

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

listopad 2022

Poznámka z deníčku

Eva Brixí

Ten čas je denně nový
Stále mi je v patách a nesleví
Někdy příliš smolný
A jindy zase dotěrný
Můj příběh lehce zestárnul
Ale stále voní
Laboratoř hříchů snáší z nebe své anděly
Ptám se jich prozaicky
Co vařit v neděli
V deníčku našla jsem poznámku
Že si mám koupit růžovou kabelku
Všeho je moc
Od každého kousek
Pár týdnů do Vánoc
Chvilé snění
Jak hodiny zapomnění
Kruček k lehkosti bytí to není
Utíkat chce se mi
Od denních pořádků
A od řešení
Místo toho jdu pozpátku
Na písťalku hraju
A cosi naivně
Muchlám si v pozlátku
I když čas ještě nezačal
Pospíchám dál

Lenka Mašková

Odpovědnost je moje hodnota,
srdeční záležitost

rozhovor na stranách 10–11

Milé dárky pod stromeček značky Frosch

Hledáte tip na malý, přitom praktický dárek v podobě sprchových gelů a vůně do interiéru? Inspirujte se u značky Frosch.

Sada vybraných sprchových gelů Frosch Senses obsahuje gely Granátové jablko, Aloe vera a Pomerančový květ. Šetrné složení hýčká i citlivou pokožku a lehké vůně pečují o dobrou náladu při každém mytí.

Vůně do bytu Frosch Oase Pomerančový háj – bytový parfém s náhradní náplní (red)



Pod mým vedením vyrostlo několik výborných manažerů

Co stojí za úspěchem? Osobní přednosti, profesionální znalosti, týmová spolupráce, silná vůle a nezlomný optimismus, štěstí...? Asi od každého trochu a ještě něco navíc. Vyplyvá to z rozhovoru s generální ředitelkou společnosti Oracle Czech s.r.o. Renatou Dvořákovou, která byla oceněna v 29. ročníku prestižní soutěže MANAŽER ROKU 2021 letos na podzim.



Renata Dvořáková

Vaše řídicí schopnosti jsou vysoce ceněny. Za vás hovoří především výsledky nadnárodní společnosti, v jejímž čele stojíte. Ale jak se rodí, vychovává a zraje špičkový manažer?

Pro mě osobně bylo důležité, že jsem si cestu do vrcholné manažerské pozice budovala postupně. Začínala jsem na pozici obchodníka a krok za krokem budovala vztahy se zákazníky, obchodními partnery a kolegy v Čechách i v zahraničí. V průběhu let jsem získávala zkušenosti v různých odděleních zaměřených na odlišné segmenty trhu. Neustále jsem rozvíjela své manažerské dovednosti a znalost trhu. Těší mě, že pod mým vedením vyrostlo

několik výborných manažerů a mnoho úspěšných obchodníků.

Zaujalo mne vaše veřejné přiznání, že vám nevyhovuje ženský kolektiv. Je snazší řídit vysloveně mužský pracovní tým?

Když jsem začínala svoji pracovní kariéru v IT, bylo to více mužské prostředí, než je tomu dnes. Byla jsem tehdy velmi vděčná svým kolegům, že mi pomohli se zaškolením. Později jsem dospěla k poznání, že nejlépe fungují smíšené týmy složené z mužů a žen. Mám vyzkoušeno, že v těch smíšených se pracovníci vzájemně doplňují svými individuálními schopnostmi, talenty, a i po lidské stránce fun-

gují lépe. Proto se snažím při doplňování kolektivu vybrat nového člověka, aby nám dobře lidsky zapadl do celku a obohatil nás svým přístupem.

Proč je tak málo „ajťáčků“? Nevypovídá to o jejich diskriminaci v tomto oboru?

Těší mě, že „ajťáčků“ celkově přibývá, ale zároveň vnímám, že v týmech, které jsou zaměřené na vývoj technologií, jsou muži stále v převaze. My v Oracle neustále usilujeme o to, abychom měli i v úzce specializovaných skupinách větší zastoupení žen. Proto jsme hrdými partnery Czechitas, kde se nám díky naší intenzivní spolupráci podaří každým rokem několik šikovných „ajťáčků“ najít.

Cítíte se spíš odborníkem na management, nebo IT technologie?

Nejsilnější se cítím být v práci s lidmi, ať jde o vedení, nebo vyjednávání se zákazníky. Dokážu pochopit přednosti konkrétní technologie a společně s ostatními tyto přínosy srozumitelně komunikovat teamu zákazníka. Komunikace probíhá na více úrovních a moje protistrana obvykle nepotřebuje znát detailní technické specifikace, ale potřebuje vědět, že díky naší technologii vyřeší problém. Moji kolegové si ke mně často chodí pro radu a dostávají pozitivní zpětnou vazbu.

Čím je vaše společnost Oracle Czech nezastupitelná v české ekonomice, jaký je její největší vklad? A jaké je postavení české pobočky v nadnárodní firmě?

Naše produkty a služby využívá řada státních institucí a podniků, které provozují kritickou infrastrukturu nebo poskytují služby, které jsme zvyklí mít neustále k dispozici. Jsem ráda, že se na naše technologie můžou spolehnout, a když něco nefunguje, staráme se o rychlou nápravu. Česká pobočka patří k největším v regionu a s našimi více než 2000 zaměstnanci jsme významným zaměstnavatelem.

Odbourali jsme většinu papírových dokumentů a plně jsme digitalizovali podepisování smluv. Interní komunikace, včetně školení nováčků, se přesunula na online platformy. Brzy nám ale začala chybět spontánní komunikace navzájem, neformální porady a společné obědy.



Jak proměnily vaši práci dva roky covidu a lockdownů? Co vás naučily, o co připravily a na co budete vzpomínat?

Krátce po vypuknutí pandemie v březnu 2020 vedení Oracle rozhodlo, že všichni naši zaměstnanci budou pracovat z domu. Technicky

jsme byli velmi dobře připraveni a přechod na home office proběhl hladce. Odbourali jsme většinu papírových dokumentů a plně jsme digitalizovali podepisování smluv. Interní komunikace, včetně školení nováčků, se přesunula na online platformy. Brzy nám ale začala chybět spontánní komunikace navzájem, ne-

formální porady a společné obědy. Ukázalo se, že osobní interakce je nenahraditelná, a nyní jsme rádi, že můžeme kombinovat práci v kanceláři s prací z domova.

Dáváte si konkrétní cíle ve svém osobním a kariérním životě? Čeho byste ještě chtěla dosáhnout?

Jako většina manažerů i já si stanovuji kariérní a osobní cíle. Poslední dva roky ukázaly, že je potřeba být připraven své cíle upravovat vzhledem ke stále se měnícím podmínkám. Ráda bych si ještě časem vyzkoušela podnikání a chci se podívat na Island a do Japonska.

Jste optimistka, nebo spíš realistka? Co vám dělá největší radost a s jakými pocity jste přijala ocenění 29. ročníku MANAŽERA ROKU?

Jsem optimistka. Bez víry, že všechno dobře dopadne, bychom opakovaně nezkoušeli rozvíjet projekty, o kterých jsme přesvědčeni, že jejich realizace bude pro zákazníka přínosná. Ocenění 29. ročníku soutěže mě potěšilo a velmi si ho vážím. Je to nejen závazek do dalších let, ale také potvrzení, že moje práce dává smysl. Největší radost mi ale dělají moji dva dospělí synové.

rozhovor připravil Pavel Kačer

INZERCE

NADĚJE

Mgr. Jarmila Podhorná

Doplňek stravy

Doplňek z bylin jako podpora organismu proti virům a virovým onemocněním

Tato kúra je sestavena z bylin a pupenových výtažků, které zvyšují imunitu a působí protivirově. Kúru lze doplnit i grepovým olejem na potírání.

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

Mgr. Jarmila Podhorná - NADĚJE
objednávky na tel./fax: 582 391 207,
GSM: 737 525 301 poradna: 582 391 254
798 46 Brodek u Konice 3
e-mail: objednavky@nadeje-byliny.eu
www.bylinnyherbar.cz

www.nadeje-byliny.eu



Jak pozdržet vůni

Nedávno jsem se ocitla na přehlídce švédských parfémů, kde jsem si mohla vyzkoušet vrstvení vůní a míchat pro sebe samu optimální elixír. Byla to zábava a nová zkušenost, nikdy bych totiž netušila, že taková možnost, vlastně i koncept, existuje. Poznala jsem několik kolekcí parfémů, nořila se do jejich mámení s chutí i zvědavostí. Testovacích proužků se mi vedle diáře nakupilo hodně. A nebyly to ty tenoučké, jaké známe z parfumerií, ale takové, které se daly rádně ovonět a uchopit prsty, aniž by se člověk bál, že mu upadnou na dno kabelky. Bylo mi líto je vyhodit. Co s nimi? Udělala jsem si z nich záložky do knížek. Voní mi čtení, voní mi večery.

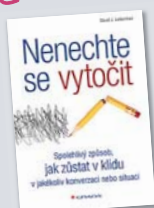
Eva Brix, šéfredaktorka



Tip Grady

Nenechte se vytočit

David J. Lieberman



Zhluboka se nadechněte a počítejte do deseti... Přemýšlejte... Představte si své šťastné místo... Asi jste slyšeli všechny tyto techniky zvládání hněvu, ale jaksi se u vás míjejí účinkem? Kniha vám nabízí komplexní pohled na základní emocionální, fyzické a duchovní příčiny hněvu a pomocí jednoduchých a praktických nástrojů vám ukáže, jak hněv uhasit dříve, než k němu vůbec dojde.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

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

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

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



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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

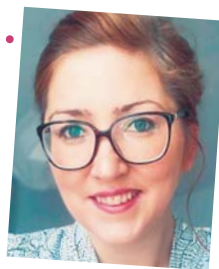
www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

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

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

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



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Veronika Hanzlíčková
Contexto Consulting s.r.o.
projektová manažerka

Na zdravou výživu má každý jiný pohled. Pro někoho to znamená jíst od rána do

večera zeleninu, pro jiného to může být nákup potravin od farmářů. Za mě je to určitá vyváženost a pestrost v jídlu. To znamená dopřát si plnohodnotnou potravu bohatou na bílkoviny, tuky i sacharidy. Jako požitkář a milovník jídla jsem úplně nepropadla kouzlu přidávání luštěnin do sladkého pečeni a jiných pokrmů, na druhou stranu je mi jasné, že pestrý jídelníček tvořený kvalitními surovinami je základem všeho. Ale upřímně – nemám výčitky, když si jednou za čas dopřeju burger, čokoládu nebo třeba zmrzlinu.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

Mgr. Ladislav Kavan
LK SERVIS
majitel

Většinu života se pohybuji mezi ženami.

