

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

duben 2024

Ohníčky jara

Eva Brixi

Ta vůně zakázaného kouře
Z ohýnků dubnových
Jež smetou nepotřebné ze zahrad
Rozespalých a pobledlých
Ta je tak mámivá
Podvečer přitímím plaménky rozžihá
Tajemno teple mlčí
Tvé oči jsou moje panenky
Když lásky naše cosí ničí
Držím tě za ruku
Já žena moudrá
Přesto v rozpuku
Sny mé jsou urované
Oči pálí
Uhlíky do nebes neprodané
Konejší staré vzpomínky
A slzy nehasí žár ani náhodou
Pobídka jara žene se k časům
Kdy kouzla začnou
Napovídat vlídným hlasům
Laskavé nesmysly
Nové teď vybíhá a přeje klasům
Líbej
Co je tvé
Byť kroky lamp i lampiček
Zůstaly navždy varovné

Zuzana Ceralová Petrofová

Vyrábět piana pro radost je naše poslání
rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Pro přípravu mléčných kávových specialit je tu novinka Tchibo Variazione

Nová zrnková káva Tchibo Variazione vychází vstříc milovníkům mléčných kávových nápojů. Podle průzkumu totiž až 59 % spotřebitelů pije kávu právě s mlékem a cukrem. Na chuťovém profilu kávy Tchibo Variazione se podílí vyvážená směs arabica a robusta s jemnými tóny čokolády. Má výrazné aroma. Významně doplňuje stávající nabídku Tchibo, jelikož vychází vstříc novému trendu: střídání kávových nápojů na bázi espresso & caffè crema.

Koupíte v kilogramovém balení v maloobchodní síti, kamenných obchodech Tchibo a v e-shopu tchibo.cz.

NOVINKA



Tchibo
VARIAZIONE
For Coffee-Milk-Specialties

CHUTNÁ SKVĚLE S MLÉKEM I BEZ
Cappuccino, latte nebo flat white? Tchibo Variazione je ideální volbou pro všechny mléčné kávové speciality.

Tchibo

Naslouchat potřebám vlastního půvabu



Šárka Stará

Vnímají tyto ženy vaše služby jako potřebné? Je to samozřejmá součást jejich životního stylu a péče o zevnějšek?

Lze je rozdělit do dvou skupin. Ta první převažuje. Jde o ženy, které jsou vytížené a chybí jim čas. Péči v kosmetickém salónu vnímají jako nezbytnost a součást image. Potřebují naplnit vysoké požadavky na zevnějšek, které na ně profese klade. Je to součást sebevědomí a toho, že se cítí kompetentní v tom, co dělají. Tato skupina preferuje zkrácené procedury s co největším množstvím a koncentrací aktivních látek. Rády si za to připlácejí. Kosmetika představuje ryze účelnou a účelovou záležitost.

Dokážou během kosmetiky relaxovat?

Když takovým klientkám někdo podsouvá, že by měly relaxovat, ještě víc znervózní. Hlava jim stále jede na plné obrátky. Aby si alespoň trochu oddechly, tak se snažíme v Kosmetickém studiu GERnétic zaměstnat všechny jejich smysly. Ale to hlavní je, aby věděly, co a proč se s jejich pokožkou a tělem děje. Vysvětlení postupu, představení účinků. Nicneděláním je pro ně nekomfortní. Když ale mohou mysl zabavit konstruktivně, cítí se lépe a pro-

Podnikatelky a manažerky mají od kosmetických služeb vysoká očekávání. Preferují rychlé změny. Tvoří až 90 % klientely Kosmetického studia GERnétic v pražských Řepích pracující s luxusní francouzskou značkou téhož názvu. Šárka Stará, jeho supervizorka, firemní kosmetička a školitelka GERnétic, prozradila, co je pro ženy z businessu na kosmetickém lehátku nejdůležitější.

cedura je pro ně příjemnější. Máme pro vytížené ženy, kterým je zatěžko odpočívat, velké pochopení. K takovému klientovi je potřeba přistupovat s respektem k jeho rozpoložení.

Zmínila jste, že existují celkem dvě skupiny klientů. Zatím jsme se pozastavili jen u první...

Ano, ta další preferuje naopak ošetření co nejdélejší, vychutnává si ho, dokáže se snadno odevzdat do rukou profesionála a užívat si celý zkrášlující proces. Vyhledává jak odpočinek, tak účinek. Zlom v uvažování přineslo období covidu. Lidé začali více vnímat své potřeby a chtějí se nejrůznějšími procedurám pro krásu a zdraví věnovat i kvůli sobě a pro sebe, prospívají totiž fyzické i duševní kondici. V souvislosti s tím vyhledávají ženy čím dál sofistikovanější styl péče – chtějí tu nasycenou aktivními látkami, která opravdu dokáže stav pokožky výrazně proměnit. Líbí se jim věda, která za tím stojí, důkazy, kterým mohou věřit. GERnétic přesně takový je.

Jak svou krásu vytížené ženy posuzují?

Mrzí mě, že se stále soustředí spíše na nedostatky. Protože máme nejčastěji v této skupině klientky se zralou pleť, je na nás, kosmetičkách, velmi citlivě vysvětlit, že se svou krásou můžete naložit důstojně i ve vyšším věku a podporovat její trvalost a hodnotu. Že není nutné podléhat ideálům nepřirozenosti, ale bývá lepší zaměřit se na zkvalitňování procesu zrání pomocí anti-ageingových a liftingových kosmetických procedur. Posilovat regeneraci a vitalitu pleti, produkci vlastního kolagenu a elastinu. Péče, která toto zvládne, má smysl. Na druhou stranu se ale vnímání krásy odvíjí taky od stavu vnitřního světa člověka. Pokud někde vznikne přetlak nebo nedostatek, ve vidění vlastního já se to odrazí. A s ním se dá také pracovat.

Já sama chápu kosmetiku jako pomocníka, který dokáže prospívat zdraví jako celku. Proto jsem se začala oboru věnovat.

Čekají na kosmetičku také nějaká úskalí?

Veřejnost je hodně ovlivňována reklamou a trendy populárními v dané sociální bublině. Bohužel válcují podložené informace a erudici odborníků. Ženy pak zažívají rozčarování, protože se žádoucí efekt nedostavil. Obrací se na nás, profesionály, protože chtějí lepší výkon a výsledky, než jim dala dosavadní kosmetika doma.

Zásadní je zjistit, jakou péči klientky dosud používaly, a vysvětlit jim, proč produkty různých značek nemíchat. Chemický mix rozličných konzervantů či aktivních látek se může na pokožce „poprat“, a být tak příčinou kožních obtíží, rezistence vůči aktivním látkám, alergických reakcí, mezi něž se řadí třeba vyrážky nebo otoky. A následně je třeba ujednotit domácí péči u jedné značky, díky čemuž se eliminuje riziko, že by si nevhodně zvolenými produkty mohly klientky ublížovat. Když navíc dodržují doporučení kosmetičky, je to výhra a start k výsledkům, o nichž se některým možná ani nesnilo.

Představuje pro podnikatelky a manažerky cennou službu to, když jim kosmetička sestaví domácí péči na míru podle potřeb jejich pokožky i časových možností?

Obvykle ano. Kosmetička je takovým průvodcem v péči o pleť. A je to důležité nejen kvůli překonávání mylných informací, ale taky kvůli netrpělivosti a fokusu na nedokonalosti. Místo aby ženy viděly, jak vrásky kolem očí zmizely, soustředí se na tu jedinou na čele, která tam pořád ještě je. Je

potřeba trpělivě ukazovat, co kosmetika umí, upozornit na pokroky, ubezpečit. A někdy také říct, že než se kůže zbaví nečistot a odpadních látek z předchozích let a nešetrného zacházení, chvíli to potrvá. Kosmetička pomáhá nastavit základní principy, díky nimž lze dosáhnout pěstěného vzhledu, který dokáže „obelhávat“ čas. GERnétic staví na výživě



a obnově funkcí a fyziologických procesů v pokožce. Organismus začíná zase pracovat sám za sebe a pro sebe.

Co si náročné klientky pod kvalitními službami vlastně představují?

Mají vysoká očekávání. Když se nenaplní, vyhledávají invazivnější metody jako mezoterapie či zákroky plastické chirurgie. Než se pro radikální krok rozhodnou, dotazují se i kosmetiček. Přála bych si, aby jim dokázala každá dobře odpovědět a poradit. GERnétic spolupracuje s některými klinikami estetické medicíny. O zákrocích víme hodně. Ne vždycky je však nezbytné nějaký invazivnější podstoupit. Mnohé jde vyřešit právě v kosmetickém salónu. A když už přeci jen na zákrok dojde, kosmetická péče může jeho efekt výrazně prodloužit. Hlavní je, abychom pomohly posílit vědomí o možnostech, které jsou pro aktuální stav pokožky k dispozici.

Podle čeho vybírat salón? Jaké standardy by měl respektovat?

Doba internetová má spoustu výhod, ale taky nástrah. Hezká prezentace na sociálních sítích nebo webu vůbec nemusí znamenat, že kupujete to, co vidíte. Když přijdete osobně, zjistíte, že fotky jsou roky staré, byly aranžované a ve skutečnosti se nalézáte v zaslém prostředí, kterému schází noblesa i pořádek. Doporučila bych objednat se vždy nejprve osobně. Vidět dopředu prostředí. Zajímá se o to, jak kosmetička reprezentuje. Je decentně nalíčená, čistě oblečená? Sama upřednostňuje přirozený styl. Ale důležité je, aby vám vyzarování osobnosti i salónu sedělo, bez toho se komfortně cítit nebudete.

Ve chvíli, kdy se poprvé objednáte po telefonu nebo online, zkuste dát kosmetičce během návštěvy nebo po ní zpětnou vazbu. Třeba si ani sama neuvědomuje, že je potřeba něco udělat jinak. A v neposlední řadě je potřeba urovnat si v hlavě, zda poměr ceny výkonu a prostředí odpovídají. Může se stát, že někde vás naláká prostředí, ale kosmetika nebude mít velký efekt. Jinde dáte na účinky kosmetiky, ale nesedne vám kosmetička.

Je kosmetické lehátko také místem, kde odkládáme masky, svěřujeme se s niternými problémy, potřebujeme, aby nás někdo vyslechl?

Zprvopočátku ne. Necháváme vytiženým ženám z businessu prostor, aby byly těmi, kterými být potřebují. Respektujeme nastavení klientky i její společenské role. Je to až psychologická práce. Manažeři musí být dobrými herci, ale někdy se proto hůř dostávají sami k sobě. Potřebují k tomu hodně důvěry a vědět, že je v pořádku lehnout si na kosmetické lehátko s maskou manažera i mámy od rodiny, která je věčně ve spěchu. Postupně, po třetí až páté návštěvě se začínají otevírat. Někdy se rozmluví o práci a uleví se jim, někdy si chtějí povídat o životě a jindy se prostě jen víc uvolní. Potřebují přijetí a svobodu řídit si svůj vnitřní i vnější dialog. Klient nastavuje hranice. A my mu říkáme, že je to v pořádku.



foto Kateřina Šimková a archiv GERnétic

Bývá těžké ženám, které neustále bojují s časem, vysvětlit, že k řešení některých obtíží s pletí je potřeba trpělivosti nebo určitých změn například ve stravování, v pohledu na sebe samotnou?

Manažerky a podnikatelky mají rády rychlé změny, takže si zde pomáháme holistickým přístupem GERnétic, který se dotýká třeba také výživy nebo životního stylu. Klientky to oceňují. Po covidu jsou více otevřené těmto tipům. Někdy se ale v záplavě informací doslova topí a radu o to víc vítají. Chtějí souvislosti, které jim pomůžou. Životní styl GERnétic je o rovnováze stravy a kosmetiky, což přináší

rychlý a viditelný efekt i posilu motivace. Je to souhra péče zvenku i zevnitř.

Jak vy sama přístup k péči o pokožku GERnétic vnímáte? Čím vás značka oslovila?

