text farářky Marty Viktorie Kopecké, vybízející k zamyšlení nad příslušným měsícem a jeho tradicemi, a informace o aktuálních svátcích. Nechybí přehled školních prázdnin a volných dní ani seznam sezónní zeleniny a ovoce a shrnutí toho, co se děje v přírodě. Jednou měsíčně TraDiář navrhuje možnou aktivitu spojenou s proměňující se přírodou nebo významnými dny. Pomůže

vám tak přirozeně zařadit do života tradice a rituály a naladit se na pravidelný rytmus přírody. TraDiář je určen pro všechny milovníky tradic a hodí se do každé rodiny – pro maminky, babičky i kamarádky. Pro všechny, kteří rádi používají tištěné diáře a chtějí se dozvědět něco víc a pomocí tradic se znovu napojit na přírodu a komunitu lidí kolem sebe. Diář je k dispozici ve dvou různých verzích obálek a s nádhernou grafikou, vnitřek diáře je stejný. Diář vydalo nakladatelství Smart Press, k dostání na www.smartpress.cz. (tz)

Rekonstrukce bydlení nabírají tempo

Stoupající ceny surovin, drahé energie, zdražující hypotéky. To vše jsou faktory, které v letošním roce zpomalí výstavbu nových bytů. Domácnosti se naopak ještě více než v minulých letech pustí do rekonstrukcí. Celková částka rekonstrukcí nemovitostí určených k bydlení tak v České republice letos poroste nejrychleji v celé Evropě.

Celková částka investic mířících do rekonstrukcí rezidenčního bydlení dosáhne v letošním roce v České republice 3,26 miliardy eur, tedy asi 81,5 miliardy Kč. Meziročně to představuje nárůst o 20 %, uvádějí data Euroconstructu. „Nové bydlení se kvůli vyšším cenám, drahým energiím i růstu úrokových sazeb hypoték stává stále nedostupnějším. Lidé ale chtějí bydlet lépe, proto letos rezidenční trh potáhnou také rekonstrukce,“ vysvětlil generální ředitel Xella pro ČR a Slovensko Peter Markovič. Podle odhadů Euroconstructu tak objem rekonstrukcí rezidenčního bydlení poroste letos v České republice nejrychleji v celé Evropě. Po loňském rychlém růstu je očekávané tempo zvýšení rekonstrukcí pro Evropu v tomto roce na úrovni 2,6 % a žád-

ná jiná ze sledovaných zemí by neměla růst více než 10% tempem. K této hranici se přiblíží jen Španělsko či Irsko. Vývoj rekonstrukcí v České republice je částečně zkreslen loňským propadem, kdy zájem investorů více směřoval k novému bydlení a získání hypotéky za výhodné ceny. I tak je ale letošní výhled velmi optimistický. Letošní rychlý růst zájmu o rekonstrukce lze dát do souvislosti především s vyššími úrokovými sazbami hypoték. Zatímco ještě loni v létě dosahovala průměrná sazba hypoték 2,5 %, nyní už přesahuje 6 % a odborníci očekávají další vzestup. Vysoké sazby pak zřejmě vydrží minimálně po celý příští rok.



foto: Martin Šimek

Český bytový fond je stále velmi zastaralý, průměrně stárí bytu či rodinného domu je téměř 40 let. Dochází tak k celkovým renovacím domů a bytů, přeměně jejich dispozice, časté jsou proměny koupelen či kuchyní. „Nicméně novým fenoménem jsou vysoké ceny energií. Ty motivují domácnosti hledat různé energetické úspory. Domácnosti stále častěji rekonstruují, nebo zateplují, volí více ekologické a vhodné tepelněizolační materiály, např. pórobeton. Vidíme proto velkou poptávku po našich produktech, všechny naše továrny pracují na plný výkon,“ dodal Peter Markovič. Naopak výstavba nových domů a bytů v České republice letos zpomalí. Po loňském rychlém růstu lze očekávat zpomalení o zhruba 8 %, trh se tak stále bude pohybovat na předcovidové úrovni roku 2019 a celkový objem nové rezidenční výstavby by měl dosáhnout asi 7,5 miliardy eur (187,5 miliardy Kč). A podobný jako letošní rok by měl být i rok příští, uvádí Euroconstruct. K největšímu rozvoji nové bytové výstavby přitom dojde letos v Irsku, celá Evropa by měla růst zhruba 2% tempem. Nová bytová výstavba v Evropě by měla být mírně nad úrovní předcovidového roku 2019. (tz)