Začalo to pedagogickou fakultou, pokračovalo několika lety ve školství, následovalo „26 let“ mezi kosmetičkami a klientkami kosmetiky GERnétic. I na Statek Břežany, který provozujeme jako prostor pro ubytování skupin, přijíždí většina žen. Kdybych si nemyslel, že muž dokáže ženu pochopit, nemohl bych v těchto oborech pracovat. Ale něco na tom asi bude, když se říká, že muži jsou z Marsu a ženy z Venuše. Způsob uvažování mají obě skupiny rozdílné. Aby muž mohl pochopit ženu, je dobré, aby mu v tom žena pomohla. Žena by měla mít na paměti, že se muži obvykle dokážou soustředit jen na jednu věc. Chtít po muži něco, když se dívá třeba na fotbal, je nesmysl. V ten okamžik ji muž nevnímá a ani nechápe. Druhou věc, která mužům pomůže pochopit ženu, je, když si žena uvědomí, že ji muž do hlavy nevidí. Uvedu klasický příklad z partnerských vztahů: ona se těší, že budou mít výročí, očekává květiny, romantickou procházku zakončenou večeří... On vůbec netuší, že mají výročí a domluví si pivo s kamarády. Neshoda, rozčarování, a možná i hádka jsou na cestě. Přitom by možná stačilo, kdyby ona výročí připomněla a přednesla své představy: miláčku, příští týden máme výročí, nepůjdeme na večeři? Muži a ženy se vzájemně pochopit mohou, chce to jen snahu a toleranci na obou stranách, na Marsu i na Venuši.



Informace do kabelky

Tescoma je doma už 30 let

Za každou silnou značkou stojí zpravidla silný příběh.

Nejinak je tomu u zlínské firmy Tescoma, která 11. listopadu oslaví 30 let své existence. Firemní historii začali psát v roce 1992 dva kamarádi a spoluhráči z kapely, pánové Jiří Vaculík a Petr Chmela. Z malého businessu, který odstartoval v pronajaté garáži ve Zlíně, vznikla během několika let prestižní značka. Zlín je dodnes sídlem společnosti, jejím pomyslným srdcem a současně světovou centrálou. Z Vývojového a Design centra, které je zároveň moderním logistickým centrem s více než 50 000 paletovými místy, putují výrobky do 130 zemí světa. Tescoma uvádí každoročně na trh zhruba 200 novinek. Řada výrobků má světový patent nebo chráněný design a ty nejlepší z nich pravidelně získávají ocenění za design. Právě vlastní vývoj a originální rukopis odlišují Tescomu od konkurence.

(tz)

Sezóna adventních plaveb po Máchově jezeře odstartuje 27. listopadu

Říjnový déšť prostopášně bubnoval do hladiny Máchova jezera, podvečerní čas protkaný mlhami a nostalgií se kolíbal nad vodou a novináři byli letos prvními, kdo si mohl vychutnat plavbu lodí Máj tak, jak se bude odehrávat v době letošního adventu. Ve chvílích, v nichž se těšíme na příchod kouzel a pohádek, vůni jehličí a cukroví, a které vyvrcholí Štědrým dnem, mají příznivci neobvyklých zážitků možnost pookřát na palubě největší lodi společnosti Regata Máchovo jezero a.s.

Shánění dárků, dekorování, pečení vánočky i další přípravy. Když se to podaří, zajdeme na trhy, potkáme se se známými, stihneme dětské besídky. Co ale letos zařadit do programu pro jízdku po jezeře?

Čtyři výjimečné neděle

Plavbu po českých vodních plochách jste možná už zažili, ale vyzkoušeli jste si ji někdy vánočně laděnou? Podmanivá podvečerní atmosféra, koledy i živá hudba, veselí, horký svařák, teplý čaj či káva, naprostá pohoda a třpyt jezera, od jehož hladiny se odráží světla slavnostně vyzdobené lodi. S ratolestmi i kamarády se můžete posadit do podpalubí i ven, zachumlat se do teplé deky, popíjet voňavý nápoj, zanotovat si nějakou tu krásnou písničku z vánočního repertoáru. Ale hlavně se můžete nechat unášet magickou atmosférou, která vám připomene, že čas zázraků a splněných přání přichází právě teď.

Tyto kouzelné momenty si můžete letos dopřát celkem čtyřikrát, každou adventní neděli od 16 hodin. Vyplovává se z přístaviště v Doksech. „První plavbu uspořádáme 27. listopadu, dále 4. a 11. prosince a poslední příležitost se před Vánoci projet po Máchově jezeře budete mít 18. prosince,“ uvedl Vladimír Reichert,



předseda představenstva a ředitel společnosti Regata Máchovo jezero, a.s. Na takovou akci není potřeba žádné speciální vybavení. Postaći dobrá nálada, teplé a pohodlné oblečení. O vše ostatní je na lodi postaráno. Cena lístku na hodinovou adventní plavbu pro dospělého a mládež od 15 let činí 240 korun, pro děti od 4 do 15 let pak 90 Kč a nejmenší námořníci do 4 let plují zdarma.

Jak tradice vznikla

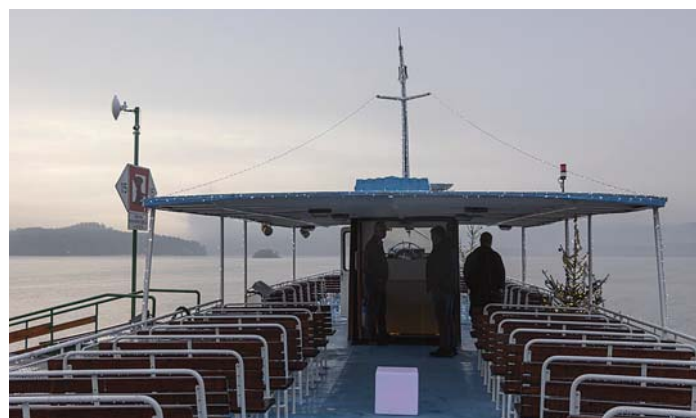
První série plaveb v tomto předvánočním čase se uskutečnila v roce 2018. Autorem myšlenky je Viktor Šedivý, předseda představenstva společnosti Regata Čechy, do jejíž skupiny Regata Máchovo jezero coby provozovatel plaveb náleží. Za současným populárním formátem adventních plaveb, které si získaly srdce veřejnosti, stojí Vladimír Reichert. Vánoční radost na své palubě bude hostit zmíněná loď Máj, ta největší z flotily, která pojme až 250 pasažérů. Pro tuto příležitost se převlékne do svátečního. Díky výzdobě, dekora-

tivnímu osvětlení, hudbě a vůni koření tady pookřeje i ten nejvytíženější člověk. A děti budou nadšené.

Speciální vánoční plavby pro skupiny či firmy

Od listopadu do třetího prosincového týdne nastává také čas firemních akcí a večírků. Regata Máchovo jezero zájemcům dokáže takovou akci v podobě adventní plavby zajistit na klíč. „Dokonce můžeme uspořádat adventní plavby mimo termín nejen pro firmy, ale také skupiny, které by chtěly loď Máj obsadit. Je to ideální příležitost pro netradiční velké rodinné setkání, speciální besídku, narozeninovou oslavu, neobvyklou žádost o ruku. Zkrátka nač si jen vzpomenete,“ přiblížil možnosti Vladimír Reichert. Nejzazší termín pro objednání adventní plavby pro firemní zákazníky je čtrnáct dní před plánovaným termínem. Cena startuje na 18 000 korun a odvíjí se od náročnosti přípravy a počtu účastníků. (rix)

www.regatamachovojezero.cz



Floristika mě úplně pohltila



Bc. Markéta Keclíková

Máte svůj květinový ateliér. Co všechno se v něm odehrává?

V podstatě vše, co v klasickém květinářství – vážeme kytice k doručování, zabýváme se svatební floristikou, vážeme věnce na pohřby, vyrábíme různé dekorace do bytu... Jediný rozdíl oproti květinářství je to, že květiny nemáme na skladě, nemáme otevřeno od – do, ale pouze na základě přijatých objednávek. Tzn., že pokud si od nás budete chtít koupit kytici, pak je potřeba ji objednat minimálně den předem. Což má jednu nespornou výhodu – květiny nakoupíme ve velkoobchodě přímo na vaši zakázku, tudíž nečekají x dní na krámě, a tak se k vám dostanou stoprocentně čerstvé. Kromě toho se v našem ateliéru zabýváme květinovými kurzy všeho druhu – do týdne jich většinou máme několik. Odehrávají se v malém počtu účastníků a zaměřujeme se zejména na praxi. Cílíme zejména na začátečníky, kteří se k nám chodí odrelaxovat. Ještě bych asi zmínila jednu významnou součást našeho podnikání, a to květinový servis pro firmy, kterému se také intenzivně věnuje-

Ještě bych asi zmínila jednu významnou součást našeho podnikání, a to květinový servis pro firmy, kterému se také intenzivně věnujeme. Vybavujeme kanceláře novými květinami a obaly, staráme se o ně či nosíme pravidelné květinové výzdoby na recepci.

Když vstoupíte do květinového ateliéru ROSMARINO v Praze nahoře na Václavském náměstí, máte pocit, že čas zůstal stát na místě, aby vám pomohl vnímat jen a jen krásu tohoto světa. Interiér na vás dýchá čínorodostí a poetikou zároveň, voní to tady kytařskou pozitivní energií, a člověk má pocit, že se ocitl v ráji. Vědra s květinami, všelijaké to nářadí, bez kterého se speciální vazby nedají udělat, pásky, stuhy, přírodniny, svíčky i vlastní výroby, panoptikum kreativity, v němž se zatoužíte schovat před starostmi a průšvihy dne. Oáza nádhery, která inspiruje básníky, designéry i ženy z domácnosti, vystresované manažerky a přepracované podnikatelky stejně jako kohokoli jiného, kdo sem přišel rozkvést. Prostředí stokrát lepší k uklidu v duši než trapné pohovory u psychiatra. Promiňte mi moji upřímnost, tak to cítím. A moc odborníkům, kteří květinám rozumí, a učí to ostatní, fandím. Bc. Markéta Keclíková je jednatelkou firmy ROSMARINO Květinový ateliér s.r.o. a zároveň floristkou, která se rozhodla žít oborem, jenž jí učaroval:

me. Vybavujeme kanceláře novými květinami a obaly, staráme se o ně či nosíme pravidelné květinové výzdoby na recepci.

Vaše profese floristky, to je váš splněný sen, nebo je příběh úplně o něčem jiném?

No asi nemůžu říct, že jsem od dětství snila být květinářkou... Kreativní jsem byla vždycky, květiny jsem měla ráda, ale za mého mládí jsem si neuměla představit, že bych se úspěšně mohla živit v podstatě rukama... Takže jsem poměrně dlouho studovala, pak chvilku cestovala, a poté, co jsem na pár měsíců nastoupila do korporátu, bylo jasno – v kanceláři nevydržím, musím dělat něco na sebe, něco kreativního... Floristika byla první volba s tím, že to prostě zkusím a uvidím. V záloze byly ještě i jiné varianty, hlavně z oblasti výtvarného umění. Nicméně na ty

již nikdy nedošlo, floristika mě úplně pohltila!

Vášeň pro květiny jste skloubila s podnikáním. Jak se to ve vašem případě prolíná a doplňuje? Jste spíš žena businessu, nebo milovník květin a práce s nimi?

U mě to bude půl na půl. Práce s květinami mě moc baví, ale prodat je pak také! Je pro mne těžké oddělit, kde končí vašeň pro květiny a kde začíná business. Pracuji v podstatě neustále, což by tedy nešlo, pokud by mě to nebavilo. Když vážu krásné květiny na svatbu, je to radost i práce v jednom... Ono tedy i samotné podnikání v čemkoliv je natolik kreativní záležitostí a nikdy nekončící činností, že to, že pracuji zrovna s něčím tak inspirativním, jako jsou květiny, už je vlastně jen třešnička na dortu!