GERnétic je o propojení vnitřního stavu organismu a krásné pleti. Vše záleží na adekvátní výživě a schopnosti střeva ji vstřebat. Jenže životní styl současnosti a průmyslově zpracované potraviny zdravému zažívání moc nepřejí. Když chcete krásnou pleť, bez výživy se to neobejde. Proto GERnétic obsahuje precizně dávkované aminokyseliny, stopové prvky, vitamíny a minerály v přesných poměrech, které dokážou pokožku „nakrmit“, aby začala zase správně fungovat. Kůže je navíc největší orgán, čím větší bude pokrytí kvalitní péčí, tím víc z ní získáte. Takže jsem velký zastávce tělové kosmetiky, včetně salónních zábalů a prsního programu GERnétic. Já sama chápu kosmetiku jako pomocníka, který dokáže prospívat zdraví jako celku. Proto jsem se začala oboru věnovat.

Poznáte, co která klientka potřebuje?

Většinou to zjistím už během úvodního rozhovoru v kosmetickém salónu. Probíráme životní styl, zajímá mě kosmetická, ale také zdravotní anamnéza – alergie nebo některá onemocnění, to vše rozhoduje o finální podobě kosmetické péče. V GERnétic se zaměřujeme na souvislosti. Podle toho, co se děje v těle, můžeme identifikovat v péči o pleť priority. Bohužel

řada trendů a informací je dnes vytržena z kontextu, neúplná, ale my se díváme na člověka a jeho vitalitu komplexně, s ohledem na přirozené fyziologické cykly a proměny. Tak se společně dobereme až k základním potřebám pokožky. Častým kamenem úrazu bývá čištění pleti obličje a dekoltu. Ale bez očisty nedokáže pokožka vytěžit užitek ani ze sebedražšího a sebelepkšího pletového séra. Deficity se na pleti vždy projeví. To poznáte. Klientkám vysvětlujeme, proč vznikl problém a jak ho můžeme napravit. A postupně na tom pracujeme a učíme je naslouchat potřebám vlastního půvabu.

rozhovor připravila Kateřina Šimková



Když na vás čas vzpomene

Zazvoní mobil. Zdraví vás příjemný hlas. Kamarád, známý, někdejší kolega. Zve vás na oběd. A tak se potkáte, poklábosíte, navzájem se pochválíte. Zjistíte, že ač jste, měřeno časem, zestárlí, vlastně je tomu naopak.

Pořád máte co dělat a provokujete sami sebe. Nezapomněli jste se smát. Neuzavřeli jste se do sebe, máte o čem vyprávět, nejen vzpomínat. V duchu se navzájem obdivujete. Každý z vás má na dlani optimizmus a naději pro druhého. Svým způsobem jste stále školáci s duší velkoryse rozbouranou, která prahne po dobrodružství. Jste sami sebou, a činnost stavíte nade vše. Žádní bačkoráci. Zjistíte, že do moudrosti teprve zrajete. Dobrý, co? **Eva Brixi, šéfredaktorka**



Tip Grady

Za kamna vlezem aneb Hrst pranostik, povídaní o tradicích a osvědčené babiččiny recepty

Kamila Skopová

Knižka spojuje vyprávění o lidových tradicích, úvahy o běhu života a recepty babiččiny kuchyně. I vám pomůže příjemně se naladit, inspirovat ke kulinářským experimentům a přiblížit vás zpátky ke kořenům minulosti.



partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 18, duben 2024

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

Redakční tým:

Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

Grafický design: Michal Schneidewind, **Korektury:** Mgr. Pavla Rožničková

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz **triangl print**

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 intuitive diary.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.



Pomáhá vám umění v osobním či profesním životě?

Martina Bedrnová
P Automobil Import s.r.o.
DS Brand Director

Mám ráda pěkné věci s duší a příběhem, které zpříjemní den, ať už je to doma, ne-

bo ve veřejném prostoru. V poslední době mě možná více zajímá český a slovenský design i umění. Máme velice šikovné umělce, kteří se prosazují i v zahraničí a jejich díla mě skutečně oslovují. Takovými jsou třeba český umělecký sklář František Jungvirt, díky němuž jsem měla možnost poznat i proces výroby v malých českých sklárnách a znovu objevit kouzlo a hru barev a světél kvalitního skla. Nebo je mou oblíbenkyní Ivana Orviská, slovenská malířka, která se inspirovuje přírodou a rozkvetlými zahradami, často hledá témata i ve Francii a maluje snové obrazy, které mě každý den potěší. Když mám možnost, tak vždy ráda zajdu do galerie nebo na koncert, film či divadelní představení. V profesním životě mám to privilegium se s uměním setkávat i v našich vozech DS, které jsou jím často inspirovány, však jsme uvedli kolekci vozů Louvre. Už to samo hovoří za sebe. Ve voze DS 7 Louvre se na středovém displeji promítají slavná díla z této pařížské galerie. I proto je mottem značky DS: Travelling is an Art (Cestování je umění). A pak samozřejmě mám možnost do této oblasti více nahlédnout i díky spolupracujícím ambasadorkám značky DS, kteří často působí právě v této oblasti designu a umění (Jaroslav Svěcený, Natali Ruden, František Jungvirt).



Co by prospělo ženám v budování kariéry?

Doc. Ing. Rudolf Skuhra, CSc.
Condor Machinery spol. s r.o.
majitel

Určitě lepší celospolečenské vnímání jejich potenciálu. Ženská energie totiž do

podnikání i manažerských rolí přináší mnoho pozitivního, optimistického, velký díl nadhledu. A toho bychom si měli vážit. Ženy jsou velmi tvořivé, často volí odvážné a kreativní přístupy ke svěřeným úkolům a se svědomitostí jim vlastní věnují práci velký kus svého srdce. To bychom měli hodnotit s úctou i pochvalou. Podle mého názoru by jim to dodalo sebevědomí, povzbudilo by je to ve chvílích, kdy se toho na ně sesype nebývale mnoho. Ať v rodině, nebo v profesi, které se věnují.



Informace do kabelky

Dámská shopper kabelka na zip Vuch Michonne Grey

Hledáte-li kabelku, do které sbalíte pomalu celý dům, a ještě něco navíc, tak Michonne je ta pravá. Tato shopper kabelka je prostorná business taška s vyladěným pouzdrem na notebook. Kabelka má hlavní zapínání na zip, uvnitř je malá kapsička na zip, kam je možné schovat drobnosti a cennosti. Kabelka je kombinací dvou materiálů. K dostání na www.vuch.cz, u vybraných partnerů a v kamenné prodejně Vuch na pražské Národní třídě.



Přichází Dinoo, těšte se!



Naše milé čtenářky, i když se business prolíná celým vaším životem, víme, že jste také maminky, nebo babičky, a že váš vztah k dětem je stejně tak krásný jako k vlastní profesi. Máme pro vás tip: inspirujte se příběhem s tajemným koncem. S příběhem ze světa, který v každém z nás

probouzí touhu po poznání či fascinaci historií naší planety. Vítejte ve světě, kde se minulost stane součástí vašeho každodenního života. Vítejte ve světě Dinoo.



Již v minulém roce jste měli možnost poprvé nahlédnout do pravěkého světa stvořeného pro naše nejmenší s názvem Dinoo Ostrov. Ten připlul do více než 12 měst v České republice – do Prahy, Olomouce, Českých Budějovic, Kroměříže, Prostějova a dalších. V rámci prehistorické show čekalo na děti deset

soutěžních stanovišť. Malí paleontologové mohli vyhrabat tyranosauří kostru, odvážlivci krmili dinosaury mrkvičkami nebo chodili na pružném laně nad nebezpečnou propastí. Za splnění úkolů všichni dostali odměnu a diplom, aby se mohli všude chlubit, že zvládli nástrahy džungle a utekli všem dinosaurům.

Nechybělo ani spousta nafukovacích dinosaurů, se kterými se každý rád fotil, a pokud se náhodou někomu zastesklo po živém dinosaurovi, přispěchal na scénu maskot Rexík.

Na úspěšný letní program navázala svoji zimní tour akce s názvem Dinoo Vánoce. Spolu s dinoši návštěvníci rozsvěcovali vánoční stromy na náměstích a bavili se dvouhodinovou show na pódiu plném písniček a soutěží. Kdo by to byl řekl, že téma Vánoce a dinosaurů půjde tak skvěle dohromady.

Ke konci Dinoo Vánoc, konkrétně v Praze 13, byla dětem i rodičům ukázána znělka k novému seriálu Dinoo, který od prosince 2023 seřvívuje fascinující dinosaurů dobrodružství.

Jde o zábavně-naučný seriál, u kterého se nejen něco dozvíte, ale parádně se zasmějete. Víte třeba, jak byla ve skutečnosti velká Spinoška (Spinosaurus) nebo proč měl Stegi (Stegosaurus) na hřbetě tak velké pláty? Ne? Tak si s dětmi pusťte první díl a najdete odpověď!

V dalším díle se zase budete za břicho popadat, jak uvidíte Rexíka zápasit s obří kýtou, kterou si chce opéct. A co najdete v dalších dílech? Na to už musí přijít každý sám. Každý měsíc vychází dva příběhy + další bonusová videa. Pocházíte tedy doma malého „dinosaurologa“, nesmíte si nechat YouTube seriál Dinoo ujít. A jestliže jste aktivní na sociálních sítích, mrkněte i na Facebook Dinoo, kde jsou další vtípky nebo jednoduchá bludiště pro zvědavé hlavičky.

Nyní se jistě ptáte, co v roce 2024? Kam to všechno směřuje? Letos se určitě můžete těšit na další místa, kam připluje outdoorová show Dinoo ostrov. Ten bude navíc v menším měřítku zastoupen i na vybraných dětských festivalech. Neustále budou vycházet nové a nové díly na zábavně-edukačním YouTube kanálu Dinoo. Ale to není všechno!

V dubnu přijde ta největší paráda, kterou nikdo nečeká. Co přesně to bude? Nechte se překvapit. Ale malá nápověda – Dinoo svět si budete moci nejen zažít, ale i ochutnat!

Přichází Dinoo – těšte se! ■■■



Spojení s dalšími značkami posiluje povědomí o DECO LOCO

Nabídnout osobitý koncept podnikání zájemcům z oboru, umožnit jim synergickou spolupráci tak, aby to podpořilo známost značek i samotného ateliéru DECO LOCO, byl podnikatelský záměr. Brzy se z něj stala vítaná praxe, o níž zasvěceně a s dávkou pozitivní energie hovořila spolujitelka Diana Turinová:



Diana Turinová

Jak dobře sladit design a podnikání? Jde to?

Sladění designu a podnikání je klíčové pro úspěch. Obecně hraje design zásadní roli v tom, jak zákazníci vnímají značku a interagují s produkty či službami firmy. Je důležité mít design, který nejenže je esteticky přitažlivý, ale také efektivně komunikuje hodnoty a záměry značky. Tím spíše to platí, když je designová tvorba přímo vašim oborem. Design musí být nejen kreativní, ale také strategický, aby podpořil obchodní cíle a přispěl k růstu firmy. Největší poučení pro mě bylo, že není jednoduché vše ukočírovat přímo v mojí hlavě. Bylo to zjištění, že v okamžiku, kdy se ponořím do tvořivé práce, nezvládám myslet na všechny ekonomické aspekty, a naopak. Tím nemyslím ekonomickou stránku projektů svých klientů, na kterých pracuji, ale ekonomiku méj firmy. Je to neustálý proces nalézání rovnováhy mezi kreativitou a obchodním úspěchem.

Chtějí si lidé u nás kupovat dnes více než dříve designové doplňky interiérů? Pěkné, originální, osobité?

Cítím, že je to trend posledních let, změna v uvažování klientů i v hodnotách a prioritách,

kteří lidé přikládají svému domovu a prostředí, ve kterém žijí. Klienti oceňují kvalitní materiály i odvedenou práci, rádi se obklopují věcmi, které mají svůj příběh, a vědí, že jim budou interiér zdobit i několik desítek let. Jsme rádi, že máme možnost vytvářet unikátní a originální produkty pro zákazníky, kteří hledají nejen funkčnost, ale také estetickou hodnotu a jedinečnost, zajímají se o původ zboží i udržitelnost materiálů a výrobního procesu.

Vzpomenete si, podle jakých pravidel vznikl váš ateliér? Měly jste s vaší společnicí obdobné názory na strategii, cílového klienta, podnikatelský plán?

