Madam® BUSINESS

PROSPERITA

listopad 2023

Poetika mlhy

Eva Brixi

Když mlhy uzemňují myšlenky
A láska zebe
Toulám se sama
Přesto vedle tebe
Lesem za humny
S průsvitnými krajkami nebes
Spřádám budoucnost
Z pobledlých listů
Svítí mi cesta k naději
Intuici poslouchám však raději
Zlatavé listí
Vesele šustí
Podzim rozevřel náruč
Bájných tajemství
Zrušil pravdy a hájemství
Jsem trochu nenasytná
Jsem tvoje bytná
Akcie na burze nekonečna
Zjevila se ti ve mně
Ale já už nejsem slečna
A slova vážím jemně
Hlavu si nesu v oblacích
A povznáším se nad sny
Nostalgie plují v zázracích
Podvečer své štěstí pije
Ve svařených kelímcích
Léta běží jako čas
Zakopnout v chvatu nechtějí
Vášeň ještě neopouští nás
Možná snad někdy
Později

Lucie Urválková

Potenciály členů opravdu dobrého týmu se nesčítají, nýbrž násobí

rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Ženy jsou celosvětově největší nedoceněný lidský kapitál pracovního trhu

Ženy mohou a chtějí pracovat, mají ty správné požadované dovednosti. Často ale svůj potenciál nedokážou v práci realizovat z důvodu nedostatečné flexibility nebo podpory od zaměstnavatele. Jejich postavení na trhu práce je složité – stále ještě nejsou rovnoprávně odměňovány a jejich posouvání v kariéře je náročnější. V současné době nedostatku zaměstnanců, zvláště těch kvalifikovaných, je to mrhání jejich potenciálem. Ženy tvoří největší skupinu na trhu práce, která je často nedoceněná a nejsou jí dány vhodné podmínky.

Lenka Vokáčová

Situace na trhu práce

Na trhu práce se nejen vlivem pandemie koronaviru, ale také s příchodem nové mladé generace Z mění preference a hodnoty v práci. Lidé na všech pozicích, od výrobní linky po zaměstnance na home office, požadují vyšší míru flexibility, spravedlivou mzdu a stále větší autonomii. Ale ne všem firmám se chce měnit zaběhlé pořádky.

Do toho vstupuje nedostatek pracovní síly téměř ve všech odvětvích. Dvě třetiny zaměstnavatelů se v České republice potýkají s problémy při obsazování nových pozic. Populace stárne, počet seniorů, kteří budou potřebovat péči, se zvyšuje. Zároveň zde máme velkou skupinu žen, které by rády pracovaly, ale potřebovaly by k tomu změnit určité podmínky. Na první pohled se nabízí jednoduché řešení – přizpůsobit pracovní trh více ženám. Ale je to opravdu tak snadné?

Překážky v kariéře žen

Pokud se zeptáme žen, co v práci chtějí, odpovídají, že klíčová je pro ně rovnost na pracovišti, a to bez ohledu na věk nebo pohlaví. Velkou roli hraje flexibilita, možnost stanovit si začátek a konec pracovní doby, možnost částečných úvazků a home office, více dnů dovolené, a v neposlední řadě s tím vším spojený well-being.

Budoucnost práce se netýká jen technologií, robotiky nebo strojového učení. Musí se také zaměřit na rodiny, nabídnout pečujícím osobám flexibilitu, v hodnocení práce upřednostnit výkon před přítomností na pracovišti, a přilákat a udržet ty nejlepší a nejschopnější zaměstnance, ať už muže, nebo ženy. Právě vzhledem k tomu, že ženy se také většinou starají o chod domácnosti a více se angažují v péči o děti či staré rodiče, nemohou svůj pracovní potenciál dostatečně realizovat. Brání jim v tom již zmíněné pevné nastavení pracovní doby, výše úvazku nebo nemožnost práce na home office.

S home office to však není tak jednoduché. Práce z domova sice přináší flexibilitu, produktivitu a větší rovnováhu mezi pracovním a osobním životem, zároveň se ale ženy, které pracují z domova, potýkají s několika problémy. První je společenský stereotyp, kdy je péče o domácnost a děti či starší rodiče vnímána jako výlučně ženská práce. Kariérní růst žen může také ovlivnit omezený přístup k networkingovým příležitostem, jako jsou schůzky, meetingy a vzdělávací akce, nedostatek viditelnosti a uznání, nebo nedostatek podpory a mentoringu.

Nerovnoprávnost na pracovišti

Ženy na českém trhu práce mají pocit, že pro ně firmy nedělají dost: cítí se vyhořelé, nedoceněné, a někde i podhodnocené. Pokud žena vyřeší situaci týkající se časového skloubení všech povinností, stále ještě nemá vyhráno. Začne narážet na nerovné podmínky na pracovišti, na nerovné finanční ohodnocení a na tzv. skleněný strop v kariérním postupu.

Co se týče rovnocennosti mezd, podle posledního reportu Gender Pay Gap Report z roku 2023, který sleduje nejen rovné odměňování a manažerské příležitosti, ale také možnosti dalšího rovného přístupu například v oblasti

Ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi pak v ČR také minimálně sledujeme počet žen v managementu a na seniorních pozicích. Čím větší firma, tím větší mají šanci ženy získat seniorní/manažerskou pozici, tím větší je však také pravděpodobnost nerovné mzdy. Podle celkového srovnání rovnosti mezi muži a ženami jsme v České republice na předposledním, 35. místě z 36 evropských zemí, za námi je už pouze Kypr.

kresba Pixabay

politického vlivu, Česká republika obsadila v hodnocení rovné odměny naprosto tristní 104. místo na světě s indexem 0,587, který značí, že pouze 58,7 % žen dostává rovnou odměnu za srovnatelnou práci. Předpokládaný celkový příjem žen je v ČR o 20 % nižší než u mužů.

Ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi pak v ČR také minimálně sledujeme počet žen v managementu a na seniorních pozicích. Čím větší firma, tím větší mají šanci ženy získat seniorní/manažerskou pozici, tím větší je však také pravděpodobnost nerovné mzdy. Podle celkového srovnání rovnosti mezi muži a ženami jsme v České republice na předposledním, 35. místě z 36 evropských zemí, za námi je už pouze Kypr.

Pro zajímavost, nejlépe se v rovnosti mužů a žen celosvětově profiluje Island, který odstranil více než 90 % rozdílů, následován dalšími skandinávskými zeměmi, jako je Norsko a Finsko, z dalších zemí pak Nový Zéland.

V Evropě jsou na špičce nejen severní či západní země, ale také Albánie (11. místo), Slovinsko (17. místo) nebo Srbsko (19. místo). Česká republika zůstává na samém chvostu hodnocených zemí a bohužel se její umístění rok od roku zhoršuje.

Jak mohou firmy situaci zlepšit

V práci jsou rozdíly mezi muži a ženami způsobeny a ovlivněny mnoha faktory, mezi které patří dlouhodobé strukturální překážky, vliv socioekonomické a technologické transformace nebo vliv ekonomických změn. Stále více žen pracuje na vedoucích pozicích, ale jejich kariéra a možnosti jsou ovlivněny tím, jaká jsou na ně kladena společenská očekávání, jak se k jejich práci staví legislativa (mateřská dovolená apod.) nebo jaké jsou možnosti péče o děti (dětské skupiny, školky a jiná zařízení).

Budoucnost práce se netýká jen technologií, robotiky nebo strojového učení. Musí se také zaměřit na rodiny, nabídnout pečujícím osobám flexibilitu, v hodnocení práce upřednostnit výkon před přítomností na pracovišti, a přilákat a udržet ty nejlepší a nejschopnější zaměstnance, ať už muže, nebo ženy.

Abychom ve světě práce mohli dosáhnout rovnosti a spravedlnosti, je potřeba, aby se zaměstnavatelé zasadili o změnu. Zde je několik způsobů, jak mohou firmy ženám pomoci překonat překážky např. při vstupu na trh práce, při jejich kariérním růstu, v rovném odměňování a dalších oblastech, a aby se jednou pomocí (např. nabídkou home office) neprohluboval problém v jiné oblasti (např. nepřítomnost na meetingu, školení apod.). Změna by tedy měla být komplexní a řešit celý kontext, ne pouze jednotlivosti. Měla by současně zahrnovat tyto body: více žen v pracovních týmech a na vedoucích pozicích; zohlednění klasických překážek v kariérním postupu žen (nedostatek vzorů, kariérní postupy nastavené podle genderu a omezení přístupu k síti kontaktů „vlivných" lidí); upravení neflexibilních pozic na flexibilní (možnost home office) a aktivní rovnocenné vnímání práce z domova prováděné muži a ženami; vytvoření podmínek pro dostatek zkušeností potřebných k nástupnictví ve vedení týmů či firem; změny musí začít „nahoře" a musí být vidět; rovnocenné zapojení žen musí být jednou z priorit, která vyžaduje čas, pozornost a disciplínu; hodnocení práce zaměřené na výstupy; demonstrace toho, že i krátká školení a posílení stávajících dovedností mohou vést k rychlejšímu přechodu na vyšší pozici; podpora učení se novým dovednostem; zaměření na měkké dovednosti.

Lenka Vokáčová,
Relationship Manager ManpowerGroup

INZERCE

DANDELION
Jana Kolrusová

Ojedinělá řada nových výrobků právě přichází na český trh pod názvem Živá čchi

- **Čchi čaj – čajová směs s bylinami a kořením**
- **Čchi káva – čerstvě pražená káva s bylinami a kořením**
- **Čchi bezkofein – kávovinový nápoj a kořením**

Všechny tři poslouží pro podporu a uchování energie čchi. Využít je mohou nejen příznivci této filozofie, ale všichni, kteří chtějí pro rovnováhu energie svého organizmu udělat to pravé. Hodí se také jako originální vánoční dárek. A skvěle chutnají.

Výrobcem jsou značky Fit, zdraví a výživa a Dandelion pod taktovkou Jany Kolrusové.

Zakoupit můžete na e-shopu výrobce
dandelion.upgates.shop

foto Ing. Pavla Stáňová

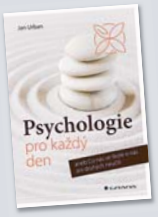
Mladá, nebo stará?

Jedna společnost mne pozvala na oslavu narozenin. Bylo to nádherné, plné voňavých detailů. Člověku se chtělo tančit, smát se, myslet jen na to, jak si život udělat pěknějším. Úctyhodně odvedená produkční práce. Mezi pozvanými jsem figurovala jako jedna z nejstarších. Jak se včlenit mezi začínající celebrity? Těžko, být lepší se neodpouští. Tak jsem se nevčleňovala, ale vstřebávala jsem. Hostesky, které předávaly dárkové tašky na odchodnou, si mne změřily opovržlivým pohledem: trapná bába! Nedala jsem se. Naplánovala jsem kadeřníka, koupila si šmrncovní podzimní bundičku. A pozvala přítele na super rande. Že mi možná za rok bude sedmdesát? A co jako? **Eva Brixi, šéfredaktorka**

Tip Grady

Psychologie pro každý den

Jan Urban



Řada věcí, které nás ve škole učili, nemá pro náš život velký význam. Ve škole nás ale nenaučili to, bez čeho se neobejdeme. Jde o znalosti, schopnosti či pravidla „psychologie všedního dne". Jak se lépe rozhodovat, co zvyšuje naši životní úspěšnost, jak lépe předvídat jednání druhých, jak zvýšit svou přesvědčivost, jak dobře řešit pracovní spory. Na to vám odpoví tato publikace.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:

partneři:

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 17, listopad 2023
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:
PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@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 označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové a příspěvky Evy Brixi v záložce Stará blogerka.

Na www.madambusiness.cz se zaposlouchejte do podcastů o rovnováze těla a duše Na vlnách krásy GERnétic.

Máte náladu a čas číst si večer před spaním?

Jana Kubištová
Zehnder Group Czech Republic s.r.o.
Marketing Manager

Obojí. To první vždycky, to druhé občas. Jen knížky. Žádné časopisy, žádné noviny. Knížky jsou nejúčinnější odpočinek, co znám. Spolehlivý způsob, jak vytěsnit červené vykřičníky v diáři, poloviče nápady, dojmy ze schůzek i černé svědomí z toho, jak málo času trávím s rodinou nebo přáteli. Dost často se vzbudím s obtiskem knížky na tváři, když mě to zklidnění tepu uspí.