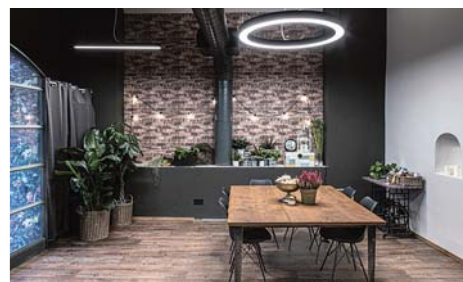
Není trh ve vašem oboru už o velké konkurenci? A jak v ní obstát?

Určitě, konkurence, obzvláště v Praze, je ohromná! Člověk musí být neustále ve střehu, zdokonalovat své služby, vzdělávat se v oboru a nabízet ideálně něco navíc, co konkurence nemá... Je to občas dost náročné, to musím potvrdit. Ale zároveň díky konkurenci člověk neustrne na místě a je se svým podnikáním neustále na cestě, a to mě baví.

Na firemní klientelu cílíte hodně, patří to od začátku do vaší strategie?

Ano, tím, že nemáme právě klasický obchod, kde se laicky řečeno čeká, kdo vstoupí a ideálně nakoupí, cílíme zejména na firmy, kterým poskytujeme kompletní květinový servis. Mimo výše zmíněné i květinové workshopy, které se čím dál více stávají součástí teambuildingů. Teď nás čeká v listopadu „krajsojízda“ po firmách, kde vážeme se zaměstnanci adventní věnce, to je velmi oblíbená činnost. Pro mnoho firem, kam chodíme, už jsme se stali nedílnou vánoční tradicí, to nás moc těší.





Pro koho jsou určeny kurzy, které poskytnete, a co se v nich lze naučit? Objednávají tedy i firmy?

Kurzy na různá témata (vázání kytic, aranžování květin, svatební floristika, vázání věnců apod.) pořádáme několikrát do měsíce během celého roku, včetně víkendů. Navštěvují nás, jak jsem již naznačila, zejména začátečníci, ale také lidé, kteří se floristice chtějí profesionálně věnovat. Kurzy se konají nejvýše v počtu pěti osob, což zaručuje pozornost vyučující floristky všem – takže žádná masovka, důležité pro nás je klienty něco naučit, ale zároveň užít si pěkně strávený čas. Firmy objednávají svým zaměstnancům buď dárkové vouchery na naše kurzy, nebo jezdíme na různé skupinové workshopy my do firem. Vše je na domluvě.

Jste autorkou krásné knihy Můj květinový ateliér, kterou před pár lety vydalo nakladatelství Smart Press. Co jste chtěla sdělit především? A podařilo se?

Na trhu mi chyběla publikace, kterou bych chtěla v začátku svého podnikání já sama – knihu, kde bych našla to nejdůležitější pro práci s květinami, kde bych se dočetla, jak začít podnikat, a kde bych si na praktických ukázkách mohla vyzkoušet různé floristické techniky. Tak jsem se prostě rozhodla si takovou publikaci vytvořit sama. Nakonec mě to zcela pohltilo, knize jsem věnovala několik let. Kromě teorie jsme knihu vybavili i čtyřiceti „květinovými recepty“ neboli postupy pro výrobu různých aranžmá, nafotili jsme přes dvě

stovky snímků. Dle reakcí čtenářů si myslím, že se kniha povedla.

Zdá se mi, že je v aranžování květin už skoro povoleno vše... Vážou se kytice z plevele, větví keřů a stromů, kombinuje se všechno se vším, fantazii se meze nekladou. Jsou ještě vůbec nějaká pravidla, která je nutné dodržovat?

Tak to jste si všimla dobře! Fantazii se meze opravdu nekladou, je to stejné jako s módou – dovoleno je v podstatě vše, co se komu líbí a v čem se cítí dobře... Pořád existují nějaká pravidla, která se týkají samotné floristické práce, jakože úvazek má být pevný, stonky začištěné nebo že aranžovací hmota nesmí být ve výsledku vidět. Je nutné také rozlišit mezi tzv. komerční floristikou a floristikou pro radost. Pokud se floristikou živíte, pak se vám koncový zákazník pro kytici z plevele, byť vám bude připadat dokonalá, bude hledat dost těžko. A zde začíná ten balanc mezi kreativní duší a smyslem pro podnikání...

V jakých tónech se budou odehrávat letos vánoční vazby? Objev se nějaký inovativní trend?

Vánoční trendy (je jich vždy několik, není to jen jedna barva, materiál...) obecně udává vždy na začátku roku vánoční veletrh Christmas World ve Frankfurtu nad Mohanem. Trendy se každý rok mění, tedy spíše obměňují, nemyslíme, že bychom se letos dočkali nějaké senzace... Nicméně velkým směrem posledních let je návrat

k přírodním materiálům, letos je to hodně o papírových ozdobách, sklu... Velký důraz se dává na eko produkty, recyklovatelné materiály... Postřehla jsem také staronový trend – mix zlaté a modré, pak také pestrobarevné Vánoce... Přímě květin či květinových vazeb se ale vánoční trendy příliš netýkají.

Přiznám se, že i já jako laik mám pro práci s květinami slabost. Krásně si při tom odpočinu a načerpám novou energii. Doma nenechám na pokoji jedinou vázu, hrnky, nádoby. Někdy stačí stéblo trávy v láhvi od čehokoli nebo skleněném obalu od svíčky nebo starém kafáči po babičce... A je to nádhera, na kterou se nemohu vynadávat. Co vám přináší kytičky do života?

Právě moje práce mě neustále nabíjí! Spokojený zákazník, když se mi podaří zvládnout nějakou těžkou zakázku, když překonám sama sebe, když mi kurzistka napíše pěknou recenzi... Dcery už mi pomalu dorostly do puberty, už mě tolik nepotřebují (tedy to si myslí ony, samozřejmě), a tak jsem ráda, že se podnikání můžu naplno věnovat a užívat si ho. Kromě květin mě ještě velmi nabíjí cestování, to baví našťást celou rodinu. I když ani při tom cestování si většinou nedám pokoj a sbírám jakékoli přírodní podklady, které se pak v ateliéru hodí, nebo fotím na sociální síti květinářství po celém světě... Takže vlastně ani na dovolené si nedám pokoj, jsem květinový nadšenec do morku kostí!

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Módní návrhářka **chutí a vůní káv**



Jana Kolrusová

Ctíte bylinky? Patří k vašemu životnímu stylu stejně jako nadšení pro zdravé stravování? Pak jste už určitě slyšeli o pampeliškové „kávě“, s níž jako první u nás přišla na trh Jana Kolrusová, přední nutriční terapeutka a zakladatelka poradny Fit, zdraví, výživa® a výrobce unikátních potravin z české byliny smetánky lékařské pod značkou Dandelion®. Co je v jejím portfoliu nového a co teprve chystá? Čtěte dále:

Pampelišková „káva“, kterou se vaše značka Dandelion proslavila, takřikajíc obletěla svět. Stala se hitem i tak trochu módním a vyhledávaným doplňkem stolu mnoha lidí. Kdo si ji oblíbil ale především?

Pampelišková káva se dostala už například do Japonska, Spojených arabských emirátů, sousedního Polska a Slovenska, také do Španělska a Německa. A získala oblibu u všech věkových skupin. Vůbec se nedá říci, že ji mají rádi ženy, či muži, mladí, nebo senioři. A míří i k nejmladším strávníkům, pro které jsme připravili v tomto roce zcela novou kolekci Kafičko pro děti s karamellem a čokoládou. Samozřejmě je v čistě přírodní podobě bez cukru, aromat a barviv. Vše přírodní je zásadou u všech našich výrobků. A toho si cení naši zákazníci, nejen skvělé chuti, vůně a blahodárných účinků pro organismus. Mottem výroby je: S láskou k přírodě.

Nezůstala jste jen u základní pampeliškové kávoviny. Jaké inovace následovaly?

Pampelišková rodina výrobků se velmi rychle rozrostla o další produkty a mnoho z nich získalo v České republice ocenění. Mimo pampeliškového kávovinového nápoje může nabídnout kávomilcům i pampeliškovou kávu, bylinkové čaje pro podporu a udržení pevného zdraví a vitality. Diabetici a odpůrci cukrů si mohou zamlst na probiotických sušenkách, které nám vyrábí usměvavá Jana Študentová v partnerské kavárně Jannie's coffee house v Rožnově pod Radhoštěm. Také můžeme nabídnout luxusní pralinky Dandelionky pro opravdu gurmánský zážitek. Hlavní náplní je macerovaný pražený kořen smetánky lékařské v bílém jamajském rumu z výroby Andělské pralinky Martiny Brandové. V našem sortimentu najdete i naše vlastní koupelové soli, které patří k péči nejen o tělo,

ale také duši. Uvolněné byliny v koupeli klidní mysl a navozují relaxaci pro celé tělo. Receptury připravujeme dle starých bylinkových herbářů, a to z rostlin, které jsou dostupné pro každého v přírodě nebo na zahrádce. Letošní novinkou je zmíněná kolekce zaměřená pro děti a mládež v podobě mléčného pampeliškového kávovinového nápoje.

A proč jste se rozhodla oslovit právě mladší generaci spotřebitelů?

Letošní rok jsme se zaměřili na děti proto, že jsme chtěli podpořit imunitu a dobré zdraví. V postcovidové době je to zapotřebí. Děti v období růstu a vývoje potřebují doplňky pro zdraví právě bylinného charakteru, dětský organismus tyto cenné látky umí využít v maximálním množství.

Smetánka lékařská neboli pampeliška patří mezi bylinky na prvních místech pro regeneraci organismu nejen po postcovidovém stavu, ale hlavně se hodí k podpoře celkové dobré kondice a zdraví.

Kafičko pro děti s karamellem & Kafičko pro děti s čokoládou představují hypoalergenní kávovinový nápoj z praženého jemně mletého kořene smetánky lékařské, sušeného koziho mléka (které je složením nejbližší mateřskému mléku) a pro variantu karamelu je přídavek karamelový pudr, pro variantu čokoláda hořké kakao. Vše je bez cukru, barviv, aromat a dochucovadel. Testování proběhlo v naší kavárně Dandelion v Lázních Bohdaneč, která je součástí naší pražírny a výroby. Oblibu si obě varianty získaly nejen u dětí, ale i u našich lázeňských hostů. Kafičko pro děti v obou variantách dodáváme zatím do dvou mateřských škol v Pardubicích a ohlasy dětí jsou skvělé, tak jak jsme předpokládali. Chutná a moc. Pro snadnou a rychlou přípravu si kafičko oblíbily i paní kuchárky. Věřím, že si tento produkt oblíbí i mladé maminky, které chtějí pro děti zdravé a kvalitní potraviny.

Už je možné výrobek nakoupit přes váš e-shop? A kde ještě?

Všechny naše výrobky najdete na e-shopu www.fitforlive.cz/vyroby. Dále ve vybraných prodejnách zdravých věcí nebo na online farmářském tržišti SCUK www.scuk.cz/dandelion-jana-kolrusova, který funguje napříč celou Českou republikou. Rozšiřuje se i síť kaváren, které mají stále více zájem o spolupráci a rozšíření jejich nápojových listů o naše výrobky.

Přávě dětská kafička jste přihlásila i do České chuťovky. Z této soutěže už jednu zkušenost máte, jak vás motivovala?