Už původní záměr při vzniku showroomu DECO LOCO byl propojovat a fungovat na principu spolupráce. Cílem bylo vytvořit místo, kde koncoví klienti, ale i spolupracující designéři a architekti najdou celkově širší nabídku, nejen zboží a vybavení bytu, ale i vzorky materiálů, a hlavně inspiraci v podobě naaranžovaných zákoutí. K tomu se nabízel spojení s dalšími značkami a firmami, a plán byl propojit se i v různých společných marketingových aktivitách. Loňský rok přinesl další spojení, nápady a příležitosti. Oslovila mě designérka Gabriela Hámová, když

hledala pro sebe „jen“ nový pracovní prostor, ale já v tu chvíli hned uvažovala o možném rozvinutí další spolupráce. Stěžejní bylo rozhodnutí vytvořit v části showroomu ateliér s pracovními místy pro další designéry, a s ním vybudovat i samostatnou jednací místnost se vzorkovnou. To s sebou přineslo nové kreativní, marketingové i obchodní příležitosti. Nejdůležitější však je, jak si to vše osobnostně sedlo, je v tom obrovský lidský přínos i přívál dobré energie.

Dáváte prostory k dispozici i jiným firmám, aby se vaším prostřednictvím prezentovaly, nabízely zákazníkům své produkty a služby. Co tato synergie již přinesla?

Spojení s dalšími značkami posiluje povědomí o DECO LOCO a zvyšuje celkovou sílu konceptu. Prostor DECO LOCO však neskýtá pouze možnost sdílení prodejní plochy a pasivního vystavení vzorků. Znamená to, že fungujeme i jako marketingový kanál a princip spolupráce je založen na spolupřátelství, seminářů, workshopů i pro odbornou veřejnost a aktivní komunikaci prostřednictvím sociálních sítí a interiérového online magazínu o designu. Díky této synergii mohou naši zákazníci objevit nové možnosti a inspiraci a naše partnerské firmy mají možnost prezentovat své produkty a služby jejich širokému spektru, a získávat tak nové obchodní příležitosti. Mám velkou radost, že to vše probíhá na základě přátelských vztahů a společné chuti pouštět se do nových aktivit. Například v loňském roce jsme spolu s truhlářskou výrobou vystavili v showroomu novou kuchyň vyrobenou podle mého návrhu, použili jsme materiály a kování od dalších firem, se kterými dlouhodobě spolupracujeme, a nyní vše využíváme pro společnou komunikaci a prezentaci. Ohlas a zájem zákazníků je velký.

Rozšířil se tak okruh těch, kteří k vám čas od času zamíří?

Rozšíření naší nabídky o výrobky a služby dalších firem posiluje atraktivitu showroomu

Jsme rádi, že máme možnost vytvářet unikátní a originální produkty pro zákazníky, kteří hledají nejen funkčnost, ale také estetickou hodnotu a jedinečnost, zajímají se o původ zboží i udržitelnost materiálů a výrobního procesu.



a přináší nám nové návštěvníky, a zvyšuje zájem i těch stávajících. To se vzájemně podporuje. I přítomnost dalších designérů v ateliéru znamená více projektů, a tím pádem i další potenciální zakázky a zákazníky.

A jsou to spíše ženy než muži?

Skladba našich klientů je různorodá, nedá se jednoznačně říct, že převažují ženy, nebo muži, ani nějaká věková kategorie. Jsem ráda, že naše nabídka oslovuje různé generace a často jsou našimi klienty postupně celé rodiny. Stejně tak jsou to koncoví zákazníci i B2B kontakty.

Čím se vyznačuje interiér dneška?

Není minimalismu

a čistých linií až příliš? Nejsme unaveni jednoduchostí, vzdušným prostorem? Nechybí nám babičkovské teplo domova?

Interiéry dnešní doby se vyznačují širokou paletou různorodých stylů a trendů. Ano, minimalismus a čisté linie určitě dominují, avšak není to jediný směr, kterým se lidé ubírají. Stále více lidí se obrací k tzv. warm minimalismu nebo cozy minimalismu, který kombinuje jednoduchost s příjemnými, teplými prvky, jako jsou přírodní materiály, textilie či osobité dekorativní doplňky.

Lidé touží po domovech, které jsou moderní a minimalistické, ale zároveň útulné a přívětivé. Je to snaha najít rovnováhu mezi jednoduchostí a moderní estetikou a mezi zabydleným pohodlím domova. Každý člověk má jiné preference a citění, a proto se může podoba interiéru lišit podle individuálních potřeb a vkusu. Já sama se snažím tvořit interiéry, které vyjadřují osobnost klienta a jeho zájmy, reflektují jeho životní styl, souzní s jeho typem a lokalitou bydlení. To vše je hodně důležité.

Já sama se snažím tvořit interiéry, které vyjadřují osobnost klienta a jeho zájmy, reflektují jeho životní styl, souzní s jeho typem a lokalitou bydlení.

Můžete přiblížit trendy, které pronikají do vybavení firemních prostor, třeba kancelářů, recepcí, zasedacích místností, firemních obývacích, malých tělocvičien, odpočinkových zón?

Vzhled a vybavení firemních prostor se vyvíjí v souladu s aktuálními trendy a potřebami moderní pracovní síly. V poslední době vidíme několik výrazných trendů, které se prosazují:

Flexibilita a multifunkčnost: Mobilniář a vybavení jsou navrhovány tak, aby umožňovaly různé konfigurace a využití prostoru podle aktuálních potřeb, ať už jde o individuální práci, týmovou spolupráci, nebo relaxaci.

Přírodní prvky

a udržitelnost:

Trendem je začleňování přírodních prvků do firemních prostorů, jako jsou rostliny, dřevěné prvky nebo přírodní světlo. Zároveň se klade důraz na udržitelnost materiálů a procesů při zařizování firemních prostor.

Technologie a digitalizace: To zahrnuje například inteligentní osvětlení, interaktivní ob-

razovky nebo technologické nástroje pro spolupráci a komunikaci v pracovním prostředí.

Wellbeing a pohodlí: Zaměřeni na „dobrovolný“ pobyt v práci je stále důležitější. Firemní prostory jsou navrhovány tak, aby podporovaly pohodlí, zdraví a dobrý pocit zaměstnanců, ať už jde o ergonomický nábytek, odpočinkové zóny, malé tělocvičny, nebo relaxační místnosti.

Tyto trendy odrážejí aktuální potřeby a priority moderního pracovního života a ukazují, jak design firemních prostor může pozitivně ovlivnit produktivitu, spokojenost zaměstnanců a obecnou atmosféru v pracovním prostředí.

Design je také hodně o psychice. Pomáhá nám cítit se dobře, povzbuzuje, uklidňuje, provokuje, dává naději, učí naladit se na tu optimální notu v daném místě. Je stále ještě nedoceněný, nebo již naopak velmi využívaný společník našich rozhodování, když dotváříme obydli, pracoviště, čekárny u lékaře, kavárničky nebo květinové studio?

Design hraje klíčovou roli v našem každodenním životě, není pouze estetickým prvkem, ale také mocným nástrojem, který ovlivňuje naše pocity, náladu a chování. Je neuvěřitelné, jak správně navržený prostor dokáže vytvořit příjemnou atmosféru a pozitivní prostředí. Dobře promyšlený design může podpořit kreativitu a produktivitu na pracovišti, pomoci pacientům cítit se pohodlněji v čekárnách, klientům v bankách nebo zlepšit celkový zážitek z návštěvy restaurace či obchodu.

Design je důležitým prvkem při budování domova, protože odráží naši osobnost a životní postoj. Dobrý design dokáže vytvořit prostor, ve kterém se cítíme klidně, uvolněně a harmonicky, což má pozitivní vliv na naše celkové blaho a šťastný život. I když se design stále více uznává za důležitý aspekt našeho života, myslím si, že stále existuje potenciál pro další růst a využití designu jako nástroje pro zlepšení kvality života. Je důležité pokračovat v rozvíjení povědomí o síle designu a jeho schopnosti ovlivnit naše pocity a prožívání prostředí kolem nás, stejně jako výchova a vedení k estetice už od útlého věku.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí





kresba Pixabay

Počet žen na investičních trzích se zvyšuje

Přestože oblast investic byla tradičně především mužským odvětvím, v posledních letech se na investiční trhy dostává stále více žen. Nové technologie, lepší dostupnost a popularizace, která jde ruku v ruce s dostupným vzděláváním, přivádí k investicím stále více žen, které hledají způsob, jak i v nejistých ekonomických a geopolitických podmínkách zhodnotit peníze. Podle dat společnosti XTB tvořil v roce 2023 podíl žen mezi nově příchozími investory 12,3 %, zatímco v roce 2021 to bylo 9,1 %. Investorky mají zároveň zájem o nejnovější produkty, 11 % klientů využívajících Investiční plány v aplikaci XTB jsou právě ženy.

„Jsme svědky rozsáhlé demokratizace investování, které přestává být výsadou lidí s dostatečně vysokým kapitálem. Do investic se díky vzdělávání zapojuje široká veřejnost a investo-

vání přestává být hlavně mužskou doménou. Investorky jsou už teď nedílnou součástí nejen českého investičního prostředí,“ řekl obchodní ředitel XTB pro Česko, Slovensko

a Maďarsko Vladimír Holovka. Na platformě XTB byly ženy v roce 2023 zastoupeny celkově podílem 11 %, a od roku 2022 se tak jejich podíl zvýšil o více než 1 %.

V Česku na platformě XTB aktuálně investuje 8,3 % žen. Společně se Slovenskem, Francií, Německem a Španělskem se Česko řadí mezi země s nejmenším podílem investorek. Oproti tomu nejvíc investujících žen v Evropě můžeme najít v Rumunsku, kde jejich podíl dosahuje téměř 20 %. Podle obchodních dat je osm z deseti rumunských klientek XTB na mateřské dovolené nebo má děti, a pravděpodobně tak hledá způsob, jak zhodnotit své úspory. Investorek by mělo v budoucnu podle předpokladů dále přibývat. Podíl žen mezi novými investory se každý rok zvyšuje, v roce 2023 dosáhl v průměru 12,3 %, zatímco v roce 2022 tento podíl tvořil 12,2 % a v roce 2021 to bylo 9,1 %.

„Ženy chtějí mít přehled o tom, kam jdou jejich peníze, na rozdíl od mužů ale nemají tendenci si o tom samy denně číst a ani to není jejich nejčastější téma u kávy. Spousta žen se ale chce starat o své peníze. Od mých studentek však vím, že většina běžně dostupného obsahu o financích je pro ně příliš abstraktní a odborná,“ komentovala Eva Kellermann, zakladatelka poradenského webu Investování pro holky. „Podle mě zájem žen o investování roste, a bude růst i do budoucna, hlavní je, aby vznikal edukativní obsah, který je lidský a srozumitelný – což se podle mě v posledních letech zlepšuje,“ dodala Eva Kellermann.

Ženy na českém investičním trhu jsou v rámci investic rozhodně opatrnější než muži, v okamžiku vstupu na finanční trhy si ale nevedou o nic hůř. Přestože průměrná hodnota transakcí uskutečněných muži je více než triapůl-

PODÍL ŽEN MEZI VŠEMI INVESTORY



PODÍL ŽEN MEZI NOVÝMI INVESTORY



krát vyšší než v případě žen, průměrná hodnota jejich vkladu je stejná.

Investiční rozhodnutí žen se zároveň nijak zvlášť neliší od mužských rozhodnutí. V roce 2023 investorky preferovaly CFD investice na světové akciové trhy, především šlo o americký a německý trh, na třetím místě se v oblíbenosti mezi ženami umístily akcie NATGAS. V případě ETF ženy v roce 2023 směřovaly investice také do zahraničí, nejvíce pak důvěřovaly právě německým a americkým fondům. Převahu napříč všemi zeměmi s výjimkou Francie měly fondy iShares. Ve výběru konkrétních akcií pak české investorky na platformě XTB v roce 2023 volily technologické firmy jako Ideanomics a Palantir Technologies, největší zájem ale vzbudily akcie americké fitness společnosti Weight Watchers International Inc. Profil průměrného investora XTB se dlouhodobě mění, nejen v rostoucím podílu žen. Každoročně například klesá průměrný věk investorů, což potvrzuje rostoucí zájem mladých lidí o investice. Ženy v tomto ohledu předčí muže, průměrný věk českých investorek je 43, muži oproti tomu jsou rok starší. V zahraničí se ale ženy pouštějí do investování ještě dřív, je jim průměrně 39 let.