Měla by i zaneprázdněná žena z businessu umět vařit a péct?

Ing. Alan Vápeníček, CSc.
DTO CZ, s.r.o. Ostrava – vzdělávací a poradenská společnost
jednatel

Klidně... a když je to i chutné, proč ne. Jinak bych doporučoval raději delegovat tuto činnost na někoho jiného. Jiná situace nastává, pokud je v rodině malé dítě – ale pak se zase nesolí, nekoření, a dokonce ani na vzhledu nezáleží. Chudák táta... Ten musí v rámci šetření potravinami vše dojíst. Naštěstí to netrvá tak dlouho, a pak vzhůru někam na něco nezdravého a lahodného!

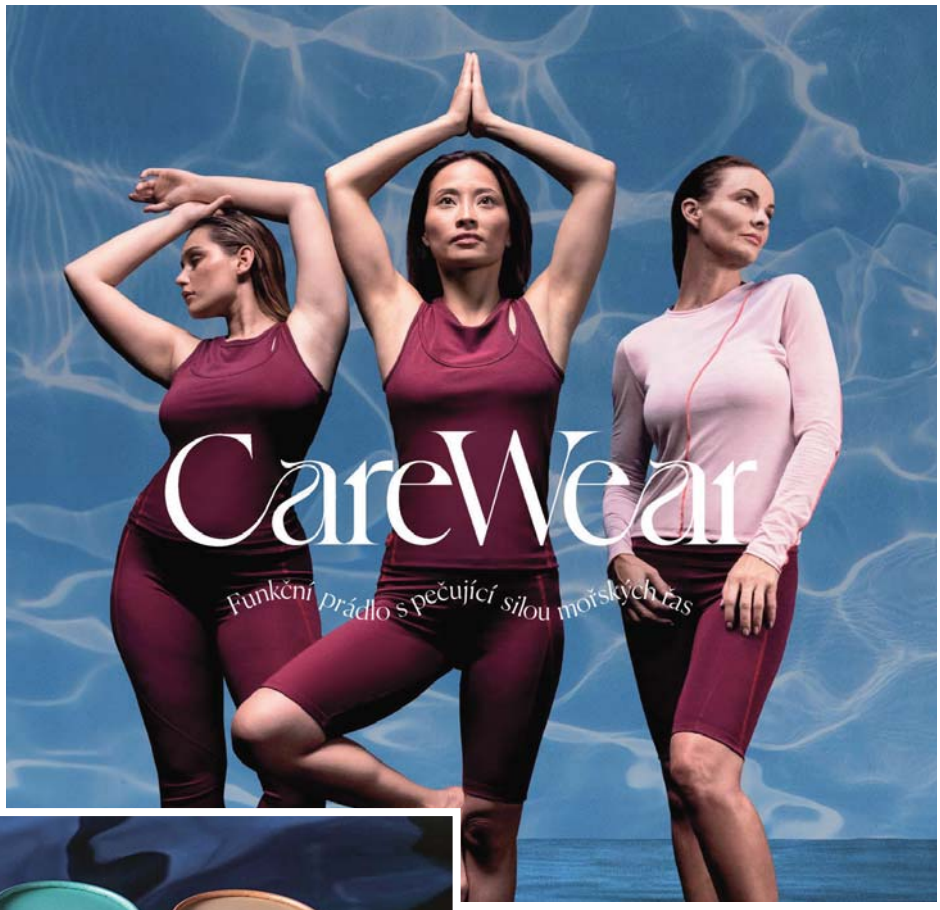
Informace do kabelky

Do lázní každý rok? Možná máte nárok!

Absolvovali jste pojišťovnou hrazený pobyt v lázních a rádi byste vyrazili znovu? Pokud trpíte astmatem, intersticiální plicní fibrózou či chronickou obstrukční plicní nemocí, měli byste zbystřit. Právě s těmito diagnózami totiž máte nárok na návštěvu lázní každoročně! Návrh na lázeňskou péči vypisuje praktický či odborný lékař. Zda splňujete podmínky pro získání pobytu „na křížek", tedy hrazeného zdravotní pojišťovnou, si však můžete ověřit i sami. „Lékař vypisuje návrh na lázeňskou péči podle tzv. indikačního seznamu. Ten určuje, jaká onemocnění dané lázeňské místo léčí, a jak často na ně má nemocný nárok," uvedl MUDr. Petr Pšenica, hlavní lékař společnosti Lázně Luhačovice, a.s. „Do seznamu však může nahlédnout i veřejnost, a to zpravidla na webových stránkách konkrétních lázní či Svazu léčebných lázní České republiky," sdělil. Vyplatí se také nečekat a iniciovat pobyt přímo v ordinaci lékaře. „Každý pacient má právo požádat o vypsání návrhu na lázeňskou péči, pokud to vyžaduje jeho zdravotní stav," potvrdil Petr Pšenica. **(tz)**

Drogerie ROSSMANN s unikátní kolekcí oblečení CareWear, která pečuje o pokožku pouhým nošením

Síť drogerií ROSSMANN dále rozvíjí svou strategii založenou na péči. Po zařazení jógových videí v podání lektorky jógy a jógové terapie Zuzany Klingrové do aplikace ROSSMANN CLUB si pro své zákazníky připravila další unikát – limitovanou kolekci revolučního funkčního oblečení CareWear. Ta díky materiálu vyrobenému z mořských řas pečuje o pokožku při každém nošení a je svými vlastnostmi unikátní nejen na českém trhu. ROSSMANN chce tímto krokem upevnit svou pozici na trhu v oblasti péče i nad rámec své stálé produktové nabídky.



Kolekce CareWear vznikla na základě zjištění, že ze 182 hodin ročně, které české ženy v průměru stráví péčí o pokožku, věnují většinu pouze svému obličeji. Zbytek těla tak zanedbávají – většinou proto, že jednoduše nemají dost času. „Tento výsledek byl pro nás určitým zdviženým prstem, protože jsme společnost, pro kterou je péče, ať už o druhé, či sama o sebe, jednou z priorit. Jsem tudíž velmi rád, že vznikem exkluzivní, limitované kolekce oblečení CareWear přinášíme do České republiky revoluční řešení právě v této oblasti. Vše je vyrobeno lokálně a s využitím udržitelných postupů českých módních návrhářek," komentoval Vít Podešva, jednatel společnosti ROSSMANN, a dodal: „Věříme, že stejně jako tento inovativní krok přinášející nový pečovatelský přístup a sblížení s přírodou nadchl nás, osloví i naše zákaznice."

Za nápadem, realizací a celou komunikační kampaní spojenou s limitovanou kolekcí oblečení CareWear stojí Product Design Hub Imminent a kreativní agentura DDB Prague, za střihy a provedení pak české módní návrhářky z Overall Office.
„Jsem velmi ráda, že jsme dokázali nadchnout klienta pro to, aby se tato inovativní kolekce stala novou prodejní řadou drogerie ROSSMANN. Tento projekt je dokonalým příkladem toho, čeho můžeme dosáhnout, když spojíme kreativní síly a vášeň pro inovaci," uvedla Veronika Babkovová, Project Director, Imminent.
Oblečení CareWear obsahuje minerály, antioxidanty a vitamíny z mořských řas, které se vstřebávají přímo do pokožky během nošení. Zároveň také eliminuje volné radikály, které mohou být pro kůži škodlivé. Materiál navíc neztrácí na účinnosti ani opakovaným praním. Součástí limitované kolekce dostupné ve vybraných prodejnách jsou čtyři kusy oděvu ve třech velikostech – tílko, tričko s dlouhým rukávem, bike shorts a legíny. Na pečující vlastnosti CareWear poukazuje i design obalu, který připomíná moderní skin care produkty.
„Přicházet nejen s kampaní, ale i s novým produktem, se agenturám daří málokdy. Hodnotu tvůrčí práce jsme mohli tentokrát společně ukázat od samotného nápadu přes realizaci, speciální packaging až po komunikační kampaň spojenou s uvedením na trh," dodal Jan Faflík, CEO, DDB Prague. **(tz)**

Viola dějištěm intimních setkávání diváků s uměním

Že se narodila už před šedesáti lety, těžko uvěřit. Zůstává totiž stále stejná ve své filozofii, ve svém poslání. Divákům nabízí osobitou interpretaci děl, kousky k zábavě, oddechu i přemýšlení. Předkládá výzvy, otazníky, ale hraje i na pohodu intelektu. Stísněný prostor maličké divadelní scény, pražské Violy, táhne obecenstvo k posezení, dialogu, ke chvilkám, jež povznášejí. Ředitelky Ing. Lenky Plavcové jsem se zeptala:

Ing. Lenka Plavcová

Viola je malé divadélko s krásnou a dlouhou tradicí, letos slaví 60. narozeniny. Jak vlastně vzniklo?

Divadlo Viola, původně jazzový klub a poetická vinárna, je od konce devadesátých let stále více komorní divadelní scénou. Na divadelní mapě Prahy má výlučné postavení. Někdy bývá trefně označováno jako nejmenší velké divadlo v Praze. Od roku 1963, kdy se v tehdejší Poetické vinárně Viola konalo první představení, staví repertoár na myšlenkové, autorské, inscenační kvalitě a na výtečných hudebních a hereckých výkonech. Bývalá vinárna poezie ale nikdy nebude (ani nebyla) klasickým divadlem, nýbrž především originální tvůrčí dílnou. Tento noblesní prostor, místo duchovní autority (heslo, se kterým Viola vznikla, drží ho, a hodlá držet i do budoucna) je místem pro uvádění těch nejkvalitnějších děl. Útulný prostor nevelkého sálu přímo v centru metropole, na Národní třídě, je už řadu let dějištěm intimních setkávání diváků s uměním.

Prkna této scény hostila a hostí nejednoho národního umělce. Kdo zde zanechal nejvýraznější stopu?

Divadlo Viola nikdy nemělo stálý herecký soubor, ale vždy zde vystupovaly velké herecké osobnosti. K legendám, které se sem rády vracely, patřili Radovan Lukavský, Zdeněk Štěpánek, Eduard Kohout, Karel Höger, Rudolf Hrušínský, Dana Medřická, později Jan Kačer, Jana Hlaváčová, Hana Maciuchová, Boris Rösner či Eliška Balzerová. Nezapomenutelnou stopu zde zanechali také Blanka Bohdanová, Josef Somr, Luděk Munzar. V současné době na jevišti Divadla Viola excelují Bára Hrzánová, Taťjana Medvecká, Klára Cibulková, Tereza Kostková, David Prachař, Jan Hartl, Jan Šťastný, Marek Eben, Jiří Dvořák, Jiří Langmajer a další, včetně členů mladší herecké generace, jako jsou Máša Málková, Viktor Dvořák nebo Jan Meduna.

Chodí návštěvníci spíše za osobnostmi, které zde vystupují, nebo si vybírají podle repertoáru, autorů, děl?

To je otázka spíše na naše diváky. Ale z osobní zkušenosti mohu potvrdit, že herecké osobnosti jsou určitě tím, co diváky, kteří je mají v našem divadle opravdu na dosah, láká. Zároveň je Viola známá kvalitou svého repertoáru, připravované inscenace vždy počítají s náročným publikem. Pro takového diváka pak hraje roli nejen titul z nabízeného repertoáru, ale i tvůrčí tým, který inscenaci připravil. V tomto ohledu si naši hosté mohou vybírat ze široké nabídky nejen kvalitních titulů, ale i tvůrčích týmů tvořených významnými osobnostmi z řad režisérů, dramaturgů, scénáristů, výtvarníků a dalších profesí.

Z hlediska podnikání máte omezené možnosti dané kapacitou sálu. V čem vám to přidělává starosti, a naopak, v čem je benefit?