Naše výrobky jsou vyráběny s láskou a porozuměním k přírodě. Jejich výjimečnost vnímáme



kazníků, ale i mezi firmami ve formě originálních reprezentativních dáreků a reklamních předmětů. Doba, kdy všechny firmy rozdávaly notesy, kalendáře a propisky, je již pryč. Dominuje nyní poptávka firem po kávě, bylinných a ovocných čajích. Firmám připravujeme vše na míru, zadají nám cenu, počet, a popř. druh reklamního výrobku a my kompletně připravíme od návrhu, cenové nabídky, zpracování grafiky vlastní etikety až po odeslání vybraného výrobku. Firmy i jednotlivci tak mohou mít svou vlastní kávu či jiný nápoj přímo pod svým firemním logem.

Před pár lety jste založila Pampeliškovou kavárnu v Lázních Bohdaneč, která se na podávání pampeliškové kávy specializuje. Jak se jí daří?

Otevření vlastní kavárny, která je připravena pro franšizový systém, bylo plánováno již při nákupu pražicí technologie, kterou používáme jako pátá pražírna v celé České republice. Její šetrnost k samotné surovině a životnímu prostředí přináší zákazníkovi zcela výjimečný nejen chuťový zážitek, ale mohou si užít i kousek našeho příběhu osobně.

Nyní máme za sebou čtvrté narozeniny. Myslím, že se zákazníkům styl a nabídka pampeliškové kavárny moc líbí, rádi se k nám vracejí. Zvláště milé je, když se přijdou podívat ti zákazníci, kteří byli na slavnostním otevření, a ptají se, jestli se nám dobře vede a co nového máme v nabídce.

V prostorách kavárny je také hlavní sídlo výroby pampeliškových dobrot, nachází se zde rovněž pražírna kořene i klasické zrnkové kávy. S čím nyní experimentujete, s jakým nápadem pracujete?

Jedním z velkých a dlouho připravovaných snů bylo vytvoření zcela nového rozměru chuti a pohledu na svět klasických pražených káv. Chtěla jsem vypracovat zcela nový styl, módní, lehký a nadčasový. Myslím, že se povedlo. V létě tohoto roku jsme poprvé uvedli do prodeje

zkušební kolekci květinových káv. S našimi kávami jsme spojili různé kombinace sušených květů a bylin. Podařilo se vytvořit harmonii barev, chutí a vůní. Je to jako když navrhujete šaty, není to jen práce s kávou samotnou, ale s energií, barvami a náladou. Představte si krásný teplý letní večer se západem slunce a k tomu lehkou vůni jasmínu a svěžest čerstvých šťavnatých pomerančů. Nebo louku plnou květin s lehkým větříkem a k tomu omamnou vůni levandule a chrpou uvolňující tělo a mysl. A tohle je jen začátek. V příštím roce budeme přidávat bylinky s blahodárnými účinky pro náš organizmus a koření pro uvolnění napětí a příliv pozitivní energie.

Zmínila jste, že chystáte vánoční balíčky pro firmy i jednotlivé zájemce...

Firmy i jednotliví zákazníci se mohou těšit na variace bylinných a ovocných čajů z našich receptur pod názvem Vánoční čaj. Tradičně budeme vyrábět velmi oblíbenou vánoční kávu s orientálním kořením, která svou vůní a chutí dokresluje opravdovou atmosféru Vánoc. Letošní Vánoce obohatíme o první koupelové soli, které k zimnímu období patří.

Ostatně jsou to právě firmy, které od vás pampeliškovou kávinu odebírají a umožňují svým zaměstnancům vychutnat si zdravý nápoj. Přibývá jich? Když by měla zájem další společnost, co pro to má udělat?

Zájem firem opravdu roste jak o klasicky praženou kávu, kterou odebírají do kávovarů pro své kanceláře, ale i pampeliškový kávinový nápoj se stává standardní nabídkou kuchyněk firem. Je fajn, že firmy mají zájem nabídnout svým zaměstnancům kvalitní surovinu, a tím bojovat proti únavě, vyčerpání, a následně i nemocnosti. Z toho máme opravdu velkou radost. Myslím, že mohu klidně uvést, že mezi naše odběratele patří i Pardubický záchranný sbor.

otázky připravila Eva Brix
www.fitforlive.cz

jako to nejlepší, co můžeme zákazníkům nabídnout. A právě získaná ocenění nás těší, že to co děláme, je kvalitní a chutné, a o to nám jde především. Česká chuťovka je velmi prestižní potravinářská soutěž. Buď váš výrobek hodnotitelské komisi chutná, nebo ne. My máme zkušenost nejen s Českou chuťovkou, a to třikrát, ale i s Dětskou chuťovkou, a to letos podruhé. Dětská hodnotitelská komise je sestavena od dětí až po mládež, rozmanitost chuťových buněk je opravdu velká. Proto nás velmi a srdečně těší i letošní ocenění.

Na příští rok plánujeme novou kolekci bylinných a květinových káv pro dospělé a určité výrobky opět přihlásíme.

Nevadí vám, že jste vlastně vyburcovala konkurenci, aby se i ona soustředila na potraviny z praženého pampeliškového kořene?

Upřímně – spíš z toho mám velkou radost. Další firmy odkoukaly náš unikátní výrobek... Konkurenci vnímám jako pozitivní zpětnou vazbu, že to, co děláme, je chutné a zajímavé. Kdyby tomu tak nebylo, konkurence by si nás nevšimla. Naše výrobky se těší velkému zájmu široké veřejnosti nejen u samotných zá-



Odpovědnost je moje hodnota, srdeční záležitost

Každý máme svůj kávový rituál trochu jiný. Někdo se bez lahodného šálku neobejde hned ráno, u snídani. Jiný mu dává přednost dopoledne, v době plného soustředění na to, co se ten den od něj očekává. Další preferuje popíjení kávičky po obědě či pozdě večer, když u počítače dohání resty z minulého týdne. Někdo konzumuje kávu pro povzbuzení, lepší soustředění na práci, jiný jen tak, pro vlastní vnitřní pohodu či sdílení pěkných chvil s přáteli. Já oceňuji její vůni a hořkou chuť, které se snoubí s potřebou stále něco dělat a vymýšlet. Káva je můj společník i kulisou a bývá se mnou ve chvílích krásných i horších.



Lenka Mašková

Ne každý však ví, že s jeho denním potěšením, kávou, souvisejí i četné snahy o udržitelnost života na zemi, o odpovědné podnikání. Významným hráčem nejen na trhu kávy, ale i v právě jmenovaných principech je společnost Tchibo. Jednou z možností, jak se chovat odpovědně a podpořit životaschopnost kávového odvětví, je kupovat certifikovanou kávu. V České republice se ročně prodá přes 1300 tun fairtradové kávy a více než dvě třetiny z tohoto množství představuje káva Tchibo. To mimo jiné znamená, že za loňský rok dostali pěstitelé kávy od Tchibo ČR zaplacené přes osm milionů korun ve formě tzv. fairtradové prémie. Díky ní mohou pěstitelské komunity investovat do svého rozvoje, například budovat lepší infrastrukturu nebo zvyšovat efektivitu pěstování kávy.

V zemích, kde se pěstuje káva, se ale Tchibo angažuje i daleko důsledněji, protože problémy pěstitelů a ohrožení budoucích sklizní narůstají. Od roku 2009 realizuje program Tchibo Joint Forces, jehož hlavním cílem je pomáhat pěsti-

telům právě při přechodu na udržitelné pěstování kávy, díky kterému mají vyšší výnosy i kvalitnější úrodu, a řešit nejpálčivější problémy pěstitelských komunit, jako je například odklon farmářů od pěstování kávy z důvodu nízkých výdělků či generační výměny nebo vyčerpání půdy kvůli používání pesticidů a chemických hnojiv. Do projektu se již zapojilo a odbornými školeními prošlo přes 43 000 farmářů z devíti zemí v Americe, Africe i Asii. Tchibo je jedním z největších výrobců kávy na světě a je vedoucí firmou na trhu pražené kávy na mnoha evropských trzích, včetně České republiky. V ČR také zaujímá přední pozici na trhu kávového občerstvení a je rovněž jedním z největších mezinárodních maloobchodních prodejců. Své výrobky nabízí prostřednictvím vícekanálového distribučního systému, který tvoří síť kamenných prodejen Tchibo, internetový obchod a síť prodejních koutků ve vybraných prodejních obchodních řetězcích.

O strategii udržitelnosti jsem měla možnost hovořit s Lenkou Maškovou, která má právě

tyto aktivity v České a Slovenské republice na starost:

Jak chutná udržitelná káva? Je z ní cítit závan emocí, vztah k lidem, kteří se na produkci takové kávy podílejí?

Věřím, že ano. Za každým šálkem udržitelné kávy je totiž opravdu velké úsilí spousty lidí, a to si možná málokdy uvědomujeme. Od farmářů, kteří bojují s klimatickou změnou a učí se pěstovat udržitelným způsobem, přes zaměstnance v pražárnách, kteří vybírají ten nejlepší způsob pražení pro danou odrůdu, až po baristy nebo naše prodejce v obchodech, kteří kávu s odbornou znalostí a zároveň láskou připravují.

Kdy se na půdě „českého“ Tchiba začalo o udržitelnosti více mluvit, kdy vznikaly první vize a strategie?

Měla jsem to štěstí, že jsem u toho zrodu sama stála, jsem totiž v Tchibo již více než deset let a po celou dobu se věnuji právě oblasti udržitelnosti. Pro Tchibo jako takové bylo odpovědné podnikání vždy součástí firemní kultury a plnohodnotná strategie odpovědnosti a udržitelnosti byla formulována již v roce 2006.

Kam jste od té doby postoupili?

Ten posun je vidět na mnoha úrovních a vždy mám radost, když se ohlédnu zpět a porovnám to s tím, kde jsme dnes. Velký kus cesty jsme urazili právě třeba v oblasti podpory farmářů a jejich rodin díky našemu vzdělávacímu programu Tchibo Joint Forces®, který pomáhá farmářům zlepšovat jejich pracovní a životní podmínky – učí se chránit půdu a pěstovat bez pesticidů a chemických hnojiv, navazovat dlouhodobé obchodní vztahy, nebo se podporuje udržení a tradice pěstování kávy formou osvěty mladých rodinných příslušníků. Také se pomáhá ženám najít si extra příjem, aby se dokázaly uživit. Pracovním podmínkám se věnujeme i u lidí v továrnách prostřednictvím dalšího firemního programu WE. Obrovský posun jsme udělali rovněž v šíři našeho odpovědného sortimentu. Například již 98 % našich bavlněných textilií pochází z udržitelné produkce, používáme pouze kůži činěnou bez chromu a v naší nabídce naleznete řadu produktů z recyklovaných materiálů. Za velký úspěch považuji redukci obalových materiálů a přechod z plastových obalů spotřebního zboží na papír, čímž ročně šetříme 30 milionů plastových sáčků. U textilních materiálů se hodně posouváme v inovacích, díky kterým zpracováváme lyocellová vlákna, kávovou sedlinu nebo ananasové listy.

Pamatuji se, že to nejsou jen kroky týkající se podpory těch, kteří kávu na plantážích pěstují a sklízí, nebo zaměřující se na bavlníková pole. Zacílili jste kdysi i na výroby ze dřeva. Jak se všechny tyto aktivity snoubí v jeden celek?