Také co se týče způsobu investování, dochází k výrazné proměně. V předchozích letech přistupovaly ženy k investování spíše konzervativně a volily přístup desktopových aplikací. V roce 2023 už ale proběhlo 69 % transakcí iniciovaných ženami pomocí mobilní aplikace. Společnost XTB usiluje nejen o udržení stejných podmínek investování pro všechny, ale také o zpřístupnění finančních trhů komukoliv, kdo o ně má zájem. „Jak se rozšiřuje naše nabídka produktů, rozšiřuje se zároveň i počet žen, které chtějí investovat. Na 11 % všech klientů, kteří využívají nové Investiční plány pro dlouhodobé pasivní investice, jsou ženy. S novými přehlednějšími produkty chceme vyjít vstříc všem investorům a investorkám, bez ohledu na výši kapitálu, věk nebo gender. Chceme být spolehlivým partnerem a průvodcem ve finančním světě pro všechny,“ uzavřel Vladimír Holovka.

(tz)

O společnosti XTB

XTB je globální fintech společnost, která poskytuje individuálním investorům okamžitý přístup na finanční trhy z celého světa prostřednictvím inovativní online investiční platformy a mobilní aplikace XTB. Společnost byla založena v Polsku v roce 2002 a podporuje více než 847 000 zákazníků po celém světě při dosahování jejich obchodních ambicí. Za více než dvě desetiletí působení na finančních trzích bylo založeno 12 poboček po celém světě, včetně Polska, Velké Británie, Německa, Rumunska, Španělska, České republiky, Slovenska, Portugalska, Francie a Chile.

Od roku 2016 jsou akcie XTB kótovány na varšavské burze cenných papírů. V rámci České republiky podléhá společnost dohledu ČNB.

NEJOBCHODOVANĚJŠÍ CFD ŽEN V ROCE 2023

POLSKO	ČESKÁ REPUBLIKA	SLOVENSKO	FRANCIE	NĚMECKO	ITÁLIE
1. US500	1. DE40	1. DE40	1. EURUSD	1. DE40	1. EURUSD
2. US100	2. EURUSD	2. US100	2. US100	2. US100	2. DE40
3. GOLD	3. NATGAS	3. EURUSD	3. DE40	3. US500	3. US100

ŠPANĚLSKO	RUMUNSKO	PORTUGALSKO	SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	BLÍŽKÝ VÝCHOD
1. US100	1. US100	1. US100	1. US100	1. GOLD
2. DE40	2. EURUSD	2. EURUSD	2. EURUSD	2. US100
3. OIL	3. GOLD	3. OILWTI	3. DE40	3. US30

NEJOBCHODOVANĚJŠÍ ETF ŽEN V ROCE 2023

POLSKO	SLOVENSKO	ČESKÁ REPUBLIKA
1. iShares Core S&P 500 UCITS ETF	1. iShares USD Treasury Bond 7-10yr UCITS	1. Deutsche Beers Commodities GmbH Xetra-Gold® Beamer Notes ETC
2. Vanguard FTSE All-World UCITS	2. iShares USD Treasury Bond 1-3yr UCITS	2. iShares S&P 500 UCITS ETF
3. Lyxor S&P 500 VIX Futures Enhanced Aut UCITS ETF	3. Kratos S&P 500 2x Leveraged Daily Swap UCITS ETF	3. iShares Core S&P 500 UCITS ETF

FRANCIE	ITÁLIE	ŠPANĚLSKO
1. Lyxor CAC 40 Daily Double Short UCITS ETF	1. iShares Core MSCI World UCITS ETF	1. iShares NASDAQ 100 UCITS
2. Lyxor Euro Stoxx 50 Daily 2X Inverse UCITS	2. iShares Core S&P 500 UCITS ETF	2. iShares Core MSCI World UCITS ETF
3. Lyxor S&P 500 Daily -2x Inverse UCITS ETF	3. SPDR S&P US Dividend Aristocrats UCITS	3. iShares MSCI ACWI UCITS ETF

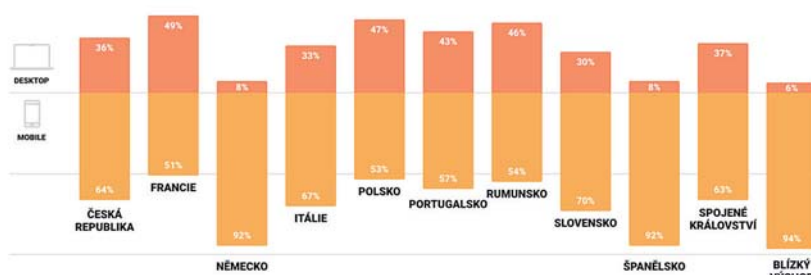
RUMUNSKO	PORTUGALSKO	SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ
1. iShares Core S&P 500 UCITS ETF	1. iShares Core S&P 500 UCITS ETF	1. Vanguard S&P 500 UCITS
2. iShares Core MSCI World UCITS ETF	2. iShares S&P 500 Information Technology Sector UCITS	2. iShares NASDAQ 100 UCITS ETF
3. iShares S&P 500 Information Technology Sector UCITS	3. iShares Core MSCI World UCITS ETF	3. iShares S&P 500 Information Technology Sector UCITS

NEJOBCHODOVANĚJŠÍ AKCIE ŽEN V ROCE 2023

POLSKO	ČESKÁ REPUBLIKA	SLOVENSKO	FRANCIE	NĚMECKO	ITÁLIE
1. Orlen	1. Weight Watchers International Inc	1. Esports Entertainment Group	1. BNP Paribas	1. Tesla	1. Shell
2. Tesla	2. Ideanomics	2. Xpeng	2. Renault	2. GEO Group	2. AXA
3. Marathon Digital Holdings	3. Palantir Technologies	3. Upstart Holdings	3. NanoString Technologies	3. GameStop	3. Amazon

ŠPANĚLSKO	PORTUGALSKO	RUMUNSKO	SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	BLÍŽKÝ VÝCHOD
1. Tesla Inc	1. Banco Comercial Portugues	1. Tesla	1. BP	1. GameStop Corp
2. Banco Santander	2. EDP Renováveis	2. AXA	2. Tesla	2. Abnova Therapeutics
3. Apple	3. EDP Energias de Portugal	3. Palantir Technologies	3. Novavax	3. Apple

PODÍL TRANSAKČÍ PROVEDENÝCH ŽENAMI PODLE ZAŘÍZENÍ



Vyrábět piana pro radost je naše poslání

O tom, že hudba nejen povznáší, uklidňuje, ale také rozveseluje, pomáhá člověku překlenout starosti a složité životní situace nebo inspiruje k laskavosti a nadhledu, by mohli vyprávět odborníci řadu hodin. Hudba má totiž velkolepé poslání. Učí žít šťastněji. Podvědomě provokuje k lepšímu. Přináší naději, otvírá vrátka pochopení, komunikaci a dobrým skutkům. Sblíží a nabízí spolupráci. Co chtějí víc? Výrobci hudebních nástrojů k tomu všemu přispívají nezastupitelnou měrou. Dávají do rukou člověka předmět velkolepé hodnoty, který libými tóny promlouvá k duši nás všech specifickou řečí emocí. Mezi světové producenty pianin patří skupina PETROF. Proslulá česká značka, již je letos 160 let. Zažila období rozkvetu, pádu i vzkříšení, kolísání, nejistot. Dnes slaví. Velkolepý úspěch na celosvětových trzích, bravurně a s noblesou sobě vlastní se zabydlela na všech kontinentech. Stanula mezi Top 5 značkami v oboru. Prezidentka skupiny PETROF Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová rekapitulovala:



Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová

PETROF letos slaví významné výročí. Jak hodnotíte nejdůležitější milníky historie značky?

Ano, vážíme si toho, co firma všechno přežila a dokázala. Strídaly se dobré i zlé časy. Dobývání nových teritorií, spokojení zákazníci. Máme mnoho krásných referencí od světoznámých celebrit. A právě proto to děláme a jsme stále tady. Chceme lidem přinášet radost jak v době míru, tak v době války. Hudba spojuje.

Už slavíte. Čím nás naladíte, co vše jste připravili pro odbornou, hudební veřejnost, co pro tu širší?

My už slavíme od poloviny loňského roku, abychom to stihli se všemi. A také abychom dali prostor pro vystoupení všem našim skvělým umělcům, především těm, kteří patří do PETROF Art Family. Už jich v tomto volném sdružení umělců máme téměř 40. Za všechny mohou jmenovat například klavíristku Terezii

Fialovou, která u nás v PETROF Gallery bude mít 23. dubna koncert. Pro naše obchodní partnery z celého světa v PETROF Gallery připravujeme dvoudenní setkání, kde je seznámíme s novinkami, s novými modely, které byly vyrobeny právě pro 160. výročí. Příkladem je limitovaná edice pianin nebo unikátní kousek Má vlast vyrobený právě pro Rok české hudby. Šest exotických dých zázorňuje šest básní ze symfonie Má vlast od Bedřicha Smetany, který letos slaví 200 let od svého narození. Nesmím zapomenout na prezentaci projektu PETROF Gemini s bratry Havlíčkovými. Na našich pódii budou koncertní klavíry, dokončili jsme řadu čtyř modelů naší prémiové značky ANT. PETROF, a právě za tuto značku se nám dostalo toho nejvyššího ocenění v ratingu amerického Pianobuyer, kde jsme se loni dostali mezi Top 5 značek světa. V tomto roce pokračuje také projekt Piana do škol. Díky grantové výzvě mají všechny základní umělecké školy možnost získat do výuky nové nástroje PETROF. Letos je k dispozici pět klavírů a 12 pianin.

Spolupráce s Nadací Karel Komárek Family Foundation přinesla v posledních třech letech už 78 základním uměleckým školám 81 nových pian. Přihlášky je možné podávat do 15. dubna 2024. Další informace lze nalézt na webové stránce www.pianadoskol.cz.

Výstava v Národním technickém muzeu není jediná příležitost, jak si oživit podnikatelský příběh takového velikána, jako je PETROF...

Výstava Klavír jako technické dílo v Národním technickém muzeu je skutečně velkolepá akce, kterou připravujeme s ředitelem Mgr. Karlem Ksandrem, jeho týmem a naším týmem z PETROFu již téměř rok. Dvě hlavní nosná témata výstavy budou historie a technologie. Neprozradíme všechno, to by nebylo překvapení. Běžte se podívat, výstava je otevřena od 10. dubna 2024 do 31. ledna 2025.

Dnes umíte vyrobit pianina a klavíry, o nichž se vašim předkům ani nesnilo. Vývoj posunul možnosti nevidaným způsobem. Kam především?

Historie piana čítá 370 let, a když srovnáte ty první kusy a současné modely například v černé barvě, tak na první pohled vypadají dost podobně. To hlavní se odehrává uvnitř nástroje, jiná konstrukce, obrácení usazení mechaniky a kladívek, což je hlavní pohyblivá část v nástroji. Co ale dnes umíme navíc, je propojení té akustické části s elektronickou. Například náš adsilent vyrobený na míru ve spolupráci s naším německým partnerem a odzkoušen vynikajícím českým pianistou Ivo Kahánkem. Tento systém dovoluje třeba hrát potichu pouze do sluchátek hráče, nebo umožňuje propojení s jakýmkoliv hudebním softwarem. Také si dnes můžete například koupit zvuk našich nástrojů profesionálně nahraný firmou Pianoteq na internetu, což ocení především hudební skladatelé.

Umělá inteligence do našich životů zasahuje stále více. Jak daleko je doba, kdy si hudební nástroj sám složí písničku a ta se stane hitem?

No, tak to je otázka na tělo. Momentálně naše nástroje umějí hrát samy, bez pianisty, díky namontovanému systému selfplay. AI určitě využijeme v marketingu a v analýze, co by od nás očekával náš zákazník, abychom stále vyráběli „piana na míru“ pro naše pianisty. Myslíme ale, že je to otázka času, kdy piano začne samo skládat hudbu. Možná pak bude sloužit jako „spotify“ v novém kabátě.