Kapacita našeho divadelního sálu je pouhých 76 míst. Samozřejmě v kombinaci s výší vstupného, které se snažíme udržet na přijatelné úrovni a cenové dostupnosti pro naše diváky, není jednoduché zajistit hladký a bezproblémový chod divadla. Není tajemstvím, že bez grantové podpory by nebylo možné tento projekt finančně udržet. Velice si vážím herců, režisérů i všech ostatních, kteří pro nás pracují, protože honoráře se u nás pohybují v jiné výši než na větších divadelních scénách. Považuji to za jejich velký osobní dar tomuto divadlu a cením si toho, že jsou nám tyto osobnosti věrné. Vůbec to není samozřejmost, zvláště v této době. Na druhou stranu je malá kapacita sálu benefitem, neboť nám dává možnost uvést takové projekty, které se pro velké divadelní sály nehodí. Toto komorní a osobité prostředí se pak stává výhodou, která takové představení podpoří a nechá mu vyniknout.

Doba je omámená technologiemi. Přicházejí si lidé do divadla od nich odpočinout?

Asi bychom se znovu museli zeptat návštěvníků, co je k nám do divadla přivádí. Kultura obecně může být tím správným místem odpo-

činku od všudypřítomných technologií. Přeci jen soustředit se na chvíli na něco jiného, než je displej svítícího mobilu či počítače, může být prospěšné našim životům.

Manažersky zvládnout vše, co s provozem, image, posláním divadla souvisí, to je asi těžký oříšek. S čím je třeba v řízení Violy vždy počítat?

Že to je leckdy oříšek, v tom vám dávám za pravdu. Ve Viole zvlášť je třeba počítat s tím, že v rámci malého rozpočtu musíme vše zvládnout v menším počtu lidí, než je obvyklé. Určitě zde neplatí klasická hierarchie ředitele a podřízených. Pozice ředitele sice vše zastřešuje, ale jsme zde všichni spíše kolegové. Každý se snaží přispět svým dílem k tomu jedinému, proč to vlastně děláme a co nám dává smysl – pokračovat v tom, co je pro Violu typické po dlouhá desetiletí, tj. nabídnout divákům kvalitní, osobitý a jedinečný program.

Změnila se strategie a vize v poslední době, nebo byste šli rádi ve šlépějích zakladatelů?

Od doby založení Poetické vinárny v roce 1963 ušla Viola dlouhou cestu, od devadesátých let se stala významnou divadelní scénou. Mnohé se změnilo, zůstalo však to podstatné – kvalita a osobitost nabízeného programu a výjimečnost tohoto prostoru. V tomto smyslu chceme v naší činnosti pokračovat, zároveň však chceme přinášet i nové umělecké projekty, včetně hudebních a literárně dramatických, které ještě více posilují genia loci tohoto tradičního místa. Rádi bychom také přiblížili naše divadlo mladší generaci. Není to lehký úkol, ale těší mě, že se nám to v poslední době daří.

Jak často se na prknech, která znamenají svět, objevuje dnes poezie? Mají o ni lidé ještě vůbec zájem?

Poezie to nemá v současné době vůbec jednoduché. Nám se v poslední době podařilo nabídnout divákům několik hudebně poetických pořadů a s velkou radostí musím říct, že se tyto večery setkaly s velkým diváckým ohlasem. Usuzuji, že zájem diváci mají, záleží ale na formě, v jaké se jim poezie předkládá.

Mohli byste si dovolit zařadit třeba jednou za dva měsíce večerní či odpolední představení sestavené z poezie současných autorů? Za jakých podmínek? Nebyl by to propadák?

Poetické večery, o kterých jsem se zmiňovala, byly z pera současných autorů. Velkou roli zde sehrála dramaturgie večerů a také samozřejmě protagonisté každého z večerů. Rádi bychom v podobném duchu s nabídkou poezie pokračovali, určitě to je pro nás velká výzva.

Když byste hráli každý večer a každé odpoledne, v zimě o víkendech i dopoledne, našli by si zájemci k vám cestu? A dalo by se hrát v létě i venku, v prostoru před vlastní divadelní scénou?

Popravdě, nedovedu si takovou situaci nyní představit. Určitě první, co mě napadá, je, že by se to nedalo reálně zvládnout v takovém personálním obsazení, které máme v současné době k dispozici. A hrát před vlastní divadelní scénou? To myslím nedává smysl už z toho důvodu, že sídlíme na Národní třídě a doléhá sem zvuk z této frekventované ulice, navíc náš repertoár je připravován vždy s ohledem na komorní prostředí Violy. Přenechala bych tedy raději tuto aktivitu nějaké jiné scéně.

Viděla jste vy všechna představení z repertoáru?

Ano, všechna představení, která máme na našem repertoáru, jsem zhlédla.

A má Viola nějaké tajemství?

Určitě má, ale pokud bych vám je prozradila, už by to nebylo tajemství...

Co ji čeká po šedesátce? Bude to rozvážná, moudrá paní, nebo rozverná dáma středních let, spíš uličnice a rebelka, filozofka nad věcí? Profesionálka plná černého humoru, volnomyšlenkářka a provokatérka?

Dovedu si představit mnohé, ale zdá se mi, že zralá a noblesní dáma by Viole mohla slušet.

otázky připravila Eva Brixi

Dobrá zpráva, nová káva

Michaela Pokorná

Nevím přesně, kolik značek kávy se na českém trhu prodává, co vím ale spolehlivě, je, že přibyla další kávová značka. Jmenuje se Eduscho a do své nabídky ji zařadila společnost Tchibo. Zaujmout chce osvědčenou kvalitou, hravostí a fér cenou. Do Čech vstoupila s portfoliem šesti druhů kávy: dvou zrnkových, dvou mletých a dvou instantních. Je jednou z nejstarších značek odvětví rychloobrátkového zboží. Možná právě nyní, když čtete tyto řádky, už voní na vašem stole stejně tak jako v šálku u počítače Michaely Pokorné, marketingové manažerky kávových značek společnosti Tchibo Praha:

Tchibo je pojem v kávovém světě. V České republice získalo výtečnou image. Co je základem vašeho úspěchu?

Myslím, že je to díky naší dlouholeté strategii zaměřené na zákazníka jako středobod veškerého dění, ať už jde o každodenní bezprostřední kontakt kolegů a kolegyň prodejců s našimi zákazníky, širokou nabídku kvalitních produktů kávy i kávového baru, konzistentní a důvěryhodnou komunikaci, nebo férový zákaznický servis.

Na našem trhu přibylo konkurence v oboru. Přesto jste našli odvahu a přinášíte další značku Eduscho. Není to riskantní?

Vzhledem k tomu, jak se poslední dva roky vyvíjí spotřebitelské chování, jsme přesvědčeni, že právě teď je pro uvedení značky Eduscho ideální čas. Roste ekonomický segment, lidé chtějí skvělou kávu za přiměřenou cenu. Zároveň produkty značky Eduscho pokrývají všechny klíčové kategorie kávy, takže cílíme na opravdu velkou skupinu spotřebitelů.

Co novinku charakterizuje?

Eduscho je jednoduše dobrá káva. Na nic si nehraje. Má skvělé produkty pro všechny hlavní typy přípravy kávy oblíbené u Čechů a jednoduchý design s barevným kódováním, který napomáhá rychlé orientaci při výběru. Zároveň jsme zvolili pro kávovou kategorii méně tradiční způsob komunikace, reprezentující hravost, dobrou náladu, radost ze života, ve které určitě zaujme hlas Jakuba Koháka. A za tím vším stojí tradice a kávové dědictví, tedy spolehlivá kvalita a původ kávy.

Eduscho má údajně docela zajímavou historii, ostatně lidé ji pijí v zahraničí už sto let...

Sto let to bude příští rok, založena byla v roce 1924 v Brémách, ale tehdy ještě nepatřila pod křídla firmy Tchibo. Naše firma ji zakoupila v roce 1996 a od té doby se stala velice oblíbenou a úspěšnou na rakouském a nám velice blízkém slovenském trhu.

Proč jste se rozhodli zařadit právě tuto značku do sortimentu?

Náš „kávový dům Tchibo“ již teď má tři hlavní značky: prémiový Davidoff charakteristický luxusem a unikátním chuťovým profilem, Tchibo, jakožto kávového experta, který přináší kvalitu, zaručený původ a široký výběr kávového příslušenství, a v neposlední řadě v ekonomickém segmentu kávu Jihlavanka – lokální značku s českou tradicí, která voní hezky. Každá z nich má svoji spotřebitelskou základnu, nyní přidáváme novou mezinárodní značku Eduscho, která nám v rostoucích segmentech na pomezí ekonomického a mainstream zatím chyběla.

Jestli jsem to správně pochopila, přináší dobrou cenu a pohodovou kvalitu. Bude tedy určena tomu nejširšímu spektru zájemců?

Ano, připravena je právě pro široké spektrum kávařů, kteří si chtějí dopřát kvalitní kávu za dostupnou cenu, ale nijak hluboce nebádají nad způsoby její přípravy. Kávy pod značkou Eduscho uspokojí jak majitele plnoautomatických kávovarů na zrnkovou kávu, tak pravověrné příznivce „turka“, ale i spotřebitele, kteří si chtějí s přípravou kávy trochu pohrát a po-

Vzhledem k tomu, jak se poslední dva roky vyvíjí spotřebitelské chování, jsme přesvědčeni, že právě teď je pro uvedení značky Eduscho ideální čas. Roste ekonomický segment, lidé chtějí skvělou kávu za přiměřenou cenu.

užívají moka konvičku nebo french press. V nabídce jsou ale také instantní kávy, které uspokojí především ty, kteří nechtějí přípravě šálku věnovat téměř žádný čas.

A mohou ji zájemci ochutnat ve vašich prodejnách-kavárnách?

V našich značkových Tchibo obchodech se v tuto chvíli zaměřujeme především na prezentaci produktů pod značkou Tchibo, ať už je to káva, nebo spotřební zboží, a na kávových barech podáváme jednotně kávu Tchibo Barista. Sezónně v našich obchodech v ČR najdete i kávu Davidoff. Eduscho je dostupné v široké maloobchodní síti po celé republice a v našem e-shopu, další kroky z hlediska distribuce této nové značky budeme průběžně vyhodnocovat.

Portfolio sestává ze šestice druhů kávy, včetně instantní. O jakou z nich bude patrně největší zájem?

Češi pijí doma nejvíce zalévané kávy, ať již instantní, nebo pražené mleté „na turka", ale podíl těchto káv postupně klesá. Zhruba každý druhý šálek z deseti je espresso / café crema, přičemž tato kategorie je naopak velmi dynamická. Očekáváme tedy, že u nových zákazníků si velmi dobře povedou obě zrnkové kávy Espresso Intenso a Caffè Crema. Ale s ohledem na to, že všechny kávy prošly testováním a jejich chuťový profil byl uzpůsoben preferencím českých zákazníků, věříme, že úspěšné budou všechny.

Komunikovat ji hodláte jako inovativní a srozumitelnou, lehce čitelnou značku, která se brzy dostane do povědomí spotřebitelů. Jaké jsou první reakce?

První reakce jsme měli od našich obchodních partnerů, kterým jsme novou značku představovali v rámci obchodních jednání, a již od nich byla zpětná vazba velmi pozitivní. Nyní

již máme i reakce zákazníků, jak na probíhající reklamní kampaň, tak i spokojenost s kávou, a opět jsou velmi dobré, což nás samozřejmě těší. A potvrzuje nám to, že rozhodnutí přijít s novou kávou bylo správné.

Bude tato káva také součástí vánoční nabídky?

Se všemi svými partnery plánujeme silné aktivity na celý čtvrtý kvartál, takže věřím, že přitáhneme pozornost zákazníků, aby udělali v předvánočním i vánočním období s novou kávou Eduscho radost svým blízkým nebo sami sobě.

Když jste produkty představovali novinářům, komentovala značku také numeroložka. Co naznačila čísla o Eduscho?