Ano, tím, že zákazníkům nabízíme tak široké portfolio zboží od kávy přes oděvy až po vybavení domácnosti, jsou i naše programy a projekty na poli udržitelnosti hodně pestré. Tak jako pracujeme s farmáři pěstujícími kávu, podporujeme a vzděláváme i pěstitele bavlny třeba právě provázením procesem přechodu na ekologickou a udržitelnou produkci a získání příslušné certifikace. Společným jmenovatelem všech těchto aktivit je udržitelnost v každé fázi produktového cyklu daného výrobku, tedy od jeho návrhu/designu přes zajištění surovin, výrobu až po distribuci a recyklaci.

A co vaše snahy doplňuje na regionální úrovni v České republice?

V České republice se zaměřujeme mimo jiné na to, aby odpovědnému přístupu k podnikání rozuměli v první řadě všichni naši zaměstnanci. A protože u nás se sice káva nepěstuje, avšak bez šálku dobré kávy si mnozí svůj den neumíme představit, rozhodli jsme se globální linku vzdělávání přinést i sem k nám a podělit se o své know-how. V rámci projektu Laskavý šálek školíme zaměstnance a klienty sociálních kaváren v oblasti znalosti a přípravy kávy a komunikace se zákazníky. A v neposlední řadě také podporujeme místní komunity a neziskové organizace formou dobrovolnictví nebo odběrem jejich výrobků a služeb.

Na jakých projektech nyní pracujete?

Projektů je mnoho, jak na globální, tak i lokální úrovni. Velkou výzvu vidíme v cirkulární

ekonomice. Pracujeme například na zajímavých inovacích v oblasti kávových obalů. Novinky chystáme i v rámci našich programů na podporu farmářů. Interně připravujeme komplexní „akademii udržitelnosti“ pro naše zaměstnance a vedle Laskavého šálku chceme rozjet i další lokální projekty, které v tuto chvíli procházejí fází posuzování.

Čeho byste praxí udržitelnosti rádi docílili? Zlepšení životního prostředí na Zemi, důstojnějších podmínek k práci pro lidi z jiných koutů světa nebo třeba jen uspokojivého pocitu jedince z toho, že udělal něco užitečného?

Dnes takovou praxi považuji za nutnost pro naše přežití, a to jak v přístupu firm, tak jednotlivců. A obě roviny, jak environmentální, tak sociální, jsou pro nás stejně důležité. Jako rodinná firma cítíme závazek převzít odpovědnost a podílet se na vývoji – a to znamená přispět k řešení těchto problémů nejen slovy, ale i činy. Je pravda, že se obecně více hovoří o tématech ekologických, která mají globálnější dopady, ale celá textilní výroba v asijských státech má tolik výzev, že i tam věnujeme enormní úsilí a investice do našich programů. Pokud nebudou mít lidé důstojné podmínky k životu, nebudou mít dostatečný zájem podílet se na společném úsilí zachránit tuto planetu.

Určitě jsou věci kolem vás, které vás nenechávají klidnou. Třeba odhazování plastových lahví v lese, pohazování nedopalků na chodníku, plýtvání jídlem v domácnostech...

Odpovědnost je moje hodnota, srdeční záležitost. Přesně, jak říkáte, mnohé věci mě nenechávají v klidu. Začít musíme všichni u sebe, a tím můžeme ostatní inspirovat. Třeba i zdánlivé drobnosti v rámci naší každodenní rutiny

mají svůj význam a mohou ve finále hodně změnit, když se tak budeme chovat všichni. Sama se snažím myslet na to, abych si na nákup vzala svoje tašky a sáčky na ovoce a zeleninu. Dávám přednost produktům, které vznikly odpovědně. Nekupuji si již tolik oblečení a spíš jej lépe kombinuji, zajímají mě eko prostředky do domácnosti. Důležité je také v tomto směru již od útlého věku vést naše děti – třeba je učit třdit odpad nebo právě neplýtvat vodou či potravinami. Je skvělé, že zejména mladá generace má o udržitelná témata zájem, vkládám do ní velkou naději.

Myslíte si, že tendence udržitelnosti i s ohledem na energetickou krizi v Evropě budou sílit?

Tato problematika má dvě strany mince. Na jednu stranu právě s ohledem na vývoj v posledních letech tlačí hrozba nedostatku surovin a potřeba ochrany planety spotřebitele ke změně chování a hledání nových udržitelnějších alternativ. Na druhou stranu energetická krize a inflace mohou ovlivnit spotřební chování směrem k nákupu co nejlevnějšího zboží bez ohledu na to, zda vzniklo s ohledem k lidem a přírodě, či nikoliv. Věřím však, že z dlouhodobého hlediska bude tendence k udržitelnosti zesilovat. A to i na straně firem. Tlaky na firemní náklady jsou nyní samozřejmě obrovské, a proto jsem moc ráda, že v Tchibo žádné ústupky či kroky stranou na cestě ke stoprocentní udržitelnosti nenastaly.

Jak tento pojem, tedy udržitelnost, vnímá průměrný český občan? Nemáte k dispozici průzkum na toto téma?

Průzkumy v této oblasti dělá pravidelně agentura IPSOS, se kterou jsme loni spolupracovali i my. Celých 78 % lidí si myslí, že odpovědný přístup k podnikání by měl být základní hodnotou každé firmy. Pro celou polovinu (44 %) je to také něco, co zvažuje při nákupním rozhodování. Nicméně neznamená to, že by si byli všichni ochotni za takové zboží nebo služby nějak výrazněji připlatit. A ještě méně to vzhledem k současné ekonomické krizi lze očekávat do budoucna. Proto se snažíme zákazníkům cestu k odpovědnému chování co nejvíce usnadňovat, a třeba i s různými způsoby odměňovat, například zdánlivou malíčkovitostí, jako je sleva na kávu do vlastního kelímku či dózy. A velkým tématem a úkolem je samozřejmě osvěta a vzdělávání. Jen málo lidí se aktivně a do hloubky o tyto věci zajímá a často si svůj obrázek o firmách a jejich odpovědnosti vytvářejí jen na základě reklamy, bez znalostí pozadí a souvislostí. Proto se dlouhodobě věnujeme informování a vzdělávání našich zákazníků a zapojujeme se i do projektů neziskových organizací i vládních institucí.

ptala se Eva Brixí ■■■



Program Tchibo Joint Forces® v Guatemale – denní centra pro děti z farmářských komunit

GERnétic má svůj niche parfém pro ženy

K emocím patří vůně. Vyvolávají vzpomínky, podbarvují zážitky, spojují nás s druhými. Jsou jako osobitý podpis, uvádí se v tiskové zprávě, v níž se oznamuje vstup nového parfému na český trh. Prohlížím si lahvičku z čirého skla s oblými rohy. V ní se nachází průsvitná tekutina, jejímž tajemstvím jsou esence sestavené tak, abychom si mohly my, ženy, užívat parfém francouzské kosmetické značky GERnétic do sytosti. Ano, Laboratoře GERnétic, které vyrábějí péstící kosmetiku určenou především pro salónní a domácí péči o obličej i celé tělo, se odhodlal proniknout také do sfér, kde, jak se často tvrdí, jsou karty již dávno rozdané. Jak je však vidět, L'Exquis, tak se totiž parfémová voda jmenuje, těmito kartami může určitě ještě zamíchat. O tom, co tento krok pro značku znamená, jsem hovořila s Ing. Andreou Trčkovou, výkonnou ředitelkou zastoupení značky GERnétic pro český a slovenský trh:



Ing. Andrea Trčková

Co chtěl tímto počinem GERnétic sdělit?

Dnešním požadavkem spotřebitelů je především vyjít takřkajíc z davu a pomocí vůně zdůraznit svou jedinečnost, individualitu. Žádají autenticitu, originalitu, chrání svou inti-

mitu a pracují s ní zároveň. Proto se v parfumérském světě zrodilo odvětví niche vůní. Jejich základ tvoří vysoce kvalitní ingredience, vyrábí se v malých sériích, často v rodinných parfumerických či kosmetických podnicích s věhlasnou tradicí v oboru. A my jsme velice

rádi, že se mezi ně nyní řadí i GERnétic. Cílem tedy bylo dát těm, kteří užívají naše přípravky, další přidanou hodnotu, podpořit vztah, nabídnout něco osobitého.

Jak si to přesně v tomto případě představit?

Niche vůně tvoří značky, které nechťejí následovat trendy. Uchovávají si ve svém jádru určitou auru tajemství a výjimečnosti. Nejde však jen o kompozici výsledného produktu. Výrobci si pečlivě vybírají, kde budou jejich výrobky k dostání a jakým způsobem budou prezentovány. Účelem není zalíbit se masám, ale najít dokonalé spojení osoby a parfému. Předávají tak nositelkám a nositelům hlubší poselství, vytváří svým rukopisem v jejich životě novou příběhovou linku. Parfému L'Exquis dala vzniknout touha přenést mimořádnou podstatu produktů GERnétic dál, mimo hranice pečující kosmetiky.

Znamená to, že se budou používat i v salónech?

Zcela určitě. Tato nová vůně skvěle doplní nebo uzavře rituál krásy, který klientka podstoupí v salónu. Umocní zážitek z procedury, vy-



L'Exquis v nabídce o objemu 50 ml a kabelkové velikosti 15 ml

tvoří elegantní, a tak trochu rozvernou tečku za celým prožitkem plným relaxace a příjemných pocitů. Bude v podvědomí ženy celý den, prodlouží hezké pocity, což je velmi podstatné. Navodí pohodu. V dnešním uspěchaném světě je to víc než žádoucí. A jak víme z prvních ohlasů, velmi vítané a oceňované.

Je čich člověka opravdu tak významný smysl, jak se o něm tvrdí?

Možná ještě významnější. Ne nadarmo se říká, když se člověku něco nelíbí nebo mu to není po chuti, že mu to nevoní. Kosmetické procedury jsou pro ženy zónou odpočinku, relaxace a osvěžení, vonná kompozice jim zážitek umocní a zpřítomní, dodá pocit vyrovnanosti, a do duše přivede i trošku klidu, po němž všechny tolik voláme. Čich dokáže více než zrak nebo sluch. Vůně podtrhují naše vyznačování a jsou hodnotným nástrojem komunikace. Umí zcela proměnit náladu, je to dimenze, jež nezná hranic.

O čem parfém GERnétic tedy je, jak jej definovat?

Charakter parfémové vody lze popsat jako kombinaci květinových, citrusových a mořských akordů. Na pokožce se postupně rozvíjí a mění svůj charakter. Nejprve se rozezná svrchní svěží vitalizující tóny limetky, která



Oficiální tiskové představení parfému proběhlo v Květinovém ateliéru Rosmarino v Praze

dodává kompozici na pikantnosti. Je následována srdcem z levandule, bohatého květinově vodního aroma lotusu a povzbuzující hry mořských tónů. V základu vůně se mísí cedrové dřevo a smyslné živočišné bílé pižmo. Myslíme, že je to velmi ojedinělá sestava, která dokáže působit až magicky.

Podle čeho volil výrobce název?

Přeloženo do jazyka českého by mělo pojmenování vyjadřovat vybraný, jemný, rafinovaný, znamenitý, nevšední, mimořádný, vyvolávající skvostné dojmy, mající své kouzlo. Z toho je znát, že jde opravdu o jedinečnou záležitost a ojedinělý výrobek. Prezidentka GERnétic

Mme Ana Laporte jej nazvala vůní jejího života (Le parfum de ma vie), a to se stalo také mottem tohoto parfému.

Dokážete už nyní „předpovědět“ úspěch novinky?