Jak vůbec právě technologie zasáhnou do umění? Nezastíní talenty, invenci a originalitu tvorby výjimečných jedinců?

Já věřím tomu, že pouze jako pomocník, že se nenecháme technologiemi převálcovat. To je na nás, nesmíme to pustit z rukou.

Nerada se vzdávám, hledám cesty znovu a znovu, nelíbí se mi, když někdo říká, že něco nejde. Člověk musí brát jako samozřejmost, že jednou se daří, a podruhé ne, a nevzdávat to.

Váš e-shop naladil spousty lidí k nakupování dárků. Obohatíte ho letos v souvislosti s jubileem?

Ano, plánujeme nabídku našeho e-shopu v nejbližší době doplnit například o kovové odznaky s motivem speciálního výročního loga, Quartz systém hodinky PRIM for PETROF nebo o drobné rytmické hudební nástroje.

Dříve býval klavír v každé mateřské školce, v každé škole. Lidé si zpívali při práci, na výletech, jen tak sami pro sebe. Dnes spíše posloucháme, konzumujeme, hudbu máme jako kulisu. Není to škoda?

Já si to nemyslím, když se podívám na vnoučata a syna, jak neustále na něco hrají. A také čím dál více lidí v pokročilejším věku se učí

hrát na piano, protože na to konečně mají čas a peníze. Je to o tom, čemu dáte prioritu a zda vyměníte pasivitu za aktivní hraní.

Jste výrazným exportérem. Kde se dnes nejvíce profilujete, kde podnikáte kromě České republiky? A kam byste ještě rádi namířili aktivy?

Momentálně prožíváme comeback v USA, máme nové zákazníky na Středním východě v jihovýchodní Asii, Singapuru, Vietnamu, poptávky z Indie. Svět se mění a my na to musíme reagovat. Nemůžeme stát na místě a čekat, co se stane. Nestane se nic.

Obchod se stal vaší profesní vášní. Dosáhla jste jako žena z businessu nevidaných úspěchů, výsledky vaší práce se stávají ikonickými. Shrnu-la byste, co je základem, aniž vyrazujete?

No, to mi velmi licho-tí. Odmalička nesmírně ráda cestuji a poznávám nové kultury, lidi, jídlo. Baví mě komunikace, poznávat další věci. Mám radost, když se obchod daří, i když často je to o velké trpělivosti jako třeba v Číně nebo právě na Středním východě. Nerada se vzdávám, hledám cesty znovu a znovu, nelíbí se mi, když někdo říká, že něco nejde. Člověk

musí brát jako samozřejmost, že jednou se daří, a podruhé ne, a nevzdávat to.

A víze, sny, představy? Závísí asi nejen na číslech, ale i na vztazích mezi lidmi, na moudré týmové práci...

Přesně tak, aby vás to, co děláte, taky bavilo a měli jste mezi kolegy přátele. Týmový duch je velmi důležitý. Člověk sám nic nezvládne. Vyrábět piana pro radost je naše poslání.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Co by mohly firmy udělat pro ženy

Mezinárodní den žen, který se slaví 8. března, byl vhodnou příležitostí podívat se blíže na to, jak si ženy stojí na trhu práce, jestli jsou rovnoprávně odměňovány, jestli mají rovné kariérní příležitosti či jak by měly firmy k ženám přistupovat, aby naplno využily jejich potenciál.



Mgr. Jaroslava Rezlerová

foto Adéla Homolková

Nezisková organizace International Women's Day vyhlásila tématem letošního MDŽ Inspire Inclusion, tedy inkluze jako zdroj inspirace. Inkluze, diverzita, rovnost a začleňování (DEIB) jsou oblasti, na které by se měly zaměstnavatelé soustředit a snažit se o změnu současného stavu. Podle průzkumu ManpowerGroup index trhu práce, který jako doplňkové téma k náborovým plánům zaměstnavatelů tentokrát sleduje rovné příležitosti žen a mužů, jsou v České republice iniciativy k dosažení genderové rovnosti v různém rozsahu nastavené u 78 % firem, u 39 % probíhají programy podle plánu a u stejného počtu nepřinášejí požadované výsledky. Do genderové aktivity jsou zahrnuty rovné odměňování, rovné

kariérní příležitosti a rovný přístup k manažerským rolím. „I když jedna pětina oslovených firem tvrdí, že rovnosti v jejich firmě již bylo dosaženo, a 29 % věří, že jí dosáhnou do dvou let, tak realita je jiná. Podle průzkumu společnosti Dun & Bradstreet bylo v ČR v roce 2023 na vysokých manažerských pozicích pouze 13 % žen, a to je jen jeden z mnoha příkladů nerovného přístupu,“ řekla Mgr. Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup, a dodala, že mnoho žen by uvítalo větší flexibilitu, než jsou jim vedoucí ochotni poskytnout, což zapříčiňuje, že 60 % žen zvažuje v roce 2024 odchod ze své současné pozice. Přitom se podle průzkumu McKinsey's 2023 Women in the Workplace research zvyšuje procento

žen, které touží po kariérním růstu a mají ambice se profesně posouvat a ve své práci zlepšovat. Firmám tak hrozí, že přijdou o velmi cenný a motivovaný pracovní kapitál.

K úplné genderové rovnosti bude potřeba při současném tempu 131 let

Podle každoroční zprávy Světového ekonomického fóra (WEF) Global Gender Gap Report 2023, který monitoruje situaci ve 146 zemích, se globálně rozdíly mezi muži a ženami oproti minulému roku mírně snížily. Přestože se genderové rozdíly snižují dlouhodobě, při současné rychlosti bude k úplné rovnosti potřeba ještě 131 let.

Situace v Česku se oproti minulému roku dokonce výrazně zhoršila. Zatímco v roce 2022 se Česká republika umístila na 76. místě, v roce 2023 došlo k propadu o 25 příček a společně s Maďarskem a Kyprem se v rámci Evropy umístila nejhůře. Největší příčinou propadu je nerovnost v odměňování, v pracovních příležitostech a zastoupení žen v politice, kde je po posledních volbách menší počet žen na ministerských pozicích či v parlamentu. Naopak v oblasti dosaženého vzdělání má Česko dlouhodobě stoprocentní hodnocení s tím, že studuje větší počet žen než mužů.

Nejvíce se úplné rovnosti mezi muži a ženami přibližuje Island se skóre 91,2 %. Na prvních deseti místech je dále Norsko (87,9 %), Finsko (86,3 %), Nový Zéland (85,6 %), Švédsko a Německo (81,5 %), Nikaragua (81,1 %), Namibie (80,2 %), Litva (80 %) a Belgie (79,6 %).

Rozdíly v platech jsou v Česku stále větší než evropský průměr

Ani v rovném odměňování není Česko nejlepším příkladem. Na 79 % zaměstnavatelů si ce uvádí, že se tímto tématem zabývají, ale z toho 38 % respondentů sdělilo, že progres byl menší, než čekali, nebo skoro žádný, 16 % si dokonce žádné kroky v rovném odměňování nenastavilo.

Oproti roku 2022 se pomyslné nůžky mezi platy mužů a žen v Česku rozevřely. Na výplatní pásce mají ženy podle statistik Gender pay gap v průměru o 16,4 % méně než muži, což je více než evropský průměr (13 %). Je ale potřeba říct, že v roce 2022 se platy přiblížily hlavně z důvodu mimořádných odměn ve zdravotnictví během pandemie covid-19, tedy srovnání let 2022 a 2023 je tímto trochu zkreslené.

„Ženy nerovné odměňování vnímají jako velkou nespravedlnost a politici v EU se rozhodli tento problém řešit. Nová směrnice Evropské unie má dohlédnout na to, že míra nerovnosti musí klesnout pod 5 %. Směrnice se snaží posílit práva zaměstnanců, zvýšit transparentnost v odměňování a posílit zásady stejné odměny za práci stejné hodnoty. Zaměstnavatelé budou mít například povinnost sdělovat prů-

měrnou mzdu na podobném tipu pozice a přijde i povinnost uvádět mzdu v náborovém inzerátu," komentovala situaci Jaroslava Rezlerová.

V Česku na novou směrnici zaměstnavatele připravuje projekt 22 % k rovnosti pod Ministerstvem práce a sociálních věcí, který zaměstnavatelům poskytuje odborné know-how a spravuje a vyvíjí nástroje, které přispívají k řešení nerovného odměňování. Pokud mají firmy zájem otestovat, jak si stojí v rovném odměňování, mohou použít analytický nástroj Logib, do jehož testování se společnost ManpowerGroup také úspěšně zapojila a získala certifikaci o rovném odměňování.

Nový přístup k organizaci práce může přispět k genderové rovnosti a vyšší diverzitě

„Za tři hlavní nástroje pro podporu větší rovnosti žen považujeme zvyšování flexibilních forem zaměstnávání, rozvoj zaměstnanců a zavádění nových technologií,“ vysvětlila Jaroslava Rezlerová. V průzkumu ManpowerGroup z 525 dotázaných českých organizací 31 % souhlasilo, že větší pracovní flexibilita byla při zvyšování diverzity na pracovišti neefektivnější. Firmám se také při snaze o vyšší diverzitu vyplatilo investovat do mentoringu (29 %), do interních programů k rozvoji leadershipu (28 %) či intenzivnější spolupráce s vysokými

kresba Pixabay

školami. Z dat také vyplývá, že zavádění nových technologií pomáhá organizacím být flexibilnější, a tím podporovat rovnost na pracovišti. V Česku s tímto názorem souhlasí 54 % firem. „Zajímavostí také je, že přesně polovina firem se shoduje na tom, že na IT pozicích (které bývají vnímány jako převážně mužská

specializace) pracuje více žen, než tomu bylo v minulosti. Co se týče benefitů a HR procesů, které podporují flexibilní formy zaměstnávání, tak 26 % českých zaměstnavatelů je neplánuje zavést a 33 % je sice aktuálně nemá, ale plánuje je zavést v příštím roce,“ uzavřela Jaroslava Rezlerová. (tz)

Tchibo Variazione s italským nádechem je tady

Společnost Tchibo uvedla na trh novou zrnkovou kávu Tchibo Variazione, která je vhodná především pro přípravu mléčných kávových specialit. Tím se jednoznačně odlišuje od ostatních káv řady Tchibo Espresso Milano, Sicilia Style a Tchibo Caffè Crema, do které se řadí. Firma novou kávou reaguje na preference zákazníků, které potvrzují nejen prodeje na kávových barech Tchibo, ale také průzkumy, podle nichž spotřebitelé požadují různorodost v kávových nápojích a až 59 % jich volí právě kávu s mlékem.

Z uvedeného průzkumu vyplývá, že většina zákazníků preferuje mléčné nápoje, konkrétně 59 % spotřebitelů pije kávu s mlékem nebo mlékem a cukrem, více než 21 % spotřebitelů pije cappuccino a latte macchiato jako hlavní kávové nápoje a 53 % zákazníků konzumuje hlavně kávové nápoje na bázi espresso & caffè crema. Novým trendem se ukázala obliba ve střídání typů kávových nápojů. Zákazníci se pravidelně vrací k šesti a více typům kávových nápojů, což v Tchibo koresponduje s rostoucí poptávkou po vybavení na domácí přípravu různých druhů kávy. Až 24 % spotřebitelů používá doma plnoautomatický kávovar, do kterého je vhodná právě zrnková káva Tchibo Variazione, a navíc je ideální pro přípravu mléčných specialit. „Kávové chutě většiny našich zákazníků se mění podle aktuální nálady a prostředí. Ob-



čas dávají přednost caffè latte s jemnou pěnou a jindy zase sáhnou po aromatickém caffè crema, třeba i s kapkou mléka. My průběžně mapujeme trendy v kávovém světě a vyhodnocujeme změny nákupního chování, abychom měli

možnost na vývoj reagovat. Kávová novinka Tchibo Variazione je odpovědí právě na tyto trendy. Svoji recepturou skvěle doplňuje stávající sortiment naší značky a rozšiřuje rychle rostoucí segment zrnkové kávy espresso & caffè crema. Káva Variazione má plné tělo, výraznou chuť i aroma, a to ať s mlékem, nebo bez, a předpoklad získat si své příznivce napříč všemi věkovými kategoriemi,“ řekla Michaela Pokorná, marketingová manažerka kávy Tchibo ČR/SR. Na chuťovém profilu kávy Tchibo Variazione se podílí vyvážená směs vybraných zrn arabica a robusta s jemnými to-



59 % spotřebitelů pije kávu s mlékem (nebo mlékem a cukrem).