Předpověď byla velice kladná a hlavní historické milníky naznačovaly, že změny a rozhodnutí, které majitelé činili, vždy přicházely v pravý čas a značku posunovaly správným směrem. Přítomnost paní numeroložky jsme ale brali především jako oživení neformální části tiskové konference a v rámci práce se značkou se budeme řídit především daty a čísly z trhu.

ptala se Eva Brixi

Potenciály členů opravdu dobrého týmu se nesčítají, nýbrž násobí

Jsou chvíle výjimečné, ale i zdánlivě všední, jež plní roli samozřejmosti. Jenže jak je od sebe rozeznat? Lucie Urválková, místopředsedkyně představenstva a CFO finanční skupiny UNIQA v ČR a SR, na tuto otázku odpovídá jednoznačně. Všechny dny jsou totiž v jejím podání jedinečné, ozvláštněné činorodou energií, radostí z toho, že se spousty věcí mění k lepšímu. Její dny jsou výzvy, za nimiž má smysl jít. O to se snaží, to její profesní život naplňuje. Lucie Urválková má za sebou dlouhá léta v řídicích pozicích; posledních 17 let ve společnosti UNIQA. Ta i díky jejímu přispění výrazně posílila z původní pojišťovny na velkou finanční skupinu pokrývající kromě pojištění i penze a investice. Je pověřena vedením bezmála 200 lidí, s nimiž se stará mimo jiné o aktiva na úrovni přes 200 miliard korun. Vítězství v prestižní soutěži České manažerské asociace, jejím 30. ročníku, kde získala ocenění Manažerka roku 2022, jen dokládá, jaké kvality tato žena má. Že patří mezi špičkové manažerské osobnosti naší země, mezi ty, kteří za sebou nechávají stopy toho nejlepšího, výsledky dlouhodobého úsilí.

Ing. Lucie Urválková

Vaše manažerské schopnosti byly již mnohokrát oceněny, nyní v prestižní soutěži MANAŽER ROKU. Je to pro vás další motivací v práci, nebo to spíše vnímáte jako radost, odměnu za vše, co své profesi dáváte?

Takovou otázku jsem už po vyhodnocení soutěže od novinářů dostala, a moc ráda na ni odpovím znovu. V prvním okamžiku jsem tomu ani nechtěla věřit, protože jsem se zúčastnila úplně poprvé a nečekala jsem, že hned v premiérovém roce získám titul. Pak se dostavila opravdová radost. Můj život jede v rytmu termínů, čísel, reportů, výkazů, KPIs, a to pěkně svižně, však to každý manažer zná. Pokud do toho získáte takové ocenění, znamená to příjemné zjištění, že vaše práce má smysl a že si to okolí uvědomuje. Ten okamžik přebije každodenní nároky na vaši pozornost, disciplínu, výkon a výsledky. Je to pro mě proto osobní milník, za který jsem nesmírně vděčná, protože mi dodal novou porci energie.

Již 17 let působíte v UNIQA. Čemu jste se zde naučila, a čemu třeba i odnaučila?

Už na začátku profesní éry jsem si zvykla pracovat nad rámec pracovní doby a neošklíbat se nad žádným úkolem. Pokora však šla ruku v ruce s chutí učit se a něco dokázat. V UNIQA jsem opravdu dlouho – právě proto, že jsem měla kolem sebe lidi, od nichž jsem se toho spoustu naučila jak profesně, tak i lidsky, a že mi firma dávala průběžně příležitost kariérně růst. Naučila mě přijímat stále větší výzvy a odnaučila mě bát se chyb nebo dílčího neúspěchu, protože ty jsou dovoleny v zájmu nalezení té správné cesty kupředu. V posledních letech jsem se také odnaučila mít úzké speciální zaměření – dnes pokrýváme nejen pojištění, ale i penze a investice, a to jak v ČR, tak i na Slovensku. A v neposlední řadě příchod syna Filipa před deseti lety mě naučil perfektnímu time managementu, bez něhož bych se neobešla.

Myslíte si, že se ženský styl řízení od mužského přístupu liší? Nebo je nesmysl se takto ptát?

Podle mě to není nesmysl – přece jen jsme vybaveny trochu jinak než muži. Ono je nebezpečné zobecňovat, nicméně osobně si myslím, že my ženy máme větší smysl pro detail, zatímco u mužů převládá spíše pohled „big picture". Už Jan Werich říkal, že ženská vidí dál než pět mužských s dalekohledem. Prostě více promýšlíme, kombinujeme, možná někdy i vymýšlíme. A jsme zpravidla o něco empatičtější, zato ale také vztahovačnější. Takže stojí za to vhodně nakombinovat ženský i mužský element, protože výsledek může být lepší díky přednostem obou pohlaví.

Původně pojišťovna, nyní společnost, s níž se dá spořit na penzi a zároveň investovat. Co bylo nejsložitější na této proměně?

Samozřejmě fúze různých společností není nikdy jednoduchá. Ta naše probíhala kompletně během covidových lockdownů a omezení, takže distančně: ohlášena byla v únoru 2020 a skončila closingem v srpnu 2021. To bylo asi nejtěžší, že lidé, kteří se na ní denně podíleli, si mohli podat ruce vlastně až po roce a půl. Jinak se znali jen z monitorů a online schůzek. Skloubení pojištění s dalšími finančními službami samo o sobě není tak náročné, protože máme kolem sebe příslušné specialisty. Je třeba ale myslet na to, že v Česku je nějaká legislativa a regulace, a na Slovensku zase odlišná, a to pro každý finanční nástroj. V obou zemích je třeba všechna pravidla dodržet. Nicméně je třeba říci, že i když v právním slova smyslu bylo spojení firem AXA do UNIQA dovršeno, mnohé související procesy nadále běží a budou trvat ještě rok či dva. Jde o sladění všech interních procesů, systémů, produktové nabídky, a v neposlední řadě i o vývoj v oblasti interní kultury.

Je náročnější starat se o klienty, ať už z řad občanů, či firem, nebo zvládnout vlastní tým spolupracovníků?

Každá práce s lidmi vyžaduje své, pokud ji chce firma dělat poctivě. V rámci strategie Client Centricity nám jde skutečně o to zákazníka nejen uspokojit, ale poskytnout mu i přidanou hodnotu, kterou třeba ani nečekal. Tou jsou na-

příklad stále širší asistenční služby pro každý den, nebo závazek vyřídit mu škodu do 48 hodin. Po každém kontaktu s ním měříme jeho „zážitek“, tedy jakou zkušenost s UNIQA udělal. Za rok tak posbíráme desetitisíce zpětných vazeb, s nimiž se pracuje interně v optimalizaci našeho servisu.
Nálada a motivace pracovního týmu je odrazem práce manažera – jak si ho dokáže sestavit, řídit ho, podporovat a stabilizovat. Je to mnohdy nelehká práce, protože i v našem odvětví dnes chybí na trhu práce vhodné kvalifikované síly, nicméně je nesmírně důležitá. Protože každý manažer stojí a padá se svým týmem.

Velkým fenoménem je čas. Šéfové si jeho hodnotu uvědomují velmi silně. Daří se vám osobně s ním dobře hospodařit? Nebo je to i pro vás strašák mocnější než sebelepší plánování?

Čas je nejcennější kapitál, který mám. A nebudu lhát, že jsem dokonalá a umím vše zvládnout, že vždy splním to, co je naplánované. Protože reálný život přináší neustálé změny a nové podněty, které je třeba do harmonogramu zapracovat. Takže s časem bojuji stále: plný kalendář mám pořád. Ale naučila jsem se dbát na priority a delegovat, aby se zvládlo to potřebné. A dobře si současně střežím čas pro rodinu. Snažím se ctít víkendy, někdy dokonce i prodloužené. Když jsme spolu, snažím se práci „vypínat“ a věnovat se naplno blízkým. Uvědomuji si, že čas se synkem běží strašně rychle a snažím se využít čas, kdy mě ještě potřebuje a „bere“.

Žena a kariéra, spojení, která se ne vždy mají ráda. Na čem záleží, rozhodne-li se žena pohybovat v businessu, být zároveň dobrou maminkou, a ještě báječně vypadat? Není to tajemství, které se neprozrazuje?

Tajemství? Nemyslete si, ono to není vždycky všechno tak dokonalé, jak to vypadá v časopisech. Nikdo není perfektní. Ale je to o osobním nastavení, k čemu člověk směřuje, jaké si vytyčí cíle. Žena k tomu musí přidat ještě vnitřní sílu ubránit se stále ještě panujícím stereotypům ve společnosti, kde někdy její ambice a ctižádostivost jsou považovány za něco nežádoucího, či dokonce neženského. Takže má těžší pozici. Nicméně každý den vidíme okolo sebe mnoho příkladů, že to jde, že jsou ve společnosti dámy – inspirativní vzory a že má smysl plnit si sny.

Sport a tento vzor mi ukázaly, že když něco opravdu chci, musím umět hodně obětovat a tvrdě pracovat. To mě provázelo i do pracovního světa. Vše, čeho jsem dosáhla, jsem si opravdu odpracovala. Za ambice se nestydím a úspěch už umím oslavit.

Když má člověk prostor k seberealizaci a důvěru šéfa, dokáže zázraky? Je si pak vědom svých možností a výhod plynoucích ze zodpovědnosti, kterou dostal?

Já měla v UNIQA opravdu štěstí právě na takové šéfy, kteří mi byli vzory a od nichž jsem se učila. Nebyli to jen skvělí manažeři – oni byli skutečnými leadery s charizmatem, jenž táhl celou společnost kupředu. Navíc byli zapálení, bylo na nich znát, jak je práce baví, jak je lidé okolo zajímají. Pokud máte v čele takového člověka, snáze se pustíte do práce, lehce přijmete společné cíle a snadněji spolupracujete s kolegy. Někdy si člověk tyto „benefity“ uvědomí s odstupem, ale vždycky z nich může sám těžit a snažit se napodobit takový přístup.

Podle jakých předpokladů si volíte odborníky do týmu? Hraje v tom roli také intuice?

Určitě poslouchám i svoji intuici, ale snažím se o komplexnější poznání každého konkrétního potenciálního kolegy. Pro mě je nejdůležitější, aby vedle odborných předpokladů byl hlavně týmový hráč. Protože potenciály členů opravdu dobrého týmu se nesčítají, nýbrž násobí. A naopak sebestředný jedinec, jakkoli je odborně na výši, dokáže rozklížit partu pracovníků. Proto už jsem se také ve své manažerské praxi musela rozloučit s několika opravdu kvalitními kádry, které však nechtěly ctít pravidla kolektivní práce.
Jinak jsem zastáncem přístupu, že já sama jako manažerka nemusím úplně přesně umět všechno, co se od nás žádá, musím ale umět najít, udržet a motivovat své kolegy, kteří mě i celý tým podpoří svým know-how.

Občas se i něco nepodaří. Trápí vás to hodně, nebo to berete jako výzvu dělat věci jinak?

Přiznám se, že jsem perfekcionistka, takže v mnoha situacích trpím, když vím, že se mi něco nepovedlo nebo jsem něco nezvládla „na jedničku“. To je moje povaha od dětství, tak jsem naprogramovaná. Ale učím se od toho oprostit, protože to někdy není zdravé. Pracuji i s koučem a snažím se naučit „pochválit se sama“. Rozumově samozřejmě vím, že chyby se stávají a že nám vlastně dávají příležitost najít lepší řešení.

Každý člověk v sobě nese příběh. O čem je ten váš? Provází ho krásné výhry, milé události, poezie všedního dne? Vím, že jste velký optimista, dobrý stratég i vizionář. Ale i ten mívá někdy strach, obavy i slzičky na krajíčku. Co vám pomáhá se s takovými okamžiky vyrovnat?

Já nikdy nezapomínám, odkud jsem vzešla. Jsem původem děvče z menšího města, gymnastka a atletka, co obdivovala Jarmilu Kratochvílovou. Sport a tento vzor mi ukázaly, že když něco opravdu chci, musím umět hodně obětovat a tvrdě pracovat. To mě provázelo i do pracovního světa. Vše, čeho jsem dosáhla, jsem si opravdu odpracovala. Za ambice se nestydím a úspěch už umím oslavit. Obavy a pochybnosti samozřejmě čas od času přicházejí a nahlodávají sebedůvěru. Ale naštěstí mám kolem sebe lidi, kteří mě podrží, pomohou, povzbudí. A také už dobře vím, že ty úplně největší hodnoty v životě jsou moji blízcí, naše společné chvíle a zdraví.

Čeho si vážíte na jiných manažerkách a manažerech?