Věřím, že se parfémová voda L'Exquis stane oblíbenou vůní většiny klientek, které používají přípravky GERnétic, a možná díky ní objeví tuto výjimečnou kosmetiku i ty nové, které upřednostňují originalitu. Z prvních čísel se ukazuje, že bude jedním z letošních bestsellerů.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

INZERCE

KOMU TO PÁLÍ, TEN SE POJISTÍ



Pojištění majetku a odpovědnosti **DOMEX+**

☎ 957 444 555



1. místo
Pojištění občanů

ČPP
VIENNA INSURANCE GROUP

Neřídím jen svou firmu

Ing. Simona Myslikovjanová, Ph.D., MBA, MBE, se specializuje na interim & talent management, kde již pomohla stovkám firem z potíží. Věnuje se také psychologii, komunikaci, a především talent managementu a growth mindset, a na pracovištích tak pomáhá vytvářet zdravou a silnou firemní kulturu. Kromě toho, že řídí svou firmu SiMyCo s.r.o., je to ještě žena dalších profesí: na jedné straně jako External Executive Director of Human Resources, jindy jako External Interim Director nebo jako Learning, Talent, Communication, Process & Development Specialist. V tomto roce byla oceněna v Top 13 nejúspěšnějších CEO žen ČR v kategorii Obchod a služby.



Ing. Simona Myslikovjanová, Ph.D., MBA, MBE

Zastáváte názor, že každý člověk je talentovaný. Každý z nás v sobě nosí potenciál, který je třeba odhalit. Jak tedy nejlépe rozpoznat, k čemu je jedinec stvořen? Měla byste nějaký příklad z praxe?

Ano, přesně tak. Každý má talent. Neexistuje člověk, který by vůbec neměl talent a nešel se vůbec k ničemu. Každý je nositelem konkrétních talentů a schopností. Některé vlastnosti jsou již vrozené, jiné získáváme ve velmi mladém věku. Samotný talent však zdaleka nestačí, pokud do jeho rozvoje neinvestujeme dostatek času a energie. Abychom mohli pomoci ostatním jedincům najít a pracovat s jejich potenciálem, musí nejprve začít u sebe.

Pokud známe sami sebe, můžeme si víc věřit, a díky tomu dokážeme lépe vnímat svoji hodnotu. V praxi pak hovoříme o sebevyjádření. Lidé se mohou všemožně lišit výchozími talenty a schopnostmi, zájmy či temperamenty, nicméně každý se může díky úsilí a zkušenostem změnit. Jedinci jsou schopni vlastního rozvoje a mohou dosáhnout svého nejvyššího potenciálu, pokud jsou podporováni v prostředí, které je v každé fázi jejich vývoje přesně šito na míru jejich potřebám.

Ve své praxi využívám metodu Learning by doing, tedy učení se prostřednictvím praktické implementace, kde jedince poznávám více. K odhalení talentů existují různé specializované testy, kterých také využívám, nicméně já

osobně kladu důraz na interakci s jedincem, kde jej poznám, navnímám jeho potřeby, uvažování, pocity, energii a chování. Tedy jeho vzorce. Existuje velmi důležitý vzoreček, kdy se z talentů stávají silné stránky. Jsou to vaše znalosti – tedy talenty a dovednosti – vaše investice, do kterých je třeba investovat dostatek času a energie.

Nedávno jsem vedla velký tréninkový plán pro jednu nemocnici, kde jsem se všemi zaměstnanci v rámci našich meetingů hovořila a poznávala je. Jedna slečna se mi zmínila, že práce na recepci ji baví, nicméně je vystresovaná z pracovního dne, i ze vztahů na pracovišti. Popisovala mi, co zažívá, jak se cítí a co ji užírá. Vytvořily jsme si důvěryhodný vztah, tak jako s každým dalším jedincem. A věci se začaly měnit. Tím, že jsem vedla celý trénink na všech odděleních, včetně managementu, věděla jsem, že se uvolnilo místo na pozici kodérky (administrativní pracovník kontrolující dokumentaci) na oddělení. Ověřila jsem si znalosti a dovednosti recepční a byla jsem přesvědčena, že jako zdravotní sestra s praxí se na toto místo hodí. Zmínila jsem se paní ředitelce o situaci, kterou jsem objevila, a místo bylo slečně nabídnuto. Zpočátku si nebyla jistá, zda nabídku přijme. Potřebovala totiž nejprve porozumět sama sobě. Získala čas na ztotožnění s novou pozicí, které se ujal bravurně, pracovala velmi důsledně, poznala sama sebe. Šla do neznáma a nemohla důvěřovat něčemu, co sama neznala. Její sebedůvěra se posílila a ona se stala šťastnou a spokojenou. Objevila své silné stránky, talenty a svou autentičnost.

Umíte tedy „číst“ lidi?

Myslím si, že ano. Tvrdí to reference a spokojenost mých klientů. Ve své praxi musím reagovat pružně, neboť pracuji s lidským zdrojem. Jakékoli chybné rozhodnutí by mohlo negativně ovlivnit jedince či chod celé organizace. Navíc bych mohla jedince zranit z psychologického hlediska. A proto přistupuji ke každému individuálně, vnímám jeho potřeby, naslouchám mu, nenechám se ovlivnit okolím. Je to o naslouchání, porozumění a parafrázi. Opravdového porozumění můžeme dosáhnout pouze tehdy, když nasloucháme a správně klademe otázky. Zajímá se, avšak nehodnotit. Pochopit druhého.

Jedinci jsou schopni vlastního rozvoje a mohou dosáhnout svého nejvyššího potenciálu, pokud jsou podporováni v prostředí, které je v každé fázi jejich vývoje přesně šito na míru jejich potřebám.

Lhala bych, kdybych nyní nepřiznala, kolik lidí se mě snažilo dříve oklamat. Ovlivnily mě jejich emoce, a v některých případech i manipulace. Jsem velmi empatická a naslouchající, nyní však již si dovolím říci vyzrálá a bystrá. Velmi často se setkávám s tím, že jedinci hodnotí a posuzují, a vytváří tím rozdíly, bariéry a komunikační šumy. A proto ve své praxi dávám prostor k diskuzím, kde dochází k prezentaci postojů, příběhů, odlišných nebo podobných. Učím jedince naslouchat, projevit hlubší zájem a respekt vůči druhému. Akceptovat rozdílný názor. Práce s lidmi je nádherná, avšak někdy náročná.

Dobří obchod se stává základem prosperity. A jak se dnes pozná dobrý obchodník nebo ten, kdo pro to má předpoklady?

Ano, souhlasím s vámi, že dobrý obchod se stává základem prosperity. Dnes už nestačí dělat správné věci a dělat je správně. V dnešní době je potřeba hledat výjimečnost, umění být v něčem nejlepší. Základem konkurenceschopnosti není kopírování, ale touha po vyniknutí.

Dobří obchodník by však neměl opomíjet jak pracovní, tak řídicí procesy jeho společnosti, které přes performance dialog propojí obě oblasti: working capital management a human capital management v jeden celek. Aby procesy fungovaly dobře, musíte mít správné zdroje pro implementaci těchto procesů. A to je přesně má práce.

Ve své praxi musím reagovat pružně, neboť pracuji s lidským zdrojem. Jakékoli chybné rozhodnutí by mohlo negativně ovlivnit jedince či chod celé organizace. Navíc bych mohla jedince zranit z psychologického hlediska. A proto přistupuji ke každému individuálně, vnímám jeho potřeby, naslouchám mu, nenechám se ovlivnit okolím.

Mnoho firem hodnotí a navenek prezentuje svoji úspěšnost dle dosaženého obrátu, ale aspekt ziskovosti často opomíjejí. Mým posledním úspěchem, který jsem vedla z pozice výkonné ředitelky HR a gastro provozů, bylo nastavení hospodaření na gastro úseku, včetně ubytování, které vykazalo za čtyři měsíce hlavní sezóny bez pár korun tři milióny čistého zisku. A to díky nastavení správného profitabilního hospodaření.

Pro mnoho firem u nás ještě bohužel není důležitou disciplínou poprodejní servis, protože je pro ně důležité hlavně vyrábět, prodávat. Tyto firmy, osoby si však neuvědomují, že spokojenost zákazníka tvoří nejen kvalitní produkt, ale také komplexní servis a potřebná péče. A proto: posilujte a upevňujte obchodní



vztahy. Budujte vzájemnou interakci, což považuji za nezbytný předpoklad obchodu.

V současné rozkolísané době, kdy mnoho lidí i firem zápasí s ekonomickou nejistotou, kdy přestávají platit pravidla hry, na něž jsme byli několik desetiletí zvyklí, role obchodu roste. Jak ale udělat dobrý obchod? Takový, který bude výhodný pro obě strany?

Je třeba disruptovat myšlení. Krize v řečtině znamená rozhodnutí, ale i křižovatka.

- Přestaňte čekat, až to přejde... pracujte s tím tak, jako by to již nemělo odejít.
- Přestaňte hledat správné odpovědi... začněte rychle sbírat nové zkušenosti.
- Pokládejte otázky, za které byste se před několika měsíci styděli ... kam až jste posunuli hranice toho, co je akceptovatelné a myslitelné.
- Pro koho chcete být relevantní ... budujte trvalé vztahy.

Nyní to není o tom, kdo co jak umí, ale o tom, jak se kdo rychle adapteje.

Souvisí to s důvěrou, vztahy v businessu. Jsou opravdu tak špatné, jak si někdy myslíme? Nebo neumíme hledat v tom všem, co se kolem nás děje, to lepší?

Vztahy v podnikání jsou nezbytnou součástí podpory správných partnerství, která pomohou vaší společnosti růst. Nemyslím si, že jsou špatné, ba naopak. Pojďme tomu naproti, vytvářejme přátelství, nové vztahy, ze kterých

pak vznikají ta nejlepší doporučení a zakázky. Vybudovat si důvěru je v businessu velmi důležité. Když se dva či více lidí spojí v harmonickém duchu a postupují ke konečnému cíli nebo záměru, staví se do situace, kdy prostřednictvím spojení vstřebávají sílu přímo z velké zásobárny nekonečné inteligence. A k tomu, když dodají svou energii, tak je harmonie a B2B vztah vytvořen.

Jelikož ráda posouvám věci dále, a nestagnuji, založila jsem board expertů v různých oborech. V International Expert Business Boardu, kde se pravidelně scházíme, tvoříme, vzájemně se doporučujeme, konzultujeme, radíme, vzděláváme ostatní, přičemž nikdy nezapomínáme na úsměv, empatii a emoce, které by neměly v businessu chybět.

Ale také to má co dělat s uměním nabídnout, co ten druhý potřebuje...

Napadá mě krásná myšlenka od Jay Danzie, a tedy jednoduchý recept pro vás:

*Váš úsměv je vaše logo,
vaše osobnost je vaší vizitkou,
a to, jak se lidé cítí po setkání s vámi,
je vaší obchodní značkou.*

Vaše společnost dokáže těm druhým jmenovaným pomoci, ukázat cestu, třeba právě odhalováním talentů. Jak s týmem pracujete?

Generace se střídají, a velký důraz je proto kladen na diverzitu a inkluzi. Současně se rychle mění a vyvíjejí dovednosti potřebné k výkonu práce, a důležitý je proto neustálý osobní a pro-



dojde k posunu ani uvnitř firmy, ale ani v ob-
razu vaší společnosti navenek. Jedině firma,
která bude naslouchat a dávat najevo, že se
o svůj tým zajímá, se zpětnou vazbou to myslí
vážně, uspěje.