Více než **21 %** spotřebitelů pije cappuccino & latte macchiato jako hlavní kávové nápoje.

ny čokolády. Atraktivní obal kávy souzní s řadou Tchibo Espresso, do které náleží, a zároveň si zachovává charakteristický italský nádech. Káva Tchibo Variazione se prodává v běžné maloobchodní síti, v kamenných obchodech Tchibo a v e-shopu tchibo.cz v kilogramovém balení. (tz)

Pane profesore, moc nám chybíte



prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.

Jak podnikatelé u nás vzpomínají na Milana Zeleného?

Zmínila jsem to bezprostředně po samotné vzpomínkové akci jeho nedožitých 82. narozenin, která se konala 22. ledna 2024, příznačně v prostorách Baťovy vily ve Zlíně, a vrátila jsem se k tomu ještě několikrát po tomto noblesním rozloučení. Krásná slova plná upřímného smutku zazněla ve všech významných, ale i pozdějších vzpomínkách jeho žáků, kolegů a osobních přátel, objevila se postupně v nejrůznějších médiích. Byla to slova hlubokého obdivu, respektu, lásky, úcty a díků. Řada z nás měla totiž štěstí se s touto mimořádnou osobností nejen setkat při příležitosti odborných konferencí, kongresů či seminářů, ale také s panem profesorem krátkodobě či dlouhodobě spolupracovat. Zejména za tuto druhou skupinu osobních přátel bych zopakovala to prosté: pane profesore, moc nám chybíte. Jelikož byl tento člověk vynikajícím znalcem díla bratrů Baťových, jak zmíním ještě později, dovedl toho využít a vynikajícím způsobem přiblížit všem zájemcům, podnikatelům a manažerům způsob jejich myšlení a navést mnohé z nich k následování. Důkazem může být řada našich úspěšných podniků, jejichž vedení se nikterak netají tím, že některé z podnikatelských principů a idejí Tomáše a Jana Baťových uplatňují v praxi dodnes.

Čím se vyznačovalo jeho myšlení a v čem může být právě pro lidi z businessu inspirativní?

Je toho opravdu mnoho, čím řadu z nás, a to nejen lidí z businessu, ale zejména jeho kolegy a osobní přátele, ze všech možných oblastí a sektorů, pan profesor navždy motivoval a inspiroval. Motivoval nás opakovaně zejména pomocí svých cíleně a bravurně kladených

Že byl také včelařem, chovatelem holubů a ryb, zemitém sadařem i zahradníkem, to o profesoru Milanu Zeleném nevěděl každý. Je to tak. Nebyl jen ctihodným akademikem, váženým i nenáviděným ekonomem, vyučujícím, jemuž naslouchali žáci z celého světa. Nebyl jen vizionářem a mužem, který dokázal hájit své názory bez uzardění. Člověkem, který provokoval otázkami, na něž nutil hledat ostatní odpovědi. Moudrou osobností, jež osudově opustila svět loni na Štědrý den ve svém druhém domově, Spojených státech amerických. Byla to rovněž ikona podnikatelského světa, které stálo za to naslouchat. A přemýšlet o tom, co nám sděluje. K jeho blízkým spolupracovníkům patřila i prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., členka Rady kvality ČR.

otázek, vědom si své zásady, že základem úspěchu je umět klást otázky s tím, že nás tímto často nutil přemýšlet o věcech a souvislostech dosud nepoznaných a hledat na ně příslušné odpovědi. O inspiraci prostřednictvím Soustavy řízení Baťa toho je známo více, a všem zájemcům o detailnější studium mohu doporučit sličnou publikaci Cesty k úspěchu – Trvalé hodnoty Soustavy Baťa (2020). Já se ale ráda zmíním o dalších, alespoň dvou úžasných a velmi obdivuhodných dílech, a to: Neučte se z vlastních chyb (2007) a Hledání vlastní cesty (2011), které mne provázejí už mnoho let profesním i osobním životem. Zásadní myšlenkou je v tom prvním případě hluboká pravda (volně cituji), že učit se jen z vlastních chyb je selháním, chyby byly již udělány, mnohé jsou nezvratné, náklady a škody již započteny a naše životy jsou o to chudší. Moudrý člověk se učí z chyb druhých lidí, ne z těch vlastních – nic nás to totiž nestojí. Ale mnozí jsou v tomto směru nepoučitelní a hloupí: těm, kteří se dopustili chyb, se škodolibě usmívají, často posmívají, aby se vzápětí dopustili stejných pochybení. Typicky české, řekl by, stejně jako to známé, že chybami se člověk učí. Toto přísloví pan profesor označil dokonce jako nejhloupější přísloví lidstva, protože stimuluje a omlouvá lidskou hloupost, opakování chyb a poškozování druhých lidí.

A konečně, jako „kvalitář“ si dovoluji navázat jedním známým příměrem (volně cituji): Učební se z vlastních chyb jde přece proti základním principům řízení kvality, chybující nechápou, že cokoliv je třeba udělat, má se udělat dobře a správně hned napoprvé a pokaždé – ne napodruhé, napotřetí... (mnozí vzpomene na tomto místě naši velkou guru managementu kvality Anežku Žaludovou, která nám právě tuto zásadu často připomínala ve svých přednáškách). Za velice podnětné je zapotřebí rovněž zmínit úvahy Milana Zeleného o roli inovací ve společnosti s častým podtitulkem v tom kontextu, že informace nejsou znalosti a vědět ještě neznamená umět.

Osobnost, jíž jsou tyto řádky věnované, byla známá právě tím, že šířila a osvětlovala myšlenky týkající se principů Baťova úspěchu. Ale to není vše...

Pan profesor byl nejen celoživotním stoupenkem, ale především velkým znalcem podnikání bratrů Baťových. Myšlenky, které máte zřejmě na mysli, rezonují v řadě jeho knih, článků, fejetonů a poznámek. Za ucelený výklad lze s určitostí považovat publikaci Cesty k úspěchu (2020), kde je autor veden snahou seznámit čtenáře příjemnou, zajímavou, i když mírně konfrontační formou, s některými principy unikátní Soustavy řízení Baťa. Přitom očekával, že tyto povedy ve svém důsledku k pochopení, že Soustava řízení představuje i v dnešním podnikání jediný ucelený a plně integrovaný systém podnikového řízení.

A dnes už mnohé paralely této SRB se současným moderním řízením jednoznačně dokazují tyto jeho pravdy a zcela přirozenou cestou bývají zapracovány do řízení mnoha našich úspěšných společností...

A jak to tedy bylo u Baťů? Tomáš Baťa používal při veškerém svém konání jednu jedinou věc – svůj zdravý rozum. Věděl, že

má-li být trvale konkurenceschopný a nejlepší na trhu, musí být nejkvalitnější, nejrychlejší a nejlevnější. V praxi to znamená vyrábět efektivně, bez prostojů, bez chyb, a konečně bez zbytečných vnitřních nákladů a ztrát. A co to znamená v dnešní terminologii? V současné době běžně používáme řadu moderních metod (Zero defect, Just in Time, Kaizen, Kanban, 5S, 8S). U Baťů pracovali stejně, jen nic z toho nebylo definováno jako metoda, přístup nebo iniciativa. Všechny procesy vycházely především ze zdravého úsudku o jejich smysluplnosti a přínosu. Baťa si vysoce cenil lidí – spolupracovníků, rovněž věděl, jak si udržet nejlepší z nich, a to zejména aktivní participací na řešení problémů a spoluodpovědností za další rozvoj firmy. Dnes mnoha manažerům a rádobý podnikatelům uniká to podstatné: nevidí do

Slovy pana profesora, všechno je v rukou a hlavách lidí. V jejich hodnotách, zkušenostech, motivaci a schopnostech, v tom, co umějí, ne v tom, co vědí. A jeho nejznámější a nejjednodušší příměr? Kuchařských knih je všude po světě plno, vynikajících kuchařů málo.

duše podniku. Vidí jen ty zmíněné moderní techniky, ale ztrácí se jim systémy, a když řídí systémy, tak se jim ztrácí filozofie, kultura a hodnoty podniku. A to jsou ty atributy, ke kterým bychom se měli vracet a urychleně je akceptovat, ostatně zhruba tak, jak to bylo rámcově nastaveno na poslední konferenci Kvalita ve Valeči.

Tento výjimečný člověk fandil mladým lidem, kteří se chtěli vzdělávat, učit. Ctil praxi ve firmách, v provozu. Doporučoval nejen znát, ale hlavně umět.

A zde se dostáváme k problematice mně osobně velice blízké, nad kterou jsme s panem profesorem vedli hodinové debaty. A moc dobře vím, že stejné debaty vedl s akademiky, rektory, významnými řediteli společností, dokladováno je to závěrečnými texty z mnoha konferencí, seminářů a projektů tuzemských i mezinárodních. Jako osobnost globálního rozměru jednoznačně fandil mladým lidem z celého světa, kteří se chtěli vzdělávat a učit. Vzpomínám, že často říkal: Mladí je zejména o trvalém učení se, ambicích, výkonu a konkurenci, stáří pak o moudrosti, rovnováze a spolupráci. Cíleně proto věnoval svoji pozornost budování podnikatelských univerzit jako jednomu z hybných faktorů dalšího rozvoje s tolik potřebným cílem – co nejrychleji dostat studenty přímo do podnikatelského prostředí, kde mnohé profese v současnosti citelně chybí a průmysl si „stýská“, nebo je dokonce zcela paralyzován. Dovolím připomenout jeho moudrá slova, že naším hříštem je celý svět, že je zapotřebí akcentovat velký přesun od informací ke znalostem, a konečně si přiznat, že my v naprosté většině našim studentům stále předkládáme pouhé informace... A na tomto místě bych se moc ráda vrátila k oné publikaci pana profesora Hledání vlastní cesty, kde řeší právě vztahovou problematiku: informace versus znalosti. Slovy pana profesora, všechno je v rukou a hlavách lidí. V jejich hodnotách, zkušenostech, motivaci a schopnostech, v tom, co umějí, ne v tom, co vědí. A jeho nejznámější a nejjednodušší přírůbek? Kuchařských knih je všude po světě plno, vynikajících kuchařů málo. Vše, co je popsáno slovy, čísly a grafy, to vše jsou pouhé informace. Ale informace nejsou znalosti a vědět ještě neznamená umět. A tak přesto, že mladí lidé přicházejí do praxe se slušným znalostním základem, na okamžité využití těchto znalostí v podmínkách praxe je připraveno pouze velice malé procento z nich, odhadem zhruba jen do 15 %.

Byl také vtipným společníkem, uměl globovat nešvary. Co mu vadilo na české ekonomice?

Ano, byl velice vtipným a zábavným společníkem, a to za všech okolností. A i když byl mnohdy terčem dosti nevybíravé kritiky svého okolí za své, často velmi otevřené a kritické postřehy, vždy reagoval s noblesou, bez náznaku sebemenší arogance. Některými byl dokonce nazýván sucharem, šlo však o ty, kteří mu nik-

dy neporozuměli. Máme za sebou velmi náročné období, a možná, že ještě náročnější časy nás čekají, je proto velká škoda, že pan profesor už nebude s námi, aby případně, jako zdatný vizionář, zformuloval, co a jak dělat, na co se připravit. Je totiž dostatečně známo, že v minulosti byl pravidelným kritikem české ekonomiky a s tím souvisejících rozhodnutí naší vládní garnitury. Snad nejvýrazněji a opakovaně v minulosti veřejně vystupoval např. proti šokové terapii, kuponové privatizaci, rozbití Československa, rozprodeji klíčových podniků do zahraničí, úplatkářské kultuře (tunelování a korupci), zanedbávání školství a vzdělávání, ničení životního prostředí trestuhodným vyčerpáváním půdy, pustošení kultury obecně a vykořisťování lidských bytostí. Není to, žel, kompletní výčet toho, s čím nesouhlasil, navíc mnoho těchto, jen velice heslovitě zmíněných atributů, by si zcela jistě zasloužovalo alespoň stručný výklad následků špatných rozhodnutí, na což nemáme dostatek prostoru... Dovoluji si proto opět odkázat na řadu fejetonů a článků z dob minulých, zejména pak na publikaci Neučte se z vlastních chyb, kde některé z výše uvedených přijatých rozhodnutí, včetně jejich následků, Milan Zelený trefně rozvádí, a to zejména pro ty, kteří jsou vedeni trvalou snahou tyto rozpory pochopit, inspirovat se, stát se tvůrčími a dělat věci jinak.