Já vidím tři hlavní skupiny vlastností, jež dělají Manažera s velkým M. Manažer plní roli vzoru pro ostatní, měl by tedy být rozvážný, ale ambiciózní, cílevědomý a houževnatý. To považuji za první předpoklad úspěchu. Druhou podmínkou je smysl pro tým: ten si musí umět vytvořit, rozvíjet ho a stabilizovat. A zajímat se o lidi v něm. Neměl by zapomínat, odkud sám vzešel, a mít respekt k lidem kolem sebe, zůstat člověkem. Nemusí umět všechno, ale musí najít ty správné lidi, aby společně dali dohromady smysluplný výsledek, jehož podobu manažer určuje. A třetí faktor je podle mě vizionářství – koukat dopředu, předjímat vývoj a určovat směr dalšího postupu. Být o krok napřed. Pokud dokáže manažer všechny tři „ingredience“ naplnit, stává se opravdovým leaderem.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

UNIQA pojistila výstavu s Věstonickou venuší

V Historické budově Národního muzea v Praze byla v září zahájena expozice Nejstarší české šperky. Jde o jeden z nejvýznamnějších letošních výstavních počinů, jenž dává až do konce února 2024 návštěvníkům možnost spatřit mimo jiné proslulou Věstonickou venuši – nejstarší keramickou sošku na světě. UNIQA pojistila předměty umělecké a sběratelské hodnoty, které jsou nyní pro veřejnost k vidění.

foto Pixabay

Návštěvníci Národního muzea mohou na výstavě spatřit až 30 000 let staré artefakty pocházející především z Dolních Věstonic, Pavlova, Předmostí a jeskyně Pekárny. Mimořádně jsou k vidění originály všech paleolitických venuší, tedy figurek žen, nalezených na území České republiky. Dalšími exponáty jsou náhrdelníky, čelenky, náramky či prsteny a mnoho dalších předmětů z typických dobových materiálů, včetně tzv. bílého zlata prehistorie – mamutoviny, kostí, zubů, kamene, jantaru, nebo dokonce lastur. Zajímavostí je, že pro některé typy materiálů, jako jsou právě lastury či ulity, byli lidé z Moravy schopni křižovat Evropu a přinášet je z velké dálky. Těmito vzácnostmi si pak zdobili tělo nebo je používali jako předmět směny, milodar, rituální nástroj, obětinu, či dokonce léčivý prostředek. Šperky a dekorace oděvů mohly zároveň prezentovat příslušnost k určitému etniku nebo společenské postavení svého majitele. Pro nás jsou ale především dokladem umělecké úrovně, schopností a technologických dovedností tehdejších lidí.

Na výstavě jsou soustředěny předměty, které byly společně nalezeny ve významných pravěkých lokalitách a jejichž osud se historickým vývojem rozdělil. Dnes jsou uloženy dílem v Moravském zemském muzeu, a dílem v Archeologickém ústavu Akademie věd ČR Brno. Nyní si díky výstavě mohou návštěvníci Národního muzea prohlédnout jen vzácně vystavované sbírkové předměty opět pohromadě. Nejslavnější artefakt, Věstonická venuše, byla nalezena v roce 1925 týmem archeologa Karla Absolona ve zbytcích pravěkého ohniště na sídlišti lovců mamutů mezi Pavlovem a Dolními Věstonicemi společně s kamennými nástroji a zvířecími kostmi. Byla rozlomena na dva kusy, které k sobě zdánlivě nepatřily. Po očištění se však ukázalo, že tvoří celek představující ženskou postavu. Soška vysoká 11,5 cm je dokladem počátků keramiky. Její unikum spočívá právě v použitém materiálu. Až objev Věstonické venuše, která je zhotovena ze směsi jemné hlíny a vody, totiž vyvrátil dosavadní domněnku, že keramika nebyla v době paleolitu ještě známa.

„Věstonickou venuši zná téměř každý z dějepisu, ale jen málokdy je možné spatřit její originál na vlastní oči, jen výjimečně opouští trezor Moravského zemského muzea v Brně," řekl k aktuálnímu vystavení po dlouhých 14 letech generální ředitel Národního muzea Michal Lukeš.

Pojistníkem je Národní muzeum, pojištěny jsou předměty umělecké a sběratelské hodnoty ve prospěch jejich vlastníků. Ty jsou zapůjčeny do Národního muzea na základě Smlouvy o výpůjčce uzavřené s pojistníkem.

Doba trvání pojištěné výstavy je od 21. září 2023 do 29. února 2024 ve výstavních prostorách Historické budovy Národního muzea. Pojištění se vztahuje i na dobu přepravy exponátů na tuto výstavu a zpět, takže celková doba trvání pojištění je od 11. září 2023 do 16. března 2024.

Pojištění je sjednané s pojistnou ochranou „z hřebíku na hřebík". Znamená to, že UNIQA poskytla pojištění pro přepravu exponátů od vlastníků na místo výstavy a zpět k nim, a dále pojistné krytí ve výstavních prostorách a v depozitáři Národního muzea. „Odborný termín ‚z hřebíku na hřebík' nelze v tomto případě brát samozřejmě doslova, jde o formu pojistné ochrany využívané při pojišťování umění obecně, tedy i v tomto případě," vysvětlila Martina Plíhalová Vršecká, manažerka Multinational and Facultative Risks UNIQA.

Pojištění kryje škody na předmětech pojištění jakoukoli nahodilou škodní událostí v době přepravy, úkonů s ní souvisejících, nakládky a vykládky, a dále během výstavy, včetně instalace, deinstalace a úkonů souvisejících, případně během uskladnění v depozitářích.

Při každé přejímce jsou předměty pojištění podrobovány fyzické kontrole a jejich stav musí být zapsán do protokolu o stavu díla.

Pojistná hodnota všech předmětů pojištění činí přibližně 100 milionů korun. Tato částka současně představuje horní limit pojistného plnění UNIQA pro všechny pojistné události nastalých během trvání pojištění za všechny zahrnuté exponáty. Správcem pojištění je pojišťovací makléřská společnost Maják, s.r.o.

„Vystavované předměty mají pro nás v Čechách jedinečnou historickou hodnotu. Jen tři nejvýznamnější artefakty, kterými jsou Věstonická venuše z Dolních Věstonic, stejně stará plastika mužské hlavy z mamutoviny rovněž z Dolních Věstonic, a konečně neúplná mužská loutka podobného stáří nalezená při výkopech v Brně, byly oceněny celkem na vyšší desetimiliony korun," komentovala pojistnou hodnotu Martina Plíhalová Vršecká. **(tz)**

Na ženy v IT stojí firmy frontu

Jedna žena v IT na deset mužů? Propastný rozdíl, který na školách i ve firmách trvá přes 20 let, nyní začíná měnit generace Z. Děti narozené v novém tisíciletí zahodily stereotypní předsudky, že „holky nemají pro studium IT vlohy", a pomalu posouvají statistiky ve prospěch IT žen.

ilustrace Pixabay

Na Soukromé střední škole výpočetní techniky na pražském Proseku studovalo od jejího vzniku v roce 1994 kolem 5–10 % dívek. V praxi to znamenalo, že v každé třídě byla jedna až dvě slečny. Letos bylo do prvních ročníků přijato 11 dívek a 89 hochů. „Převaha chlapců na naší škole byla vždy markantní a naše snahy přilákat ke studiu také dívky se dlouhé roky míjely účinkem. Letos jsme ale viděli, že podíl dívek mezi uchazeči stoupl, a to se okamžitě promítlo do ‚rekordního' počtu přijatých studentek. Obecně se v Česku ICT odbornice potýkají s až desetinásobnou převahou mužů. Na vině však nejsou schopnosti žen jako spíš trvající předsudky společnosti, že jsou ICT profese víc vhodné pro chlapce. Je to neopodstatněné, v mnoha případech dívky logickým a strategickým myšlením chlapce předčí," řekl ředitel SSŠVT Martin Vodička. Rozšířený mýtus o „mužském" povolání posilují další stereotypní představy o ryze chlapských dovednostech – analytické myšlení, flexibilita nebo matematické schopnosti. „Práce IT specialistů ale vyžaduje také trpělivost, týmovou spolupráci, komunikativnost a empatii – tedy vlastnosti obvykle připisované ženám. V praxi se velmi oceňuje samostatnost, organizovanost a disciplína, aby byl IT odborník schopen nalézt vlastní cestu k řešení problému a precizně ji naplnil. Takovou schopnost někdy postrádají i nejlepší ajťáci, zatímco dívky ji mívají už od mládí přirozeně v sobě," připomněl ředitel IT školy. „Na druhou stranu, když už se dívka ke studiu IT rozhodne, je na převahu chlapců – mužů připravená a máloco ji rozhodí i později na podobně obsazeném pracovišti," zmínil Martin Vodička. Z jeho zkušeností tíhne většina studentek k programování, které je velmi žádaným oborem a kde vyniká jejich logické myšlení. Stejně tak jsou ale dívky schopné ve správě počítačových sítí nebo v grafice.

Podle údajů Eurostatu zaujímali v roce 2021 odborníci na ICT v Česku 2,2 % zaměstnané populace, což je stejné číslo jako průměr EU. Ženy mezi ICT specialisty ale tvoří jen 12 % a v tom je Česká republika na úplném chvostu Evropy, daleko za průměrnými 19 %. „Ještě do roku 2005 byl podíl žen v ICT profesích v Česku vyšší, ale později se propadl. Důvodem bylo, že ženy v začátcích rozvoje informačních technologií zastávaly více nekvalifikovaných pozic, které s dalším rozmachem technologií zanikly, a tím kleslo i procento žen v ICT. Ve skutečnosti je nízké zastoupení žen v oboru dlouhodobý stav a drží se téměř neměnně kolem 10–12 %. Nyní však nastupují studenti, kteří to mohou změnit," uvedl Martin Vodička směrem ke generaci Z, tedy dětí narozených do online světa v rozmezí let 1995–2010. Odpovídají tomu také statistiky počtu studentů ICT oborů na vysokých školách v Česku. Zatímco na počátku tisíciletí převažovali chlapci nad dívkami víc než sedminásobně, loni už připadlo na jednu studentku ICT oboru „jen" 4,5 studenta.

Nedostatek studentek a absolventek ICT se logicky promítá i na pracovní trh. ICT odbornice bývají pro svoje kvality ve firmách velmi žádané. Tzv. soft-skills jsou v pracovních kolektivech stejně důležité jako technologické znalosti, a právě v těch ženy často dominují. „Do ryze mužských týmů v technických firmách mohou ženy vnést jiný pohled na věc a kreativitu. Ve vývoji aplikací uplatňují schopnost vcítit se do pocitu uživatele, zaměstnavateli je ceněná jejich vstřícná komunikace a sociální cítění nebo cit pro detail. Firmy pak mohou ajťačkám na oplátku nabídnout volnější pracovní závazky, než skýtají jiné pozice mimo ICT, které nebrání založení rodiny," poukázal Martin Vodička. **(tz)**

ICT odborníci v ČR mezi lety 2005–2020 (v tisících)

	2005	2010	2015	2020
ICT odborníci celkem	78,7	121,6	155,1	219,8
muži	66,1	108,7	140,4	199,0
ženy	12,6	12,9	14,7	20,8
ženy v %	16	10,6	9,5	9,5

zdroj: ČSÚ, Digitální ekonomika v číslech

Studentky ICT oborů na vysokých školách v ČR do roku 2005

	2005	2010	2015	2020	2021	2022
celkem	16 945	25 709	21 480	21 647	22 440	23 488
z toho ženy (počet)	2031	2960	3095	3706	3884	4173
z toho ženy v %	12	11,5	14,4	17,1	17,3	17,8

zdroj: ČSÚ, ICT studenti a absolventi v Česku

Pražský koláč od Buchalů

Jarmila Buchalová

Dávná pochoutka mých studentských let. Pražský koláč. Ani tehdy ho nemívali ve všech pekařstvích nebo cukrárnách naší metropole. Bývala to taková specialitka jen některých míst. Milovala jsem ho natolik, že jsem prošla snad všemi prodejnami, kde se dal sehnat. Kupovala jsem si ho za odměnu, nebýval levný. Chutnal zcela výjimečně, noblesně, nepopsatelně. Bývala to poetika všedního dne, laskavý moučník plný snů, který jsem objevila v roce 1974 v Celetné ulici, hned vedle naší fakulty bývalo totiž voňavé pekařství...