**Hodně sázíte na vzdělávání zaměstnanců.
Je o ně stále zájem? I v této komplikované
tržní situaci? Mají na to firmy finanční pro-
středky? Anebo jinak – dokážete je pře-
svědčit, aby na vzdělávání peníze nepřes-
taly vynakládat?**

I když nás pandemie covid-19 nemile překva-
pila, nyní i válka na Ukrajině, musíme se
všichni s touto situací vypořádat. Neplýtváme
časem a přestaňme čekat, až to přejde. Dopa-
ručuji všem: pracujte s tím tak, jako by to již
nikdy nemělo odejít. Naučme se tvořit nové
situace, nové bezpečné cesty. Využijme čas pro
vzdělávání. Rozvoj zaměstnanců nemají být

pouze vykázaná čísla
v účetnictví, nýbrž
zhodnocená investice,
se kterou můžeme
počítat a stavět
na ní efektivnější na-
plňování cílů firmy.
A proto je potřeba,
aby zaměstnanci
znali smysl školení.
Ano, našťastí je
o školení, celé tré-
ninkové plány, stále
zájem. Firmy v této
době využívají vzdě-
lávání přes de mini-

**Jelikož ráda posouvám věci dále,
a nestagnuji, založila jsem board
expertů v různých oborech.
V International Expert Business
Boardu, kde se pravidelně
scházíme, tvoříme, vzájemně
se doporučujeme, konzultujeme,
radíme, vzděláváme ostatní,
přičemž nikdy nezapomínáme
na úsměv, empatii a emoce, které
by neměly v businessu chybět.**

mis, kdy díky členství v různých asociacích
mohou svoje týmy proškolit „zadarmo“.
Minulý týden jsem byla pozvána na výjezdní
zasedání, kde jsem měla představit sebe
a okruhy, kterými se budeme zabývat. Nako-
nec si pan ředitel přál, abych z našeho předsta-
vení udělala dvouhodinovou přednášku. A tak
jsem po našem představení vložila jednu akti-
vitu, která mi odhalila vazby, procesy a fungo-
vání společnosti. Jsem za tato setkání ráda,
protože už zde týmy navnímám, seznámím se,
zjistím jejich potřeby, které respektuji.

**Značka SIMYCO náleží mezi ty úspěšné
stejně jako vy, zakladatelka, žena, která
patří mezi 36 výjimečných manažerů České
republiky a současně do Top 13 nejúspěš-
nějších CEO žen ČR, v kategorii obchod
a služby. Jak vás motivuje takové ocenění?**

Ocenění jsou velmi příjemná, a děkuji za ně.
Motivují mě v mé práci, i v mém seberozvoji.
Jsou pro mě odměnou mé dosavadní práce,
která mě moc baví a naplňuje. Ta nejcennější
zpětná vazba je však od mých obchodních
partnerů, od účastníků kurzů či jednotlivců
a týmů, se kterými nastavuji procesy na jejich
půdě. To je pro mě to největší ocenění – spo-
kojený klient, kterému se daří.

fesní rozvoj. Klíčové je proto plánovat pracovní
sílu a pochopit její specifika a potřeby.
Lidské zdroje se stávají nejcennější složkou or-
ganizace, a proto s nimi pracujeme. Carl Gus-
tav Jung byl prvním, kdo si všiml, že lidé se
výrazně liší ve způsobu přijímání a hodnocení
informací. Poukázal na rozdílnost v lidské
psychice. A proto pouze jejich správným vede-
ním a péčí o ně lze dosáhnout udržitelné kon-
kurenční výhody. Lidé jsou nositelé znalostí
a znalost je nejdůležitější formou kapitálu
podniku. A proto s nimi pracujeme jako s živý-
mi organizmy, ne jako se shlukem osob na
jednom místě.

Nehledejme chyby, ale potenciál. V organizaci
probíhá řada sociálních procesů, které ovliv-
ňují její fungování. Pokud chcete při budování
firemní kultury skutečně uspět, je zcela zásad-
ní věnovat se interakci vytváření sítí, komuni-
kaci, chování ve skupině a typologií osobností,
vedení, moci, politice a nezapomínat na kon-
flikty, stejně jako naslouchat potřebám lidí
uvnitř firmy.

A jak s týmem pracuji? Je pro mě vždy důleži-
té mluvit s jednotlivými pracovníky, protože
potřebuji získat informace i od nich, vědět, ja-
ká je jejich vize a kam míří. Sama si pak vy-
tvořím nezkrácený náhled a detailní plán, co
vše je potřeba udělat. Ale vždy musím mít
zpětnou vazbu, je to o spolupráci, ne o tom, že
já jim budu dávat několik hodin nějaké škole-
ní, pak zaklapnu notebook a půjdu domů. Tak
to nefunguje. Musí mezi námi být vybudovaný
důvěrný vztah, zároveň potřebuji slyšet
i striktní ne.

Mohla byste to rozvést?

Mým hlavním úkolem z pozice External Exe-
cutive Director of HR je vytvořit inspirativní

prostředí, kde se za-
městnanci nebudou
bát sdílet své myšlen-
ky, náměty, podněty
a nápady, a kde jim
jejich práce bude dá-
vat smysl.

Pokud chceme
opravdu pochopit so-
ciální svět, porozumět sobě a ostatním, překo-
nat mnohé z překážek, které nám brání žít bo-
hatý plnohodnotný život, potřebujeme
pochopit vliv subliminálního světa, jenž je
ukryt v každém z nás – tedy pod povrchem
naší vědomé mysli.

Učím jedince, jak podpořit růstové myšlení,
dále se za mé přítomnosti naučí techniky efek-
tivní komunikace, posílí sílu disruptivního
myšlení či se naučí, jak snadno se dá předejít
stížnostem a současně navrhnout neoptimál-
nější řešení. Dost často si totiž uchováváme
v mysli negativní emoce, které nám poté ovliv-
ňují náladu. Z každé negativní informace se
naučí vyhodnotit pozitivní fakta. Je to velmi
náročné, nicméně dá se to naučit a nastavit jak
u jedinců, tak celých týmů.

Změny firemní kultury můžeme dosáhnout
jedině výchovou a vzděláváním všech pracov-
níků podle předem stanoveného programu,
a především vysvětlením smyslu, z jakého dů-
vodu se do tohoto programu použít, a účin-
ným odměňováním žádoucích projevů a pra-
covních postojů. Všichni manažeri by si měli
uvědomit, že mezilidské vztahy a pracovní
atmosféra se přenáší nejen mezi zaměstnanci
samotnými. Působí na obchodní partnery,
a hlavně na zákazníky. A proto je nutné dbát
o vzájemnou interakci. Protože bez pochopení
smyslu celé akce každého ze zaměstnanců –
od vrcholového manažera pro vrátného – ne-

otázky připravila Eva Brix

Průzkum: 40 % českých investorů tvoří ženy

Popularita investování v České republice stoupá a na chuť mu navzdory zažitým stereotypům přichází i čím dál více žen. Stejně jako muži začínají investovat nejčastěji do věku 35 let. Do investičního běhu ale vstupují s větší rozvahou a opatrností. Polovina z nich začíná investovat již v době, kdy jejich úspory nepřesahují hranici 25 000 korun. Častěji než muži také investují pravidelně každý měsíc.

Dle průzkumu společnosti ČSOB Asset Management se motivace k investování u žen a u mužů liší. Největší motivací je ochrana hodnoty peněz, ta je důležitá pro polovinu mužů, ale jen pro třetinu žen. „Ženy častěji motivuje konkrétní účel financí, které investi-

ce přináší, například koupě a rekonstrukce domu či úspory pro děti, případně vnoučata. Investice jsou pro ně tak spíše jen prostředkem, jak dosáhnout svých snů. Častěji také myslí na své zajištění v důchodu,“ komentoval David Moravec, obchodní ředitel KBC Asset Management, pobočky ČSOB. Češi s investicemi nejčastěji začínají mezi 25 a 35 lety, muži mnohdy dříve, mají ale větší problém dodržovat pravidelné investice, a to i když chtějí. Nepravidelně či jednorázově investuje 29 % Čechů bez výrazných odchylek mezi pohlavími. Průzkum společnosti ČSOB Asset Management ukázal, že ženy více přitahují nabídky bankovních produktů, jako je penzijní a stavební spoření či životní spoření. Zatímco do těchto produktů investuje na 55 % mužů, v případě žen je to 63 %. Na druhém místě popularity jednotlivých forem investic se umístily přímé nákupy akcií. Do těch se pouští na



30 % mužů, ale pouze pětina žen. Na třetím místě se ocitly dluhopisy, po kterých sahá téměř shodně investorů – 19 %. Průzkum mapoval i bariéry Čechů, které jim brání v prvních investičních krocích. Více než dvě pětiny dotazovaných má za to, že na investování nemají prostředky. Třetina se o své prostředky bojí, a investicím se proto raději vyhýbá. Další dvě pětiny pak uvedly, že se ve finančních trzích nevyznají a neví, jak začít. Tuto bariéru uváděly častěji ženy. „V České republice chybí v oblasti finanční gramotnosti osvěta. Svět investic má mnoho lidí stále zakořeněno jako místo, které je jen pro vlky z Wall Street. To už opravdu dávno není pravda. V ČSOB se snažíme tyto iluze odbourat, například se službou ČSOB Drobné. Jednoduše platíte kartou, platby se zaokrouhlují na nejbližší vyšší dvacetikorunu a po nastrádání 300 Kč jsou peníze automaticky zainvestovány,“ sdělil David Moravec a téma uzavřel: „Investice jsou během na dlouhou trať, důležité ale je vyběhnout.“ Průzkum byl v únoru 2022 realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos na vzorku 1050 respondentů. (tz)

Jaké formy investic aktuálně využíváte?



INZERCE

SiMyCo®

**„NEBOJUJTE S KONKURENTY,
STAŇTE SE NA TRHU VÝJIMEČNÍ A JEDINEČNÍ“**

Interim Management

Talent Management

Training&Education

Certified Assessment Centre

Audit

International Expert Business Board

Vánoční cukroví upeče Zemanka za vás



V každé vánoční krabičce od Zemanky najdete sedm tradičních druhů vánočního cukroví:

Vanilkové biorohličky – naprostá česká klasika, bez které by snad Vánoce ani nebyly Vánoce;

Vánoce se pomalu, ale jistě blíží a s nimi úvahy o tom, jaké cukroví si letos najde cestu na váš slavnostně vyzdobený vánoční stůl. Pokud dáváte přednost pravé české klasice, a k tomu ji chcete mít z opravdu kvalitních biosurovin a s láskou ručně zpracovanou, objednejte si vánoční cukroví z Biopekárny Zemanka. Na pečení se použije pravé máslo, čokoláda v nejvyšší kvalitě a kvalitní ořechy. Všechny druhy budou vyrobené podle tradičních vyzkoušených rodinných receptů.

Linecké biohvězdičky s džemem – skvělá kombinace máslového těsta ochuceného citrónovým olejem a nakyslé malinové marmelády;

Biopracny – nezaměnitelné cukroví plné chuti vlašských ořechů, skořice, hřebíčku a kakaa, které nesmí chybět na žádném vánočním stole;

Třené čokoládové biorohličky – jedinečné polomáčené kakaové rohlíčky, které se přímo rozplývají na jazyku;

Plněné oříškové biodortíčky – miniaturní dortíčky spojené krémem, polité čokoládou a ozdobené mandlí;

Plněné biokokosky – malé kokosové domečky s krémem a malinovým džemem, které neodmyslitelně patří k českým sladkostem;

Třené biopiškoty s džemem – malinovým džemem slepované oválky z třeného těsta a namáčené v čokoládě.