Milan Zelený byl světoběžníkem, přednášel nejen v Číně, ale také v Indii, v USA, i České republice. Trvale žil ve Spojených státech. Přesto se cítil až do svého skonu Čechem a naší zemi miloval. Čeho si vážil na naší povaze, historii, krajině, tradicích?

Nikdy se netajil láskou k Československu, Česku a Slovensku, a do konce svého života se cítil být obojím, Čechem i Američanem. Ke konci svého života tak svoji přízeň vcelku spravedlivě dělil mezi Čechy a USA. Rád se účastnil domácího společenského i politického dění, a poté, když byl unaven, naštván či

silně rozčarován, se vracel rád do Ameriky, aby se zase po nějakém čase naopak těšil zpátky k nám, jak říkával, na knedlíky, guláš a pivo. V té stále změně nakonec našel zalíbení, stala se trvajícím součástí jeho života.

A ještě aspoň jednu lásku pana profesora musím krátce zmínit, a to jeho usedlost v jižních Čechách, se zahradou, ve které postupně vysázel stromy, květiny a nejrůznější rostliny, pořídil si pávy, choval včely, holuby, ryby. Vše to vytvářelo dohromady jeden harmonický a vyvážený celek, v jehož středu zasadil kaštan a své „království“ nazval Castanea. V něm trávil převážnou část svých chvil u nás a rovněž právě tam, uprostřed překrásné přírody, napsal většinu svých úvah, článků, fejetonů, esejů. V jižních Čechách, uprostřed této překrásné krajiny, docházelo k pravidelným setkáním, kdy se k vybraným tématům povídalo a diskutovalo často dlouho do noci, vzniklo zde mnoho zajímavých rozhodnutí, projektů, modelů... A konečně – právě knihy, které jsem zmiňovala, obsahují řadu inspirativních myšlenek, názorů a řešení, jež jsme při uvedených setkáních společně diskutovali, aby nakonec vznikl unikátní a ověřený souhrn principů a hodnot řízení nazvaný Souhrn řízení Castanea, z nichž některé lze okamžitě využít v podnikatelské praxi.

A dovolte mi ještě poznámku. Je možná méně známo, že psal kromě esejů a povídek také pohádky pro děti, pohádky, které se však výrazně liší od všech těch našich hloupých Honzů a babek s roštím na zádech. Základními tématy je totiž něco víc, cesta ke svobodě, sama svoboda a vždy nějaká ta „chytrost“ závěrem, podobně jako tomu bylo u bajkaře Ezopa. Jedna z nejkrásnějších pohádek Bílý páv, určená pro jednu malou holčičku, byla inspirována právě překrásným prostředím usedlosti Castanea v jižních Čechách, a najdete ji i jako součást textu výše uvedené publikace Neučte se z vlastních chyb. Osobně doporučuji, a to nejen malým holčičkám...

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Nejlepší řešení je pekáč poctivých buchet

Za kamna vlezem, tak se jmenuje jedinečná knížka, již právě nyní vydal Nakladatelský dům Grada. Unikátním způsobem spojuje vyprávění o lidových tradicích, úvahy o přirozeném běhu života a osvědčené recepty babiččiny kuchyně. Taková kombinace pro nás může být v dnešní uspěchané době skvělou duševní terapií. Autorka Kamila Skopová předkládá čtivou formou pro každý týden novou dávku inspirace a moudrosti našich předků, kterou oživuje svými půvabnými ilustracemi. Kniha se stává jakýmsi týdenním průvodcem nejen pro jeden rok, ale i pro každý následující. Třeba i vám pomůže příjemně se naladit, inspirovat ke kulinářským experimentům a přiblížit vás zpátky ke kořenům a tradicím minulosti. Když se mi dostala do ruky, nemohla jsem od ní odtrhnout oči. Listovala jsem od začátku, od konce, otvírala stránky na přeskáčku, protože jsem chtěla vědět i vidět všechno najednou. Vstřebat úžasná moudra, zavést své nitro do hloubi pravd, které z publikace tryskají. Odpočinout si při pročitání receptů a osvěžit mysl překrásnými kresbami, které k člověku mluví povzbudivě, vlídně i vesele. Věřte, jde o dílo vpravdě unikátní. Kamile Skopové jsem měla tu čest položit několik otázek:



Kamila Skopová

foto archiv Kamily Skopové

Jste výtvarnice, spisovatelka, máte vřelý vztah k hudbě, zabýváte se lidovým uměním, zajímají vás zvyky, kroje, pohádky, tradice. To je velmi široký záběr. Co ovlivnilo tento směr?

Od dětství mě zajímalo mnoho věcí – malování, hudba, divadlo, literatura. Nevěděla jsem, pro co se rozhodnout. Přestože jsem si nakonec zvolila výtvarný obor propagační grafiky, všechny ostatní zájmy jsem pěstovala dál. Mezi nimi byl i vážný zájem o lidovou kulturu, národopis. Zřejmě na tom měla podíl i výchova v rodině.

Právě se na trhu objevila překrásná publikace, kterou jste vlastně připravila skoro sama. Jste autorkou textů i obrázků. Jaké to je, spoléhat se na svou vlastní invenci, znalosti, shromážděná fakta?

Autorství textu spolu s knižní ilustrací má nesporné výhody. Nemusím se domlouvat s výtvarníkem o podobě kreseb, všechno vytvářím v souladu s mou představou, textem a mými emocemi. Pochopitelně za tím stojí i dlouholeté samostudium etnografie, mnoho rešerší i vlastních zkušeností, zážitků a cenných informací od starších lidí.

Kniha je plná receptů na samé dobroty. Asi sama ráda vaříte a pečete, a také ochutnáváte či hostíte členy rodiny, přátele či známé. Je to tak?

Posledních třiatřicet let žiju sama v malé vesničce na Hlinecku ve staré roubence, takže to vyváření a pečení není už tak intenzivní. Občas mě navštíví rodina, přátelé, a těm ráda něco dobrého připravím. Ale upřímně – na každodenní složité vaření nezbývá čas. Avšak všechny recepty, které uvádím ve svých knížkách, jsem si vyzkoušela, ověřila a pokrmy podle nich připravené ochutnala.

Každý týden v měsíci má v publikaci své místo, ke každému jste přiřadila nejen lidová moudra, ale i řadu předpisů na to které jídlo. Znamená to, že jste je sbírala už léta, postupně společně s tím, jak jste pronikala do obyčejů jednotlivých míst naší země, podle toho, kde jste co zajímavého okusila, nebo podle toho, co vařila vaše babička či maminka?

V dětství to byla samozřejmě škola mé maminky a veselé babičky Lidunky. Ty mě zasměly do tajů dobré, leč spíše náročné a nepříliš zdravé měšťanské stravy podle Magdalenky Dobromily Rettigové a Marie Janků-Sandtnerové. V pozdějším věku mě ale více zajímala česká lidová strava, regionální recepty, jednoduchá, prostá a zdravá kuchyně venkovských babiček. Od nich jsem ještě před padesáti lety posbírala mnoho zajímavých návodů.

Ilustrace, jimiž jste nešetřila, pohladí duši, zklidní, ale i rozveselí. Vykreslují tak trochu i vaši povahu?

Na to neumím odpovědět. Asi ano, nejsem velký přítel abstrakce. Víte, ono se ani nedá dost dobře ztvárnit lidové zvyky, kroje, nebo i pokrmy nějakou abstraktní formou. A tak kreslím trochu naivní čitelné obrázky, srozumitelné i dětem. Koneckonců i Josef Lada

A především myslet pozitivně, být veselá a optimistická. Někdy je to však fuška, ale je to pro zdraví lepší než stálé stěžování. Nejlepší recept na dobré duševní i fyzické zdraví je práce, a to v každém věku, pochopitelně práce úměrná kondici a momentálnímu zdraví.



kreslil naivním stylem, a přitom ho považujeme za skvělého umělce.

Z publikace mám dojem, že je vaše duše mladší než v případě mnoha třicátníků, že jste žena veselá, kurážná, praktická, ale že zároveň čtíte i to, co člověk zatím rádne neprozkoumal...

Já mám výhodu, že se stýkám převážně s mladšími lidmi, které rozhodně nezajímá nějaké moje fňukání a stížnosti na věk a případné bolesti. Snažím se s nimi alespoň duševně udržet krok. A především myslet pozitivně, být veselá a optimistická. Někdy je to však fuška, ale je to pro zdraví lepší než stále stěžování. Nejlepší recept na dobré duševní i fyzické zdraví je práce, a to v každém věku, pochopitelně práce úměrná kondici a momentálnímu zdraví.

Máte vztah i k bylinkám?

Bylinky dobře znám a umím je využívat. Ale někdy mi vadí současné nekritické zbožňování vlastností bylin. Samozřejmě jsou byliny dobré jako koření i výpomoc při léčbě různých neduhů, což znaly už dávno naše prababičky. To ale neznamená, že bychom museli jíst hovězí steak obalený do zelené a onkologický nález léčit bylinami. Jak říkaly právě ty moudré stařenky – všeho s mírou...

A co pro nás plyne z lidových moudrostí?

Všechny dobré vlastnosti – strídmost, skromnost, pracovitost, pokora, úcta k příro-

V pozdějším věku mě ale více zajímala česká lidová strava, regionální recepty, jednoduchá, prostá a zdravá kuchyně venkovských babiček. Od nich jsem ještě před padesáti lety posbírala mnoho zajímavých návodů.

dě i práci druhých lidí, šetrnost, umění být soběstačný a umět si se vším, nebo alespoň s mnoha věcmi, poradit. Lidová přísloví, pránostiky, rčení, to vše vznikalo na základě staletých pozorování a zkušeností. Tak v nich asi nějaká pravda bude.

Dnes se mluví o velkém potenciálu žen, o ženské energii, o seberealizaci něžného pohlaví. Možná proto, že stály

ženy dlouho na pozadí historie a potřebují se tím více uplatnit. Myslete si, že by měla umět každá žena i vařit a péct?

Samozřejmě! Známe přísloví praví, že láska prochází žaludkem. Pokud své rodině nebo partnerovi předložíte něco dobrého, vlastními rukama vytvořeného, hned se zlepší nálada. A podívejme

se na věc z té praktické stránky. Pokud bude mít žena doma manžela a dvě či tři zdravé dětičky, pak je těžko užívat lahůdkami z KFC. Pochopí, že nejlepší řešení je pekáč poctivých buchet.



ilustrace archiv Kamila Skopové

Do našich životů začínají silně vstupovat nové technologie, nezkrotitelné množství informací, stres z rychlosti, jakou se vše mění. Jak to vše s pomocí moudra předků zvládnout? Moje babička říkala: Spěchej pomalu...