Brzy po sametové revoluci tato dobrota na čas z pultů zmizela. Ale čas se sešel s časem a zase se objevila. A já si jí opět řadu let sladím svůj uspěchaný život. V mých útrobách má magickou moc. Přináší zvláštní adrenalin do žil, povznáší ducha, přeje tvořivosti, fantazii. A pak, že sladké člověku škodí. Řekla bych, že v určitých okamžicích naopak. Když vylepší náladu, dává radost přítomnému okamžiku, není co řešit. Ne, není to o obžerství nebo nějakém tom kilu navíc. Je to o propojení možností. Ano, pražský koláč patří do mého vidění světa, k mojí nostalgii, vzpomínkám i touhám. Mlsám ho jako tichý vzdor nad všemi možnými dietními pravidly a s velkou chutí. Místo, kde ho dnes také pečou, je Cukrárna Buchalovi v Praze 9, na adrese U Červeného mlýnku 2/977. Zdejší šéfcukrářky Jarmily Buchalové, držitelky stříbrné medaile Magdaleny Dobromily Rettigové, ocenění Asociace kuchařů a cukrářů ČR za propagaci a prezentaci moderní české gastronomie doma i v zahraničí, jsem se vyptávala:

Jak často se u vás hosté s touto dobrotou setkají?

Koláče pečeme jednou za tři týdny. Jsou to právě pražské koláče, svatební koláčky, těch kolem 300 kousků, a koláče na plech s různými náplněmi a drobenkou. Lidé to už znají a vědí, kdy pro ně přijít.

Kupuje je i mladší generace, nebo je to výlučně záležitost těch, kteří už něco pamatují?

Možná byste čekala odpověď, že je to pochoutka těch starších zákazníků, ale zkušenost je jiná. Zájem o sladké kynuté těsto mají obě skupiny, zhruba půl na půl. A mluvíme-li o svatebních koláčkách, tak ty na většině svateb nesmí chybět. Jde-li o velké množství, peče je celá naše rodina. Manžel, dva synové i já.

Všichni působíte ve firmě?

Ano, všichni. Kluci jsou vyučení kuchaři, my s manželem Františkem cukráři. Pracujeme všichni společně, dokonce společně i bydlíme! A zatím se nehádáme! Každý dělá to, co je potřeba, co nejvíce spěchá. A víme, že se jeden na druhého můžeme spolehnout.

Co je základem pro pražský koláč?

Klasické kynuté těsto. A krém z másla a vanilkového pudingu s kapičkou rumové tresti. Ten se musí řádně vyšlehat, aby byl dostatečně nadýchaný, aby se do něj pusa jen bořila. No a drobenka s přídavkem skořice. Vlastně na tom není nic složitého, přesto, že mnozí lidé si o tomto koláči myslí, že jeho výroba je velmi složitá.

Tento koláč provázejí všelijaké mýty...

Ale to asi nevadí. My ho považujeme za klasickou součást spíše pekařiny než cukrařiny, ani se nám nezdá, že by byl při přípravě náročný. Vyrábíme menší tvar, než se dělal před desetiletími, to bývala velká kola, z nichž se pak krájely výseče, čtvrtiny, osminky, také si to pamatuji.

O kynutém těstě se ale také tvrdí ledacos, třeba že s ním člověk musí zacházet s láskou, musí k němu mít vztah. Jinak prý nevykyne...

U nás dáváme přednost profesionálnímu zpracování. Dbáme na správnou teplotu, která je potřeba při kynutí, na optimální poměr surovin. Nešidíme, protože ctíme řemeslo. A jsme rádi, když lidem u nás chutná. To je naše vizitka, základ k tomu, aby se vraceli.

Je možné si vaše koláče koupit i v jiných cukrárnách nebo kavárnách?

Ne, zatím pečeme jen tady pro nás. A protože máme širokou věrnou klientelu, dokážeme odhadnout, kolik je třeba čeho udělat, aby nezbylo, ale aby se i na každého dostalo. No a když třeba zůstane pár svatebních koláčků, tak je nasáčkuji do pytlíčků a vnoučata mají svačinku...

Už se ozývají zájemci o vánoční cukroví a vánočky?

Nyní již ano, ale velmi pozvolna, asi jak bylo dlouho teplo, lidé nějak na blížící se svátky nemysleli. Léto si prodloužilo směnu a ani firmy, když jsme s jejich zástupci mluvili, si nechtěly připustit, že by již měly myslet na vánoční dárky. Tak věřím, že všechno ještě společně doženeme.

Do jakého dne ještě v prosinci pečete?

Cukroví se objednává do konce listopadu a vyzvednout se dá do 23. prosince. V ten den v poledne končíme. A do začátku ledna máme volno. Ale pro pár zákazníků, s nimiž jsme domluveni, že jim připravíme třeba narozeninový dort, přece jen pracujeme. Když nám jsou nakloněni řadu let, nenecháme je přeci na holičkách! Je však potřeba se domluvit dostatečně předem, abychom se zakázkou počítali.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Několik generací na pracovišti – střet, nebo příležitost?

Úspěšná mezigenerační spolupráce ve firmě je zásadní pro harmonické a produktivní pracovní prostředí. Základem je vytvořit kulturu, která je rozmanitá a pracuje se silnými stránkami všech generací, z nichž každá přináší jedinečné pohledy, zkušenosti a dovednosti. Podstatou je generace propojit, ne je oddělovat.

Martina Jandečková

Jednotlivé skupiny mají vlastní hodnoty a očekávání, které jsou formovány historickými, kulturními a technologickými vlivy. Z výměny nápadů a různých perspektiv napříč generacemi přitom může těžit celá firma. Podpořit mezigenerační spolupráci se jí vyplatí.

„Pro úspěšný rozvoj a zapojení různých generací ve firmě je nezbytná flexibilita, empatie a kvalitní komunikace. Firmy by se měly snažit aktivně s rozdíly jednotlivých generací pracovat a hledat společný základ a synergie pro efektivní spolupráci," řekla Martina Jandečková, jednatelka a koučka vzdělávací společnosti MgC Group.

I když se mohou lidé v rámci generací lišit, přesto mají společné některé rysy. Za Generaci X jsou považováni lidé narození v letech 1965–1980. Během své kariéry se setkali s mnoha významnými změnami. Jsou schopni se učit a přizpůsobovat pokroku. Mnoho z nich dosáhlo vedoucích pozic. Jsou pracovití, cílevědomí, pragmatičtí a umí jít příkladem. Důležitou otázkou je pro ně rovnováha mezi pracovním a osobním životem versus vyšší plat.

Generace X má často bohaté pracovní zkušenosti a odborné znalosti. „Ukažte těmto kolegům, že oceňujete jejich expertízu a že máte zájem se od nich učit. Jednou z možností může být zavedení mentoringových programů, v rámci kterých mohou zkušení zaměstnanci mentorovat mladší a naopak. Usnadňuje to sdílení a rozvoj znalostí, dovedností, a vytváří to kulturu neustálého vzdělávání. Variantou může být také platforma, kde mohou zaměstnanci sdílet své odborné znalosti, zkušenosti a postřehy," uvedla Martina Jandečková.

Mileniálové se narodili v letech 1981–1996. Oproti předchozí generaci jsou více technicky zdatní, protože vyrůstali s moderními technologiemi a sociálními médii. Klíčový je pro ně osobní a profesní rozvoj. Mají rádi, když má jejich kariéra jasný smysl a je v souladu s jejich hodnotami. Jsou velmi flexibilní a spolupráce a týmová práce je pro ně důležitá.

„Zdravou rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem přinese to, že budete zaměstnance podporovat, aby se po pracovní době odpojili. To může být důležité zejména pro mladší generace, které si cení integrace pracovního a soukromého života," doplnila Martina Jandečková.

Mezi generaci Z se řadí lidé narození zhruba od poloviny 90. let do poloviny roku 2000. Jsou digitální domorodci, na technologiích a online světě vyrostli. Diverzita a inkluze jim není cizí, rozmanitost na pracovišti je pro ně důležitá. Cení si nezávislosti a samostatnosti. Mají podnikatelského ducha a jsou otevřeni zkoumání příležitostí mimo tradiční kariérní cesty. Dávají přednost příležitostem, které jim umožňují převzít odpovědnost za projekty a smysluplně se na nich podílet. Klíčové je pro ně neustálé vzdělávání a osobní rozvoj. Zároveň mají rádi finanční jistotu a stabilitu.

Od svých vedoucích vyžaduje generace Z pravidelnou vazbu. Chtějí vědět, kde a jak se mohou zlepšit. „Aktivně pracujte se zpětnou vazbou a uznáním. Zpětná vazba umožňuje uvědomit si své silné stránky a zároveň poskytuje možnost k dalšímu rozvoji," uvedla Martina Jandečková.

Pozornost však tato generace udrží krátce. Má totiž přístup k velkému množství online informací. Vyvažuje to ale její kreativita. Více než ostatní generace oceňuje flexibilitu a práci na dálku. „Různé generace mají různé preference, pokud jde o pracovní rozvrh a flexibilitu. Nabídka možností, jako je práce na dálku, pružná pracovní doba nebo zkrácený pracovní týden, může pomoci přizpůsobit se potřebám různých generací," dodala Martina Jandečková.

Na škodu nemusí být ani vzdělávání o generačních potřebách a rozdílech. „Firma může zajistit workshopy s cílem zvýšit povědomí a porozumění generačním rozdílům mezi zaměstnanci. To může snížit počet nedorozumění a konfliktů," uzavřela Martina Jandečková. **(tz)**

MgC Group

MgC Group je spolutvůrcem trendů a iniciátorem inspirativních metod v oblasti strategického HR a vzdělávání. Na trhu vzdělávání působí více než 16 let. Je zkušeným partnerem pro firemní vzdělávání, osobní rozvoj a zavádění inovativních metodik a řešení. Orientuje se na vzdělávání použitelné a přímo napojené na každodenní praxi. MgC Group úzce spolupracuje s akademickou sférou na ověřování a výzkumu. V týmu působí konzultanti, lektoři, mentoři, koučové, terapeuti, ale také odborníci napříč obory. To umožňuje najít optimální řešení pro každého klienta.

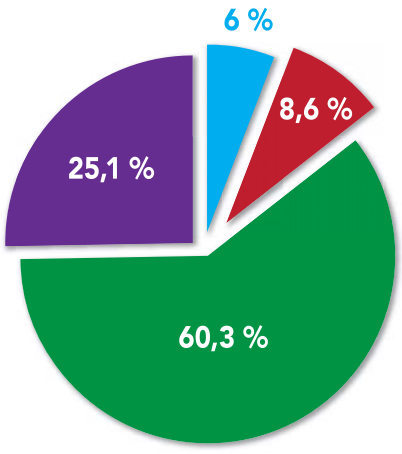
Firemní školka či dětská skupina jako motivace

Bezmála 80 % českých rodičů připouští ochotu vrátit se dříve do práce z rodičovské dovolené v případě, že by jejich zaměstnavatel zaručil péči o dítě v rámci firemní školky nebo dětské skupiny. Vyplývá to z výzkumu, který realizovala poradenská skupina Moore Czech Republic. Podle expertů z Moore v dnešní době přehřátého trhu práce s rekordně nízkou nezaměstnaností čelí mnoho firem výzvě udržet talentované zaměstnance. Firemní mateřské školky a skupiny se tak stávají důležitým nástrojem motivace zaměstnanců.