Fejeton

Nejkrásnější věk

Teď vám prozradím jedno velké tajemství. Nebojte se zestárnout! Čeká vás totiž nejlepší životní období, nejkrásnější věk. To, co vám bylo dříve zakázané, anebo nedosažitelné, máte najednou po ruce. Mluvím o skutečné svobodě, která patří k těm hodnotám, pro něž stojí za to žít. Nečerpám jen z vlastní zkušenosti, ale znám celou řadu vrstevníků, kteří mi dávají za pravdu. Nejenže si rozumíme, ale vidím na nich, jak jim těch šest, sedm, osm „křížků na krku“ jde náležitě k duhu, jak vypadají spokojeně. Ale ano, máte pravdu, že starobní důchod nezní právě libozvučně a lákavě. Proto se taky z penzistů stali senioři a domovy důchodců se transformovaly na penziony. Není to zas taková novinka, už za socialismu se nehodilo říkat „starý člověk“, ale „dříve narozený“. Většinová společnost tím vyjadřuje určitý odpor k projevům tělesné a duševní degradace, které se začínají projevovat s přibývajícím věkem, a snaží se vytěsnit strach ze smrti, již nerozumí. Kult mládí a výkonnosti ji ovládá tak silně, že nutí lidi se šedinami do ztřeštěných kousků, které sluší mladým a nezralým. Tandemový seskok padákem jako dárek ke zlaté svatbě nemusí vyjadřovat skrytou touhu dětí a vnoučat po dědictví. Spíš ho lze chápat jako celkové nedorozumění všech zúčastněných. Na vysvětlenou musím však uvést: Tak jako všechno v životě i stárnutí má svoje pravidla.

Nevyučují se ve školních budovách, nevysvětlují se v médiích hlavního proudu, v apatyce je nekoupíš. Buď jsi k nim dospěl sám, získal rodinnou výchovou, oťrískán životem, a možná i mnoha předchozími životy, nebo ti unikají a nechápeš, o čem jde řeč.

Když mluvíme o svobodě jako o nejvyšší hodnotě, musím jí plně rozumět a stát o ni. Jít proti proudu, když cítím, že to je správné. Neskočit na každou hloupost, kterou nám někdo chce nasadit do hlavy. Netoužit po uznání za všech okolností. Nesnažit se jít s módou, když neodpovídá mému vkusu, zkušenostem a přesvědčení. Prostě svobodně se rozhodovat, což vyžaduje určité úsilí, a přináší i ztráty nejen finanční a prestižní.

Ale kdo si může dovolit odporovat soustavnému tlaku okolí? Ano, člověk pod penzí, o jehož postoj se už nikdo valně nestará, kdo se dá jen těžko zmanipulovat. Jak na něj, když má své osvědčené zásady, nemusí každé ráno vstávat do práce a tam dělat, co se od něj žádá? Nesplácí hypotéku, domácnost a šatník už nemusí doplňovat a autobusem jezdí za polovic? Moje bábinka mi říkala, že režim nemá nás důchodce rád. Zažili totiž jiné, lepší časy, ještě jim slouží paměť (spíš ta dlouhodobá než krátká), nenechají se opít rohlíkem, a navíc odčerpávají zdroje ze státního rozpočtu. Vždyť o nich svého času kolovala říkanka: „Dědeček a babička ujídají chlebičku!“