Vánoční cukroví od Zemanky je možné objednat v e-shopu www.biopekarnazemanka.cz. Vyzvednout ho lze v prodejně Zemanky v pražském obchodním domě Kotva nebo přímo ve výrobě v Oříkově u Sedlčan. V Praze, a podle zájmu i v Brně, vám ho díky rozvázkové kurýrní službě doručí až domů. (tz)



Fejeton

Větev, na níž sedíme

Letos jsme měli, spolužáci základní školy v městě H, opět výročí. Při takové příležitosti jsme vždy uspořádali setkání v restauraci s dobrým pohoštěním, reprodukcí hudby, která hrála k tanci i poslechu. Dopoledne kladl výbor kytice u hrobů těch, co se nedožili, odpoledne jsme měli obvykle příležitost navštívit školní budovu, usednout do lavic a pak se před vchodem společně vyfotografovat. Na poslední sraz po půlstoletí přišli dokonce dva starší kantoři a od nich jsme si mohli vyslechnout, jaká jsme to tenkrát byla povedená třída.

Jenže letos byla tradice poprvé porušena, a dokonce se nikdo, až na jednu dvě výjimky, podobné akce ani nedožadoval. Mrzelo mě to a popřemýšlel jsem, proč se situace změnila a bývalá dobrá parta si už nejen nechce vzpomínat na staré časy, ale ani se uvidět. Vždyť přece ani v sedmdesátí se z člověka nestane samotářský morous, jehož jediným zájmem je s co nejmenší bolestí přežít den. Stále nás zůstalo dost na to, abychom si mohli zabukovat hospodu na celé odpoledne a večer jen pro sebe a případně obsadit polovinu deváté třídy. Co se za posledních pět let vlastně změnilo?

Ano, náhle zemřel jeden z pilných organizátorů školních srazů a možná přibýlo i těch, kteří do schodů nevyjdou po svých a už vůbec neudělají dojem na ostatní.

Pak mi ale došlo, že problém je jinde. Máme za sebou víc než dva těžké roky s covidem a lockdowny. Lidé si nasadili roušky, nechali se naočkovat, a především se začali bát. Jeden druhého, aby se nenakazili, aby nechytili tu ošklivou nemoc a nepřidělali si další zbytečné starosti o své zdraví. Prostě vzdali sociální vztahy, aby se uchránili před všudypřítomným nebezpečím, vyhodnotili mezilidské kontakty jako nadbytečné a postradatelné a raději sedí doma v klídku.

Uzavírání se do sebe ostatně není nic nového, je to příběh dlouhý nejméně celé století. Dříve místní komunita táhla společně v dobrém i zlém za jeden provaz. Na jednom „smetišti“ si vydělávali na chléb vezdejší, potom se zabavili na tancovačce nebo ochotnickém představení, svatbách a funusech. Rostoucí města a průmyslová velkovýroba začaly lidi odcizovat. Po válce mělo tento trend zvrátit budovatelské nadšení proletariátu. Ale pokus nevydržel dlouho. Od naivního kolektivismu 50. let, kdy se i dovolené trávil se spolupracovníky, kdy se společně chodilo do divadla v monterkách, směřovaly masy k postsocialistickému individualismu. Urazili jsme notný kus cesty a teď jsme zřejmě na konci. Tím, jak jsme se měli stále lépe a měli dostatek prostředků, začali jsme se stále víc uzavírat v soukromí. Kdo dnes jezdí metrem a tramvají, je socka. Už máme na to, aby měl v rodině každý svůj automobil, svůj vlastní

obývací pokoj, koupelnu se záchodem. Nechodíme spolu do kina, ale sedíme každý u obří televizní obrazovky nebo u počítače, mladí tráví téměř všechn svůj čas s mobilem nebo tabletem. Přátele si udržují na sociálních sítích, ve virtuálním prostoru tak, aby byli uchráněni jakéhokoli fyzického kontaktu.

Možná to vidím až příliš černě, ale připadá mi, že lidská pospolitost se rozplývá v digitálním prostředí. Někteří zaměstnavatelé si uvědomují nebezpečí. Chápu, že home office přináší řešení v pandemické době, ale že zároveň vytváří i hrozbu sociální izolace. Snaží se proto oživit kolektivního ducha, pěstují teambuilding, neboť sobecké zájmy jednotlivců, pokud převáží, ohrožují společný výsledek. Nejen ve firmě, ale v celé společnosti mají rozkladný účinek.

Na obzoru jsem však teď zahlédl novou šanci, jak povzbudit lidskou pospolitost. I když někdo se jí obává, já ji vítám. Mám na mysli energetickou krizi a s ní přicházející nutnost šetřit a dokonale využívat zdroje. Sami politici nám napovídají, že se máme začít chovat jinak. Nejen si stáhnout topení a navléknout o svetr víc, ale i jít společně do sprchy nebo kuře ugrilovat pro sebe i souseda. Pro někoho směšné gesto, pro mě symbol, že nejen končí doba hojnosti a plýtvání, ale i obrát, jímž můžeme vyjít ze své uzavřené ulity a zjistit, že tu nejsme sami, ale že tu žijeme stále na jedné hromádce, na jedné modré planetě svázání jednotným zájmem neřezat větev, na níž všichni sedíme.

Pavel Kačer

Gruzie se otevírá českým firmám

I když je Gruzie geograficky poměrně vzdálená, nabízí nám Středoevropanům mnoho příležitostí k návštěvám a podnikatelským investicím. Jakými cestami se dá vzájemná spolupráce a možnosti rozšířit, o tom jsme hovořili s Nino Mchedlidze, prezidentkou Česko-gruzínské obchodní komory:

Proč by měly české podniky expandovat do Gruzie?

Gruzie má otevřenou hospodářskou politiku a český národ se v Gruzii těší velké oblibě. Souvisí to se společnou historií našich zemí, která byla spjata se Sovětským svazem. V hlavním městě Tbilisi byla tento rok dokonce otevřena zahraniční kancelář CzechTrade. Sama Gruzie aktivně vytváří prostředí, které pomáhá zahraničním investorům a podnikům při vstupu na místní trh. Řada proběhlých reforem posunula zemi na oblast, která je pro podnikání velmi přívětivá. S celkovou sazbou 9,9 % je Gruzie třetí nejméně daňově zatíženou zemí. Již několik let za sebou vykazuje růst HDP. Pro potenciální investory je velkým benefitem také nízká úroveň byrokracie a jednoduchý daňový systém. Země umožňuje bezcelní přístup a od roku 2014 má podepsanou dohodu o přidružení s EU. O dva roky později stvrdila také dohodu se zemí Evropského sdružení volného obchodu. Před pár dny jsem se vrátila z konference honorárních konzulů Gruzie, které se zúčastnili zástupci z více než 50 zemí. Byly diskutovány otázky zahraniční politiky, ekonomické i kulturní diplomacie a také možnosti rozvoje gruzínského zemědělství. Roste rovněž význam investičních projektů do energetiky. Aktuálně do vodních elektráren, ale vedou se jednání i o spolupráci v oblasti využití solárních technologií. Rozvoj zažívá turismus. Čeští investoři se angažují v rámci staveb přímořských rezortů v Batumi. To je druhým největším městem země.

V hlavním městě Tbilisi byla tento rok dokonce otevřena zahraniční kancelář CzechTrade. Sama Gruzie aktivně vytváří prostředí, které pomáhá zahraničním investorům a podnikům při vstupu na místní trh.



Nino Mchedlidze

Jak Česko-gruzínská obchodní komora pomáhá našim podnikatelům?

Česko-gruzínská obchodní komora byla založena již v roce 2010. Jejím cílem je podpořit formování tržního prostředí mezi Českem a Gruzii. Při setkáních a podnikatelských misích prezentujeme společnosti, jejich výrobky a služby. Pořádáme konference, které podporují začínající podnikatele při vstupu na místní trh. V tomto roce proběhl seminář, na kterém byly diskutovány obchodní příležitosti Gruzie. Já osobně mám jako ředitelka mezinárodní sítě klinik estetických inovací Mediestetik zkušenosti se startem podnikání v cizí zemi. Vím, jak náročné je na zahraniční trh proniknout, překonat administrativní a byrokratické bariéry, vytvořit stálou síť klientů a udržet si spolehlivý tým zaměstnanců. Právě proto mě práce pro Česko-gruzínskou komo-

ru těší. Mohu zde předat své znalosti podnikům, které plánují expandovat na místní trh, poradit, kde vyřídí potřebná povolení, nebo propojit firmy s odpovědnými institucemi.

Čím se dnes vyznačuje život v Gruzii?

Život v Gruzii je velmi podobný středoevropskému. Za posledních deset let došlo v zemi k velkému posunu. Hlavně ve velkých městech, jako je Tbilisi, Batumi nebo Kutaisi, se běžný den nijak zásadně neliší od toho v Česku. Metropole Tbilisi je moderní a rychle se rozvíjející město a většina místních obyvatel se považuje za Evropany. Na rozdíl od Česka je Gruzie hornatým státem, kterému dominují mohutná pásma Kavkazu, která jsou vyhledávanou turistickou destinací. Gruzinci jsou štedrý, pohostinný národ a země je bezpečná. Hodně se investuje do vzdělání a výuky cizích jazyků. Já osobně pocházím z lékařské rodiny, takže mám mnoho co říci ke zdravotnictví. To je ve velkých městech na dobré úrovni. Tím, že je země hornatá, liší se v odlehklých regionech dostupnost péče. Na to se snaží vláda reagovat a vznikají programy, které mají za cíl implementovat do gruzínského zdravotnictví telemedicínu, která pomáhá, aby lékařská péče byla dostupná právě i v horských oblastech.

Na co jste si musela v Česku zvykat?

Rozhodně na dřívější vstávání, protože v Gruzii začíná pracovní den mezi devátou a desátou ráno a mnohdy trvá až do devíti večer. Ani práce v neděli není nic výjimečného. Tady si lidé více vážící svého volného času, který tráví s rodinou nebo se věnují sportovním aktivitám. Gruzinci si běžně volají i po desáté hodině večer a na rozdíl od Česka to není považováno na neslušné. V Česku je zvykem dívat se při přítulku z očí do očí. V Gruzii máme při oslavách velké stoly a připítek pronáší jeden hlavní řečník, který v proslovu mluví o lásce k vlasti a rodině. Země si stále udržuje své tradice, plné zpěvu a tance, který zde hraje důležitou roli. Máme i spoustu krásných uměleckých děl. Plánujeme v Česku výstavu obrazů, a chceme tak představit gruzínské umění vaší veřejnosti.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Dle
ORIGINÁLNÍ
ODKOLKOVY
RECEPTURY

Odkolek

TRADIČNÍ ČESKÁ
Odkolek
1850
PEKÁRNA - PRAHA



PEČENO Z OVĚŘENÝCH
INGREDIENCÍ



Plundrový závin krémový

JEMNÝ ZÁVIN SE SVĚŽÍ MALINOVOU NÁPLNÍ
DLE ORIGINÁLNÍ ODKOLKOVY RECEPTURY

WWW.ODKOLEK.CZ