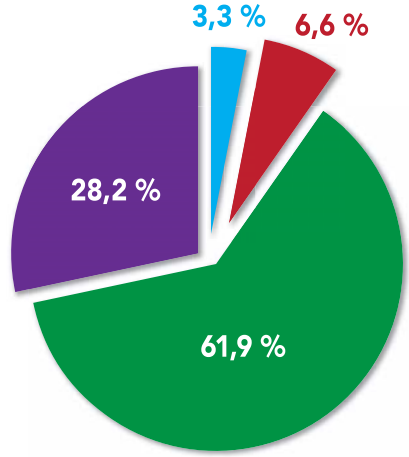
kresba Pixabay

Necelých 15 % respondentů z řad rodičů s dětmi ve věku jeden rok až šest let uvedlo, že jejich zaměstnavatel nabízí možnost využití firemní školky. U firemních dětských skupin pak šlo o méně než 10 %. „V Česku není tato podpora rodičů ze strany zaměstnavatelů zatím standardem. Zjistili jsme však, že zájem zaměstnanců o firemní školky či dětské skupiny by rozhodně byl. Přes 60 % rodičů, kteří školku či dětskou skupinu nemají k dispozici, uvedlo, že by ji rádi využili. Za nedůležitý považuje benefit firemní školky či skupiny pouze 13 % respondentů," uvedla Marcela Hrdá, partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic. Pro téměř 14 % rodičů je nabídka firemní školky nebo firemní dětské skupiny zcela zásadní benefit. Za důležitou, ale nikoliv nezbytnou ji považuje 27 % dotázaných. Dalších 47 % ji pak označilo za zajímavý benefit. „V současné době trpí český pracovní trh nedostatkem kvalifikované pracovní síly a pro zaměstnavatele se stává hledání vhodných pracovníků čím dál tím obtížnějším. Přitom často jejich zaměstnanci zůstávají s dětmi doma déle, než by to bylo nezbytné jen proto, že nenajdou kvalitní předškolní zařízení. Právě firemní školky či dětské skupiny jsou cestou, jak tento nevyužitý potenciál kvalifikovaných pracovníků opět zapojit. Z našeho průzkumu jasně vyplývá, že právě nabídka firemních školek a dětských skupin by mohla být benefitem, který by byl v tomto ohledu velice důležitý," komentovala Marcela Hrdá.

Nabízí váš zaměstnavatel možnost využití firemní školky?



Nabízí váš zaměstnavatel možnost využití firemní dětské skupiny?



Firemní mateřské školky a skupiny umožňují rodičům i postupný návrat do práce. Mohou začít s částečným úvazkem a postupně navyšovat pracovní hodiny, zatímco jejich dítě je v bezpečném prostředí nedaleko nich. Rodiče také mohou najít oporu u dalších kolegů v podobné situaci, což může snížit pocit izolace a pomoci při adaptaci na nový režim. V neposlední řadě vědomí, že je dítě blízko a v bezpečí, může pomoci rodičům soustředit se na práci a snížit rodičovskou úzkost spojenou s opětovným zapojením do práce.

Podporou návratu rodičů do práce mohou firmy rychleji znovu využít dovednosti a zkušenosti svých zaměstnanců. Poskytnutím takové podpory zaměstnavatelé ukazují, že si váží svých zaměstnanců, což může snížit pravděpodobnost, že si rodiče najdou jinou práci po skončení mateřské dovolené. Navíc firmy, které podporují rodiče při návratu do práce, mohou posílit svou reputaci jako rodinně orientované a sociálně odpovědné, což může přitahovat i nové talentované zaměstnance. „Udržením zkušených zaměstnanců a rychlejším návratem do práce mohou firmy ušetřit na nákladech spojených s náborovým procesem a školením nových lidí," sdělila Marcela Hrdá.

Firemní školky a dětské skupiny by pak mohly český pracovní trh ovlivnit ještě jedním způsobem, a to jako impulz ke zkracování rodičovských dovolených. „Délka rodičovské dovolené v České republice je rekordní v rámci EU, což příliš nenapomáhá zdravému trhu práce a ani rodičům samotným. Osm z deseti dotázaných rodičů ale projevuje ochotu vrátit se dříve do práce, pokud by měli k dispozici firemní školku či dětskou skupinu," argumentovala Marcela Hrdá, partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic, s tím, že 35 % rodičů by tak učinilo určitě a téměř 45 % pak uvádí, že by tak spíše učinilo. Firemní mateřské školky a skupiny tak nejenže přinášejí řadu výhod pro rodiče vracející se z rodičovské dovolené, ale také pomáhají zaměstnavatelům udržet a motivovat své klíčové zaměstnance. V dnešním konkurenčním pracovním prostředí může být taková podpora rozhodující pro úspěch firmy. **(tz)**

Když na business zaútočí virózy, chřipky, stres

Není většího strašáku v podnikání než nemoci. Takřka každou šéfku nebo šéfa děsí představa, že, byť jen na týden, ochoří, vypadne z kola dění. Stačí obyčejná rýma či kašel, spěch nad míru, pár probdělých nocí. Najednou se vše obrátí vzhůru nohama. V takových chvílích začínáme přemýšlet o tom, co jsme udělali špatně a zda jsme neměli věnovat více pozornosti například prevenci.

Mgr. Jarmila Podhorná

Moc dobře najednou víme, jaký má význam. Léta to tvrdí také Mgr. Jarmila Podhorná, majitelka firmy NADĚJE, která vyrábí nespočet přípravků z bylin a pupenů. Informace o kvalitní imunitě, na níž se podílí stav nervové soustavy, dýchacích cest, trávicího ústrojí a čistota organizmu, se snaží svojí osvětovou činností předávat co nejširšímu okruhu zájemců.

V poslední době hodně sází na roli adaptogenů, jako je například maralí kořen nebo kustovnice čínská. Vynikající zkušenosti má s rakytníkem řešetlákovým, neboť je to doslova vitamínová bomba, kterou se vyplatí užívat dokonce při revmatizmu, ekzémech nebo k posílení zraku, ale rozhodně také při chřipce.

Gemmoterapeutikum z černého rybízu má vynikající účinky na vytvoření kortizonového efektu při snížené funkci nadledvinek. Je to výtečné antialergikum, pomáhá řešit spolu s maliníkem cysty na vaječnících, a má i protiotokový účinek.

Velké výsledky jsou dosahovány při zlepšování činnosti dýchacích cest pomocí bylinných prostředků z šišáku bajkalského – kašle, astmatu, zánětech, šišák působí protivirově i proti bakteriím. Zklidňuje srdce a cévy a zlepšuje spánek.

Možná ani netušíte, že existuje i gemmoterapeutikum z lísky. Pomáhá játrům, třeba když člověk prodělá virovou žloutenku. Obnovuje činnost plic a pomáhá při psychické labilitě.

S podzimními plískanicemi opět vzrůstá počet covidem nakažených osob. Tito lidé mívají problémy nervového původu. Vhodné je užívat například gemmoterapeutikum z bělotrnu kulatohlavého, má příznivé účinky při atreofiích nervů, zánětech, neuralgiích.

Kozinec blanitý je odedávna používán při úpadku psychických sil, zlepšuje imunitu, obranyschopnost, látkovou výměnu. Lípa obecná je doslova zázrak. Přípravek z jejích pupenů se využívá při stavech úzkosti, napětí, ke zklidnění organizmu. Gemmoterapeutikum z vrby bílé je výborný prostředek proti chřipce a virózám a také snižuje dráždivost nervové soustavy. Rodiola růžová zase přijde vhod při únavě, psychických traumatech a po infekcích, zlepšuje paměť, spánek a deprese.

Možností, jak si spravit kondici pomocí přírody, je nespočet. Firma NADĚJE využívá její odvěkou moudrost, aby nám usnadila překonávání chorob i běžných nástrah života. **(rix)**

INZERCE

Zelený detox jako šikovná uklízečka

Čas pro zelené superpotraviny s počínajícím podzimem zdaleka nekončí. I nyní je lze dobře využít při očistě organizmu před zimou. Zde jsou tři důvody, proč v současnosti bohaté zdroje chlorofylu zařadit do svého detoxikačního jídelníčku.

Zelené „listové" barvivo se nalézá také ve většině plodů. Síla jeho molekul tkví v tom, že na sebe dokážou snadno navázat nejrůznější odpadní a toxické látky, a tak mohou potraviny s touto složkou bezpečně a šetrně uklidit zažívací trakt i vnitřní prostředí. Nejde jen o usazeniny, ale také o nejrůznější patogenní mikroorganizmy, které v harmonických podmínkách nemohou už dále dělat neplechu. Jakmile se tělo zbaví této zátěže, opět vzroste jeho hladina vitality. Chlorofyl je tak jako šikovná uklízečka, kterou se vyplatí mít po ruce, když chceme tělo připravit na sychravé podzimní dny i v případě, že jsme si dopřávali a vyvážený jídelníček šel trochu stranou. Málokterá složka potravy dokáže tak efektivně neutralizovat volné radikály a redukovat hladinu oxidačního stresu. To je funkce, která poladí rovnováhu organizmu a rovněž imunitní systém. Chlorofyl díky této schopnosti přispívá k regeneraci tkání a pomáhá je udržovat v dobrém stavu. Ale i při podzimní očistě se může stát, že hladina volných radikálů dočasně vzroste. Souvisí to nejen s faktory prostředí, ale také s psychikou. Detoxikace a odlehčení jídelníčku jsou režimové změny, které vyvolávají psychický stres. A ten zpětně ovlivňuje hladinu oxidačního stresu v organizmu. Chlorofyl tak dokáže nejen naše detoxikační úmysly zefektivnit, ale rovněž při tom pomáhá tělu překlenout náročnější momenty.

Zelené rostlinné barvivo má podobnou strukturu molekuly jako hemoglobin, tedy látka, která zodpovídá za to, že jsou červené krvinky červené a dokážou v lidském těle přenášet kyslík. Chlorofyl tak podporuje tvorbu krevního barviva, a tím i krvetvorbu jako takovou. A více hemoglobinu znamená bohatší zásobení buněk kyslíkem. Výsledkem je více energie a menší míra únavy, což pomůže nejen při detoxikaci, ale také s udržením si kondice během zkracujících se dní.

Veškerá listová zelenina je na chlorofyl relativně bohatá. Najdeme ho také v zelených paprikách, cuketě, natích, bylinkách. Ale těmi nejkoncentrovanějšími zdroji jsou bezpochyby zelené superpotraviny. Například chlorela, mladý ječmen nebo spirulina.

Nově je možné si dopřávat zelené superpotraviny také ve formě lahodných drinků. Česká značka Nupreme vyvinula vyvážené zelené trio Super Greens, obsahující chlorelu, spirulinu a mladý ječmen, s autentickou příchutí pistácie. Tuto směs můžete mít po ruce doma i v práci, abyste si z ní vytvořili lahodný osvěžující nápoj s příjemnou nasládlou chutí. „Zelenáče je nejlépe užívat ráno na lačno nebo alespoň dvě hodiny po jídle a nejméně dvacet minut před ním. Čím méně obsahu v žaludku potkají, tím více živin z nich naše tělo získá," radí Petr Žemlička, spolumajitel značky Nupreme. „A pozor, chlorofyl a vláknina jsou skvělé uklízečky, ale s odpadem s sebou vezmou i jiné účinné látky. Neměly by se proto ve stejný moment užívat s léky nebo dalšími doplňky stravy. I zde doporučuji minimálně dvouhodinový odstup," doplnil Petr Žemlička. **(tz)**

Fejeton

Až mě zase někdo naštve

Mám docela dobrou metodu, jak si obohatit šatník, botník nebo sbírku kabelek. Funguje spolehlivě. To, když mne někdo pěkně rozčílí nebo se chová nezdvořile, nezůstává z mé strany bez následků. Tedy příjemných. Že to zní podivně? Určitě ne. Dříve jsem, jak se říká, pěnila, emoce se nedaly udržet na uzdě. Házela jsem nádobím, knížkami, předměty, které byly zrovna po ruce. Běda tomu, kdo mi přišel do cesty.

Dnes je to jiné. Neplýtvám takto bouřlivě svojí energií, tu si schovávám k jiným příležitostem, neb věk se s věkem sešel a já zmoudřela. Moje metoda je dnes o něčem úplně jiném. Dám příklad. V květnu jsem se účastnila jedné společensko-pracovní akce. Nálada byla pěkná, srdečná, ale několik osobností bylo až příliš sebestředných. Za každou cenu se rozhodly vyniknout nad jiné, vznášet se na vlnách obdivu, uznání i pýchy. Jedna dáma vyloženě porovokovala. Nesnáším to. I když chápu, i to je svým způsobem marketing, pokud je jmenována firma, za niž dotyčný člověk bojuje. Po skončení, když se rautem linuly nejrůznější gratulace a slova obdivu, jsem se rozhodla opustit sál a být hvězdou sama pro sebe. Svítit si na potemnělé pražské obloze jen tak, jak chci já, potichoučku, pokorně, zato s duší dokořán a pusou v úsměvu. Tak jsem svobodná, svá, tak jsem nad věcí.