Nechci tvrdit, že vyšší věk nemá i svá úskalí. Má je, ale lze se jim úspěšně vyhnout. Nesmíme však podlehnout strachu z nemoci, osamělosti a nemohoucnosti. Obávám a úzkostem tohoto druhu se můžeme úspěšně bránit. Než

myslet na choroby je lepší si zacvičit a dopřát tělu a mysli to, co žádají. V sedmdesátí však už bývá pozdě. Sám jsem si s prvními známkami stárnutí vytvořil určitý zdravotní program a ten už dvě desetiletí dodržuji. Odložil jsem cigaretu, bez níž mi káva nechutnala a relax neměl tu správnou hloubku. Skleničku přenechal jiným, alkoholické opojení vyměnil za meditaci a jógu. A když jednoho dne přišlo závažné onemocnění, rozebral jsem se po stránce hmotné a duchovní a upravil životní styl. Někdo začne chátrat, když si umíní, že už nemá pro co žít. Děti odešly a ztratily o něj zájem, přišel o šéfovskou židli a radost něco užitečného tvořit. Prázdnota ho ubíjí a jeho mysl zaplnily chmury z toho, co ho teď čeká. Stává se to těm, co se na zasloužený odpočinek nedokázali správně připravit. Teprve když se na šinec osvobodí od otravných každodenních povinností, může si plnit sny, k nimž se dříve nedostal. Konečně přečíst knihovnu, na níž léta sedal prach. Vychutnat si filmy, které chtěl vidět a v nichž je jak v konzervě uchována atmosféra jeho dětství a mládí. Sednout do vlaku, do auta nebo na motorku a objet republiku. Nebo jen spočinout v hlubokém rozjímání a nechat se ovládnout hlubinami svého vnitřního klidu.

Nenechám si vymluvit od nikoho, že nejkrásnější věk prožívám právě teď, když jsem oslavil sedmdesátku. A vůbec nepochybuji o tom, že každý, kdo chce, může mít jako já to nejúžasnější stárí. Opravdu jen chtít, to je to tajemství, které vlastně tajemství není. Protože se nikde neskrývá, je dostupné nám všem. Tak proč si to neužít?

Pavel Kačer

Zdravé a sezónní: to je Krása nejen na talíři

Jdou dohromady sezónní suroviny a správná sezónní péče o pokožku? Zastoupení francouzské kosmetické značky GERnétic ve spolupráci s výživovým poradcem a biologem Mgr. Richardem Husovským a šéfkuchařem Statku Břežany Václavem Círem připravilo publikaci Krása nejen na talíři. S ohledem na péči o pleť, zdravý životní styl i správnou přípravu pokrmů objasňují, proč má smysl naslouchat ročním obdobím.

Na 44 stranách čtenáře provázejí tři významné osobnosti. Alena Kimlová, hlavní firemní kosmetička a školitelka GERnétic, hovoří o výživě kožních buněk a měnících se potřebách pokožky během roku. Richard Husovský ozřejmuje, proč je užitečné dávat přednost sezónním druhům zeleniny. Pro každé roční období vybírá jeden, na jehož základě sestavil receptury jednotlivých pokrmů. O jejich přípravu před fotografováním se postaral Václav Cír působící jako šéfkuchař Statku Břežany. „Výživa je jak základem krásy, tak zdraví. S Richardem Husovským GERnétic spolupracuje víc než dva roky. Pro naše odborné kosmetičky připravil již řadu přednášek, v nichž zdůrazňuje roli pitného režimu a konzumace zeleniny. Jeho znalosti a přístup se dokonale snoubí s filozofií GERnétic. Když jsem se však ptala, zda pro své

klienty, kterým radí s životosprávou, přípravu je také recepty na míru, odpověděl, že ne. Ale že přeci jen nějaké má a zatím jsou schované v šuplíku. Zrodil se projekt Krása nejen na talíři,“ komentovala vznik publikace Ing. Andrea Trčková, výkonná ředitelka zastoupení GERnétic pro Česko a Slovensko.