Ano, to je dobrá rada. Umět si vychutnat každý den, každý okamžik, jako by byl poslední. Radovat se z maličkostí. Nestavět si před sebe příliš vysoké cíle. Pokud je nedokážeme vyplnit, přináší stres a pocit marnosti. Naučit se víc dávat než brát. A netrápít se tím, že hned nezvládneme a nepochopíme něco z dnešní hektické doby. A nezapomínat na úsměv, který pomáhá nám samým, a navíc otvírá ta pomyslná vrátka k ostatním lidem.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Kamila Skopová

Výtvarnice, absolventka Střední uměleckopřemyslové školy v Praze, se od roku 1969 zabývá samostudiem národopisu. Spolupracuje s řadou folklorních souborů. Je autorkou mnoha výstav lidových zvyků a obyčejů, scénářů a výprav scénických zpracování folklorních souborů. Zpracovává návrhy replik lidových krojů. Ve Škole folklorních tradic vyučuje obor lidový oděv. Od roku 1995 píše a ilustruje knihy. Je autorkou mnoha publikací, které si sama ilustruje, textů i ilustrací pro jiné autory: Lidová tvorba, Vánoční svátky o století zpátky (nyní i v německé a anglické verzi – Böhmisches Weihnachten, Christmas in Bohemia), Velikonoční svátky o století zpátky, Dětské hrátky půlstoletí zpátky, Rodinné svátky o století zpátky, Pohádky – sedmadvacet klasických pohádek převyprávěných a ilustrovaných, Hody, půsty, masopusty, Rok na vsi, Čechy, domov můj. Dále vytvořila tři kuchařky klasické české lidové kuchyně... ale máma to vařila líp, Rodinné stříbro a Chrudimský kuchtánek.



MetLife má speciální připojištění Pro ženy

Pojišťovna MetLife má ve své nabídce speciální připojištění Pro ženy, které ocení zejména klientky, jež plánují v nedaleké budoucnosti založit rodinu, nebo naopak těhotenství zatím odkládají, i když si uvědomují, že s vyšším věkem je i větší pravděpodobnost možných rizik, včetně problémů s otěhotněním.



Z pojištění je totiž možné získat i finanční podporu na úkony asistované reprodukce, které nejsou hrazeny z veřejného zdravotního pojištění. Pojištění je však konstruováno tak, aby pomohlo ženám nejen překonat finanční zátěž spojenou s léčbou neplodnosti, ale i s možnými zdravotními komplikacemi, které by mohly během těhotenství nebo při porodu a po něm

nastat. „Pojištění se netýká pouze úhrady umělého oplodnění, kdy státem placené zákroky už byly vyčerpány, ale produkt byl navržen tak, aby poskytl komplexní ochranu v situacích, které jsou pro ženy zásadní. A to od momentu plánování rodiny až po narození dítěte, nebo dětí – dvojčat, trojčat i vícčat. Pojištění se také vztahuje na dvacet devět různých diagnóz těhotenských, porodních a poporodních komplikací žen i vrozených vad dětí rozdělených do pěti kategorií s plněním od 10 až do 400 % z pojistné částky sjednané ve smlouvě. Nejčastěji si klientky vybírají pojistnou částku kolem 250 000 Kč, ale mohou si zvolit libovolnou sumu až do dvou milionů korun,“ uvedla produktová manažerka životního pojištění Eliška Nechanická Březinová. Finanční podporu poskytuje připojištění v případě asistované reprodukce, kdy pojistné plnění může pokrýt až sto procent nákladů, které pojištění uhradila příslušnému zdravotnickému zařízení, avšak maximálně do výše 10 % pojistné částky. Budoucí nastávající maminky by proto na pojištění měly myslet včas. Za prvé, čím jsou mladší, tím mají pojistné levnější, a mohou si tak dovolit stanovit vyšší pojistné částky, takže mají pak šanci i na vyšší plnění. A za druhé i proto, že u připojištění Pro Ženy je stanovena čekací doba – v souvi-

slosti s asistovanou reprodukcí je to 12 měsíců od počátku pojištění, pro události spojené s těhotenstvím, potratem, porodem a jejich komplikacemi je stanovena na osm měsíců od počátku pojištění. Připojištění Pro Ženy je svým způsobem specifické, protože pojistné plnění se ženám vyplácí nejen za zdravotní újmy, ale i radostné události, například za narození vícčat. „Za dosud relativně krátkou existenci pojištění jsme již finanční plnění pro jedna dvojčata poskytli. Ale také jsme částkou více než 200 000 Kč podpořili rekonvalescenci mladé ženy po chirurgickém řešení mimoděložního těhotenství a pomohli nejen zmírnit zdravotní dopady, ale také psychické trauma po prodělaném zákroku i obavy spojené s dalším těhotenstvím. Finanční plnění z připojištění je jak pro újmy žen, tak vrozené vady dětí alespoň částečnou kompenzací těchto zdravotních a emocionálních komplikací,“ dodala Eliška Nechanická Březinová. V případě pojistné události vyplatí pojišťovna MetLife jednorázové pojistné plnění ve výši příslušného procenta z pojistné částky uvedeného pro danou diagnózu, u vrozených dětských vad je to obvykle 200 % pojistné částky. Právě proto, že připojištění Pro ženy nabízí takto vysoké pojistné plnění, přináší významnou finanční podporu v případě postižení. (tz)



Fejeton

O milovnicích procházek mezi vůněmi jara

Když si to takhle v podvečer šlapete po polní cestě a v korunách stromů či tajemně ukrytí v křovinách prospěvují ptáci své jarní písničky, je vám dobře na světě. Vzpomínkami se vracíte do dětství, kdy jste s partou sobě rovných běhali po příkopech, zdolávali kaluže a naschvál bořili botky do bláta na protest spoutanosti zvyklostmi, tradicemi a rodičovským příkazům. Právě v tento okamžik jste zase volní jako ti zpěváci v nebi, jako lehký vánek, který křísí vaši tvář po desetihodinovém sezení u počítače. Máte chuť si poskočit, zavýsknout, dýcháte zhluboka a nabíráte tu nejlepší energii života, jež k vám proudí od shora dolů i obráceně.

Cítíte ničím nenahraditelnou vůni probouzející se země, až dojemný pach tlející trávy i čerstvých stébel, která prudce bourají mýty i fakta o předpovědi počasí. Vnímáte to blahodárné povzbuzování půdy, ornice, hlíny, černozemě i hnědozemě, čerstvě zrytých záhonků kdesi v dáli nebo pár kroků od vás. Vykračujete si školácky bezstarostní a na nic nemyslíte. Jste v očištěné koupeli všehochuti aprílového mámení, nepotřebujete k pohodě a regeneraci nic než vlastní nohy a přírodu v rozpuku. A po chvíli, plní sil i vyčerpání z té krásy kolem míříte k domovu, abyste ještě něco stihli udělat, ať už je to večere, nebo poslední odpověď na naléhavý e-mail, či přesazení muškátů,

kteří už potřebují nabírat na květ. Lehce zmámení vším, co znamená život, naposledy v těchto čtyřadvaceti hodinách obkroužíte svoji zahradu, zaradujete se z toho, jak vykvetl barvínek, jak jsou letos fialky rozpínavé a vytrvalé, jak broskvoně slibují plody plné šťávy, barev i chutí. Podíváte se k obloze a podvědomě děkujete něčemu, co neumíte pojmenovat. Dochází vám, že vše kolem je krásné, nádherné, nejhezčí, byť by to byla stará kůlna na spadnutí nebo oprýskaná pumpa po dědovi.



foto Kateřina Šimková

Vrátíte se po vlastní stopě k okopaným záhonkům a potěšíte oko výsledkem vlastní práce. Skloníte se k řádkům, kam jste zaseli mrkev a petržel, lovíte pohledem, zda již neklíčí. Přitom vnímáte stopu zeminy, ten charakteristický a nenapodobitelný prvek našeho života i smrti. Sáhnete po kyprém hrbolku, hroudič-

ku rozemnete intuitivně v dlaní, máte chuť se s tím kouskem země mazlit a děkovat. V takových okamžicích otvírá se v člověku pokora a údiv nad tím vším, co vzniklo, co se zrodilo, co roste. Rok co rok. Jabloně i hrušně dávají úrodu na střídačku, malinám se poroučet nemusí, je vždy co trhat a ochutnávat. S jahodami je práce, pomýšlíte i na to, že se jim už nebudete podbízet, ale pak vám to nedá a zase někde dosadíte, plantáž rozšíříte, protože, když už je máte...

Rozvažujete, jak jinak a lépe to letos udělat, aby rajčata nechytila plíseň a aby bylo i bez skleníku dostatek paprik. Možná na něco přijdete, poslouží zaručené zprávy online, dobrá rada a zkušenost souseda. Nakonec se zařídíte po svém a stejně, jak jste zvyklí, doufaje, že úroda předčí očekávání.

A jak tak o tom mudrujete svým vnitřním hlasem, ani jste nezpозorovali, že začal nad vaší adresou vykukovat měsíc a že je čas se rozloučit. Výdech, nádech. V tuhle dobu voní i trávník jinak než ráno. Voní klidem a pokojem, konejší vaše kroky a přeje dobrou noc. Sem tam váš nos zavětrí závan ohničku ze spadaneho listí, někdo už možná roztopil gril... Máte se nač těšit. Sny otevřou obzory velkých přání nás Čechů, malých zahrádkářů, milovníků procházek mezi vůněmi jara.

Eva Brixi

Počítejte také s bylinkami

Lidstvo je po celou svou historii provázáno touhou po trvalém zdraví jako základní životní hodnotě. Jsou různé názory na to, jak si dobrou kondici uchovat. V každém případě je důležitá detoxikace. Ideální doba pro ni je jaro.

Existuje také známý fyziologický fakt, že žádné bakterie ani viry nemohou proniknout do čistého, zdravého organismu, a pokud už vniknou, tak jsou v něm rychle potlačeny. Jednou z neúčinnějších metod je půst, který naši předkové pravidelně zařazovali. Člověk se k němu v dnešní uspěchané době málo vrací, ale může ke své očistě využít léčivých schopností bylin, které mají nejen čistící působení na jednotlivé orgány a ústrojí, ale také regenerační schopnost.

Při využití bylin na očistu se zaměříme na zejména na játra, žlučník, močové cesty, ústrojí krevního oběhu, pročištění cév s tím, že si budeme všimnout především těch orgánů, kde máme problém. Připomeňme stručně význam některých bylinek v tomto procesu:

Ostropestřec mariánský: Je odedávna využívaným prostředkem ke zlepšení činnosti jater, žlučníku, a tím celé látkové výměny. Největší sílu má v podobě gemmoterapeutika vyrobe-

ného z klíčků, kdy působí ochranně na jaterní parenchym, ale může pomoci i při plicních potížích nebo žloutence.

Rozmarýna lékařská: Gemmoterapeutikum z rozmarýny je vyrobeno z mladých konců větvíček a lístků. Hlavní působení je na problémy jaterní a střevní.

Kopřiva dvoudomá: Prostředky z kopřivy mají mimořádné a široké spektrum působnosti na lidský organismus. Zvláště gemmoterapeutikum z kopřivy, které vzniká spojením mladounkých částí kopřivy spolu s květy. Působí povzbudivě na metabolismus, je to také prostředek zlepšující činnost srdce a slinivky.

Buk lesní: Gemmoterapeutikum z pupenů buku je jeden z nejlepších drenážních prostředků vhodných před počátkem léčby. Je vhodný při nedostatečné činnosti ledvin, otocích kloubů, jejich zánětech, močovém písku.

Vřes obecný: Gemmoterapeutikum z mladounkých konečků rostliny je vhodným prostředkem k řešení nemoci ledvin, hlavně doporučovaným na otoky. Celkově posiluje organismus vždy, když nastává slabost a únava různého původu.



Kotvičnik zemní: K novodobým prostředkům k regeneraci patří gemmoterapeutikum z mladých konečků a semen kotvičniku. Prostředky z kotvičniku tonizují a vyživují organismus, čistí krev, zlepšují vidění a čistí močové cesty a cévy.

Kaštan pravý: Gemmoterapeutikum z kaštanu zlepšuje žilní a také lymfatickou cirkulaci a používá se při zlepšení lymfatických otoků a též pročišťuje lymfatický systém.

Česnek medvědí a setý: Mimořádnou vlastností česneku je jeho protiplísňové působení, dále antibakteriální. Z 560 kmenů zlatého stafylokoka jich 500 ničí. Likviduje též plíseň Candida albicans. Má i další pozitivní působení na lidský organismus – rozšiřuje cévy, snižuje tlak, ozdravuje střevní flóru.

Mgr. Jarmila Podhorná,
majitelka firmy NADĚJE

INZERCE



Mgr. Jarmila Podhorná

Význam detoxikace a jak na jarní očistu



Doplňěk stravy

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
objednavky@nadeje-byliny.eu

www.nadeje-byliny.eu, bylinnyherbar.cz

**Život je krásnější,
když o sebe pečujeme s láskou**



ROSSMANN