I když ne tak docela. Ten večer jsem nejprve nad věcí moc nebyla. Těžko jsem se smiřovala s onou sebestředností, která zasouvala do koutů dění ostatní účastníky a dělala z nich služebníčky se svěšenou hlavou. Uchýlila jsem se k protestu procházkou po nábřeží Vltavy a jízdě tramvají plnou hlaholu cizinců putujících z místních lokálů. A nebylo ještě tak úplně pozdě, abych si to nenamířila do několika butiků. Ano, vážení, rozhodla jsem se být královnou krásy a na špatnou náladu z oné velkolepé párty jsem se rozhodla dát si parádní náplast. Koupit si něco na sebe. Vplula jsem do obchůdku a rázem jsem zapomněla, jak mě těch pár lidí namíchlo. Okukovala jsem šatičky, svetry, trička, pásky, sandálky. Bylo z čeho vybírat. To mi věřte. Oko mi padlo na bílé plátěné šaty neobvyklého střihu. Strašně se mi zalíbily. Láska na první pohled. Byly mé. Cestou domů jsem se těšila, až si je vyzkouším před vlastním zrcadlem, až se pokochám tou nádherou. Proč bych já, ve svých letech, nemohla obléknout taky něco výstředního? Něco, o čem si bude posléze povídat kde kdo? Proč bych na sebe neměla upozornit, proč bych měla skrývat svoje nohy i svoje kila navíc?

Vypadala jsem nevšedně, to ano. Nějak divně. Když do ložnice vpadla dcera, vyhrkla: Ty jsi zřízenec nebo chovanec? A bylo jasno. V těch šatech jsem vypadala děsně. Fakt jako blázen. Přesto nezapírám, názor jsem nezměnila, jsou fantastické. A blbou náladu mi rozhodně ten večer vylepšily, skříň narvanou k prasknutí obohatily, byť budu dlouho přemýšlet o tom, kdy si je na sebe skutečně odvážím vzít.

Od své metody vedoucí k rozšiřování šatníku jsem však neustoupila. Praktikuji ji zvesela dál. Jako předevčírem. To mne rozzuřil jeden chlápek, který mi kvůli pár minutám sebral celé odpoledne. Trmácela jsem se na schůzku, kde se hodinu probíralo to, co mohlo být řečeno do telefonu v pěti minutách. Byla jsem jak rozlícená dračice. Od huby mi lítala pěna i hříšná slova. Jen jen bouchnout. Naštěstí byl poblíž jeden obchodní řetězec s oblečením. Útěcha na sebe nenechala dlouho čekat. Nové společenské šaty byly jasnou volbou. Hladké, černé, minimalistické, přesně ty univerzální, které na sebe můžete vzít kdykoli a vždycky budete šik. Padly jako ulité. Jasná volba. V tu chvíli jsem zapomněla na promrhaný čas na setkání, v tu chvíli jsem byla vítěz. Jak se mi ulevilo! Jako bych tím toho chlapíka trestala. A tak bych mohla skládat jeden mini příběh za druhým. Moje skříně nejsou nafukovací, to chápu. Ale na zuření se v poslední době už docela těším.

Eva Brixi

Pointa oslavila páté narozeniny a na konci roku vydá již 400. knihu

Online nakladatelská služba Pointa, která zásadně proměnila způsob vydávání knih v Česku, slaví významné jubileum. Oslavuje pět let své existence a ohlíží se za dosaženými úspěchy. Celkem už má na svém kontě více než 200 000 prodaných knih a 370 vydaných knižních titulů nejrůznějších žánrů. V crowdfundingových kampaních přispělo již více než 43 000 lidí celkovou částkou převyšující 40 miliónů korun.

Lucie Gilánik

Pointa do procesu vydání zapojuje samotné čtenáře, kteří mohou autorovi na knihu přispívat libovolnými finančními částkami. Vybraný obnos se potom použije na zaplacení veškerých nákladů na vydání knihy, včetně práce redaktora, korektora a dalších knižních kolegů, které si autor na Pointě sám vybírá. Od založení Pointy v září roku 2018 přispělo v crowdfundingových kampaních více než 43 000 lidí celkem částkou převyšující 40 700 000 korun. Za celou dobu fungování Pointa spustila celkem 678 předprodejů, z toho 402 bylo úspěšných.

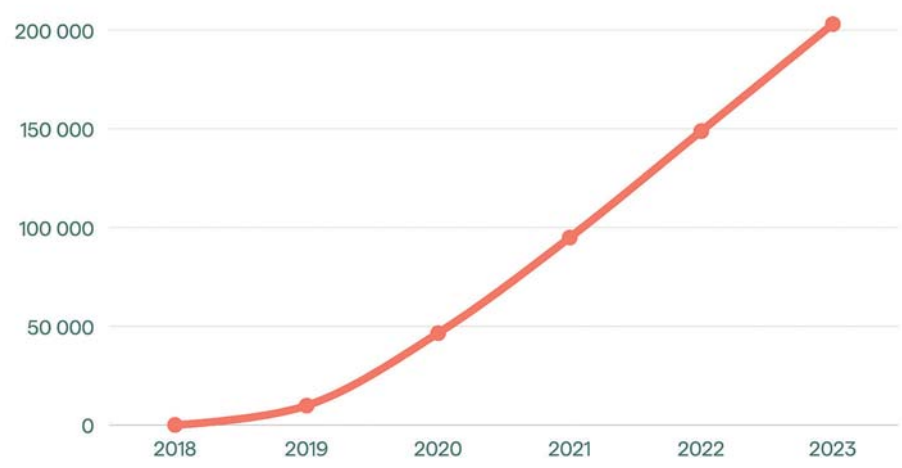
Pointa otevírá dveře zkušeným i začínajícím autorům, profesionálům z oboru i nadšeným čtenářům. Všichni se potkávají v rámci online platformy, která podstatně zjednodušuje celý proces vydání knihy. Po pěti letech fungování Pointa zastřešuje komunitu 5700 autorů a více než 1000 knižních kolegů. Na Pointě vyšlo celkem již 370 knih různých žánrů a ke konci letošního roku vyjde jubilejní 400. kniha. Prodalo se celkem více než 200 000 knih a dotisku se dočkalo 21 vydaných titulů z portfolia nakladatelství.

Dlouhodobě nejprodávanějším titulem Pointy je bestseller Letuška z economy Petry Jirglové, kterého se dosud prodalo přes 13 000 kusů. Na druhém místě v prodejnosti následuje komiks Já to měl první! a YA román Zatracená Láska. Za poslední rok byly nejprodávanějšími tituly Zatracená Láska autorky Tess M. Puffrové, komiks Já to měl první! 2 autorky Barbory Brůnové a kuchařka Vyváženě od nutričních terapeutek Andrey Jakešové a Veroniky Pourové z poradny Nehladu. Nejúspěšnějším projektem byla kniha, která vyjde v únoru příštího roku, Chcete porodit s respektem?, na kterou se letos na Pointě vybrala dosud nejvyšší částka téměř 377 000 korun.

„Ačkoliv byl uplynulý fiskální rok pro celý knižní trh velmi náročný, Pointě se opět podařilo dosáhnout skvělých výsledků a udržela si tak pevné postavení na našem knižním trhu. Těší mě, že je o naši platformu takový zájem jak mezi autory knih, tak zejména mezi čtenáři, což potvrzuje více než 200 000 prodaných výtisků. Naším cílem bylo vytvořit prostor, kde se mohou setkávat vášniví autoři, talentovaní profesionálové a nadšení čtenáři. S radostí vidím, že jsme během pěti let vytvořili komunitu, která společně přispívá k budoucnosti české literatury a dává hlas i těm, kteří dosud nebyli slyšet," řekla výkonná manažerka Pointy Lucie Gilánik.

Do konce letošního roku ještě v nakladatelství Pointa vyjde více než 30 knižních novinek. Mezi nimi například science-fantasy Úděl Hvězdorozených – mysteriózní příběh z velmi vzdálených tropů, kde se lidské společenství dělí podle znamení zvěrokruhu, Jako Liči – příběhy ze života míšenky narozené a adoptované v Česku, #NAJDIMě – volné pokračování zfilmovaného Young Adult románu Cool Girl!, román o toxickém vztahu s mužem s narcistickou a hraniční poruchou osobnosti – Ďábel se skrývá v lásce, autentické vyprávění mladého policisty – Dvě tváře policisty, nebo pohádkové dobrodružství duhové dívenky pro děti od pěti let – Divukrásné příběhy Slečny Duhy. **(tz)**

Vývoj počtu prodaných knih



O Pointě:

Pointa je online nakladatelská služba, která autorům pomáhá sestavit knižní tým a zafinancovat vydání knihy s pomocí crowdfundingu. Následně je provede celým procesem, zajistí tisk a distribuci a pomůže s propagací.

pointa.cz
facebook.com/Pointa.cz
instagram.com/pointa.cz
blog.pointa.cz

Banka ve spolupráci s LAFORMELA představila kolekci oblečení z recyklovaného uhlíku

Skupina Komerční banky se dlouhodobě věnuje inovacím a podporuje projekty, které napomáhají odpovědnému přístupu k životnímu prostředí a společnosti. Jedním z aktuálních je i módní přehlídka designerské značky LAFORMELA, na níž byla představena kolekce Pure z recyklovaného CO_2. Ta je příkladem, že inovacemi se dá světu pomoci snížit množství CO_2 v ovzduší. LAFORMELA svou kolekci vzniklou pod taktovkou módních návrhářů Miroslavy Kohutiarové a Antonína Soukupa představila 10. října v Praze.

Komerční banka dlouhodobě hledá cesty, jak podporovat pozitivní přístup k životnímu prostředí. Jednou z cest může být i technologie LanzaTech, která dokáže proměnit oxid uhličitý v atmosféře na ethanol, který pak slouží k výrobě dalších materiálů. Proces zachycení a recyklace uhlíku z atmosféry je inovací, kterou díky LanzaTech využívají letecké společnosti, výrobci produktů péče o domácnost, a nyní i textilní průmysl. Vyrobené vlákno má vzhled, vlastnosti i funkčnost blízké polyesteru. Z tohoto vlákna LAFORMELA s podporou od Komerční banky zhotovila novou Pure kolekci oblečení. „Součástí naší ESG strategie není pouze podpora úspor v budovách, podpora obnovitelných zdrojů či jiných projektů, ale právě také vynášení zajímavých nápadů na světlo světa, které umožňují podívat se na ekologii z nějakého nového pohledu. Podporou kolekce Pure od LAFORMELA chceme světu ukázat, že změnu můžeme iniciovat i malými každodenními kroky a že recyklace CO_2 může být stylová," řekla Jitka Haubová, členka představenstva a provozní ředitelka KB odpovědná za agendu udržitelnosti.

Součástí kolekce jsou nepromokavé kabáty, elastické overaly, pružná trika a roláky, ale i saka nebo elegantní kalhoty představené v kombinaci se sportovní vestou. V kolekci nechybějí sukně ani šaty. Pro tuto příležitost vytvořila LAFORMELA mimořádně i pět pánských outfitů, unisex kabelky a jeden pár vysokých bot ve spolupráci se studentem UMPRUM Alešem Hnátkem. Nedílnou součástí spolupráce se stala také limitovaná edice unisexových trik.

Pět různých materiálových struktur, se kterými LAFORMELA pracovala v omezeném množství, vzniklo ve dvou barevných provedeních – bílé a černé, vždy s jemnými akcenty červené, která symbolizuje firemní barvu Komerční banky. „Na barevnost navazuje také koncepce kolekce, jejíž skladba postupně přechází z černé do bílé. Tento přechod je ukázkou chemického procesu, pomocí kterého materiál vzniká, kdy se plynový odpad přeměňuje na čistý vzduch," dodal Antonín Soukup.

Dalším ESG projektem Komerční banky jsou například ekologické platební karty vyrobené ze 100% recyklovaných plastů. KB momentálně zkoumá, zda by se karty daly vyrábět s pomocí technologie LanzaTech z přebytečného oxidu uhličitého v atmosféře. **(tz)**

INZERCE

SiMyCo®

INTERIM MANAGEMENT

AUDIT

TRAINING&EDUCATION

„NALÉZÁME TA NEJLEPŠÍ ŘEŠENÍ
A ÚSPĚŠNĚ STMELUJEME TÝMY"

www.simyco.cz