Útlá knížečka je rozdělena do čtyř receptových kapitol podle vybraného druhu zeleniny. Začíná netypicky létem, kterému dominuje brokolice. Navazuje podzimem, v němž prim hraje cuketa. Zimu ovládla mrkev a jaro se nese v duchu listového salátu. V každé z nich čtenář nalezne nejen dva recepty na snadné a rychlé pokrmy, ale také benefity, které jednotlivé sezónní druhy přinášejí. „Zelenina je způsob, jak lidské tělo skutečně nasytit. Často strádá kvůli příliš malým velikostem porcí. Ale ty by se měly přizpůsobit velikosti žaludku, který má v průměru objem jeden litr. A zelenina tak dodá tělu vše, co potřebuje ke spokojenosti. Správná porce s bohatým množstvím zeleniny pomůže vypnout hlad, spustit

tvorbu hormonů sytosti, produkci optimálního množství trávicích šťáv a enzymů. Zelenina navíc poskytuje rozpustnou vlákninu, která reguluje hladinu krevního cukru a inzulinu a nerozpustnou vlákninu, která pomáhá očisťovat střeva od zbytků tráveniny,“ vysvětluje stručně Mgr. Richard Husovský, výživový poradce a kouč.

V závěru čtenář objeví rozsáhlou kapitolu, která se věnuje krásné pleti a péči o ni, jež se mění podle rytmu ročních dob. GERnétic je právě o výživě kůže, přesněji o buněčné výživě a buněčné terapii. „Zakladatel značky Dr. Albert Laporte na základě mnoha buněčných výzkumů a biopsií postavil účinnost jedinečných produktů GERnétic. Filozofie, kterou stvořil, však byla holistická, zaměřená

na člověka jako celek. Výživa a péče o pokožku jsou v ní chápány jako sestry. Společně tvoří harmonii krásy a zdraví,“ uvádí Alena Kimlová, hlavní kosmetička GERnétic. (tz)

K zakoupení na recepci LK SERVIS / GERnétic, Slánská 381/10, Praha 6, e-mail: info@gernetic.cz



INZERCE

KOMPLEXNÍ POJIŠTĚNÍ OBČANŮ



- **občanské stavby** - hlavní stavba, vedlejší stavby, byty jako stavbu,
- **domácnost** - trvale obývaná, rekreační, majetek v garáži na jiné adrese než domácnost,
- **občanská odpovědnost**
- **domácí asistence**

Možnost sjednat kompletní nebo jen jednotlivá pojištění, výběr ze tří variant rozsahu pojistných nebezpečí, možnost dalších připojištění.



POJIŠTĚNÍ SAMOSPRÁVNÝCH CELKŮ



- **movitý a nemovitý majetek** - včetně cenností, inženýrských staveb, sakrálních památek, městského mobiliáře nebo dopravního značení,
- **odpovědnost** - samosprávních celků a jimi zřizovaných subjektů za škodu způsobenou třetí osobě, včetně odpovědnosti zastupitelů.

POJIŠTĚNÍ PODNIKATELŮ FORTEL



- **stavby** - stavby včetně stavebních součástí a příslušenství staveb,
- **movité věci** - provozní, výrobní a obchodní povahy, hotové a rozpracované výrobky, zásoby, věci cizí a stavební součásti, pořízené na vlastní náklady,
- **odpovědnost** - za škodu na věci nebo zvířeti, za újmu na zdraví a životě, za újmu z vlastnictví stavby, za následnou finanční škodu,
- + **dodatková pojištění** - náhrada nákladů zdravotních pojišťoven, odpovědnost za škodu na věcech převzatých, vnesených a odložených, za újmu způsobenou vadou výrobku.

Výběr ze tří variant rozsahu pro každé pojištění, varianty lze kombinovat.



**HASIČSKÁ
VZÁJEMNÁ
POJIŠTŮVNA, A.S.**

**www.hvp.cz
info@hvp.cz
222 119 119**



Nabízí vaše cukrárna typické české zákusky? Požádejte o certifikát Czech Specials!

**Získejte možnost více zviditelnit svou cukrárnu
a přilákat nové tuzemské i zahraniční zákazníky.**

Jak získáte certifikát?

- Vyplníte elektronický formulář na czechspecials.cz
- Uhradíte certifikační poplatek
- Úspěšně absolvujete návštěvu kontrolora
- Certifikát Czech Specials získáte na 3 roky

Projekt Czech Specials popularizuje českou kuchyni a podporuje ty, kteří ji nabízejí ve vysoké kvalitě svým zákazníkům. Certifikát Czech Specials potvrzuje kvalitu podávaných pokrmů i služeb poskytovaných v restauracích a kavárnách po celé České republice.