

# Madam<sup>®</sup> BUSINESS

## PROSPERITA

květen 2024

### Sama nevím

Eva Brixi

Vzpomínky plynou kolem nás  
 Jednou a znova  
 Zas a zas  
 Počítáme dozadu  
 A neslyšíme zpětný hlas  
 Nehlásíme závadu  
 Která není na vašem přijímači  
 Co bylo  
 Nám skoro stačí  
 Drobečky ze stolu nesmetáme  
 Krásné je klamat  
 Svádět budoucnost  
 A všechno  
 Co teď máme  
 A předčítat z vlastních vrásek  
 Pohádky  
 Jež řadí knížky do řádky  
 Příběhů  
 Opakuji chyby a nevzdávám to  
 Pálím mosty jak buchy  
 Pro všechny dávné hosty  
 Nostalgie je pomalá  
 A nikam nevede  
 Usmějme se  
 Mrkněme na sebe  
 A bude hezky  
 Já vím  
 Třesky plesky

# Lenka Slezáková

Obdivuji energii  
mladých gastro nadšenců

rozhovor na stranách 10–12

INZERCE



### Kdo umí, ten se na trhu neztrátí

Bartoňova pekárna pro vás vyrábí poctivý chléb a pečivo slané i sladké. Samé dobroty. Od žitného chleba až po ten bramborový, od housek až po škvarkové pagáče, od

svatebních koláčků až po valašské frgálky. Náš sortiment stále inovujeme a zákazníkům přinášíme nové kulinařské zážitky v nejvyšší kvalitě. Máme stoletou tradici a smělé plány do budoucna: snažíme se o to, aby vám stále chutnalo.

[www.bartonovapekarna.cz](http://www.bartonovapekarna.cz)





# Spojení se světem designu a umění nás přibližuje k zákazníkům

Každý výjimečný produkt si hledá svou osobitou cestu na trh, k srdcím zákazníků. Automobilová značka DS zvolila směr designu a umění. Jak ve Francii, tak v České republice. A výsledky prodeje u nás potvrzují, že vznikl vztah, který má smysl. V emocích je síla. Je to zrcadlo radosti, touhy, vášně, pokušení. A když se vám něco líbí, těžko odoláte. Nebo je to jinak? Odpovídá Martina Bedrnová, DS Brand Director společnosti P Automobil Import:



Martina Bedrnová

**Značka DS a design, to je už věrné spojení. Jak ho motoristé vnímají?**

Styl exteriéru i interiéru vozů DS je velmi svěbytný, ale zároveň elegantní a komfortní. Vzhledem k úspěchu značky DS je zřejmé, že tento atribut našich automobilů oslovuje nejen stávající zákazníky, ale i širokou veřejnost. Vidíme to z množství poptávek, které dostáváme, a také z různých předváděcích akcí, kdy jsou vozy DS doslova „v obležení“. Design přitáhne pozornost vždy jako první.

**Vašimi klienty jsou ti, kteří si potrpí na komfort, potřebují se v autě cítit obklopeni dokonalostí, krásou, něčím, co je denně těší. Co všechno to může být?**

Uživatel vozu musí cítit souznění se svým automobilem, musí mu vyhovovat po všech stránkách. Musí vyjadřovat jeho osobnost a u nás zároveň platí i nutnost ho hýčkat v absolutním pohodlí. Naše vozy nejsou sportovní, tvrdé, nejsou určeny na smýkání či řezání zatáček, ale myslí na pohodlí řidiče i všech spolucestujících. To je pro naše auta velmi určující. Nabízejí pohodlí luxusních jemných kožených sedaček, samozřejmostí je i odvětrávání, polohování, ticho na palubě a tepelný komfort, který je dopřán individuálně cestujícím vpředu i vzadu. A jako základ využívají naše modely samozřejmě komfortní podvozek se systémem DS Active Scan Suspension, který umožňuje monitorování nerovností vozovky a úpravu každého jednotlivého hydraulického tlumiče zvlášť tak, aby celkový dojem z jízdy byl maximálně klidný.

**V České republice se snažíte jít cestou velké přidané hodnoty – spolupracujete s umělci a designéry a výsledky jsou k potěšení i užitku zákazníků. Můžete připomenout filozofii takové cesty?**

Ano, spojujeme se s osobnostmi a akcemi, kde hraje prim umění a design, abychom podtrhli silné stránky našich automobilů a dostali je blíže zákaznickým skupinám, které mohou oslovit. Aktuálně spolupracujeme například s velmi úspěšným sklářským designérem a umělcem Františkem Jungvirtem, jehož díla můžete vidět i v našem pražském DS Store, nebo letos budeme také partnery kongresu interiérových designérů Interiér roku, který se bude odehrávat v květnu v galerii DOX. Dlouhodobě jsou našimi ambasadory i houslový virtuos Jaroslav Svěčený a módní návrhářka Natali Ruden.

## Jak vaše úsilí příznivci DS vnímají?

Díky našemu spojení se světem designu a umění se dostaneme blíže k zákazníkům, které tyto oblasti zajímají, a mohou je tak oslovit i naše vozy, které doposud třeba neznali. Francouzská značka DS je na poměry automobilového světa velmi mladá, vznikla teprve v roce 2014, a proto je stále třeba pracovat na jejím přiblížení veřejnosti. Velmi často se stává, že než se potenciální zájemce dostane k nám na showroom, tak se se značkou seznámí právě díky některému našemu partnerství.

## Znáte některá přání fanů značky DS v tomto směru? Dostáváte od zákazníků návrhy, s kým se propojit, jaký další umělecký obor s auty sladit?

Je vidět, že tato aktivita naše zákazníky zajímá a občas nějaké další doporučení dostaneme. Nicméně my se zaměřujeme na dlouhodobější propojení, takže není možné všechny nápady vždy hned využít. Také musíme zvážit veškeré aspekty nové spolupráce, máme na výběr velmi přesná kritéria.

## Nápadů je ale i tak určitě mnoho. Třeba hedvábné šátky, originální záložky do knih, malované kameny pro věrnou klientelu?

Vidíte, právě hedvábné šátky jsou letošním novým směrem, kterým jsme se vydali. V tvorbě je speciální kolekce inspirovaná značkou DS. Více nemohu nyní prozradit. Brzy uvidíte.

## Zmínila jste uměleckého skláře Františka Jungvirta. Před časem jste zahájili velmi originální spolupráci. A toto souznění se opravdu vyvinulo v trvalejší vztah...

František je úžasná, skromná osobnost s velkým uměleckým potenciálem, která má



František Jungvirt

úspěch nejen v ČR, ale i ve světě. Ne náhodou byl letos zařazen do výběru časopisu Forbes 30 pod 30. Myslím, že o něm ještě mnoho uslyšíme a uvidíme. Společně jsme připravili fotografování jeho váz v prostoru našeho jedinečného showroomu nebo limitovanou kolekci difuzérů z uranového skla přímo pro DS.

## Co se jmenovanou osobností chystáte nyní?

Letos se určitě podíváme s Františkem Jungvirtem přímo do sklárny, kde jeho krásná díla vznikají, a pojedeme samozřejmě Déeskem! Naše příznivce potěšíme zajímavým po-

hledem do zákulisí a také máme v plánu připravit DS podcast, kde se dozvíte více jak o sklářské tvorbě, tak rovněž o DS.

## Mohou si příznivci skleněné krásy z limitované edice uranového skla pro DS, již

pro vás vytvořil, koupit ještě nějaký kousek?

DS edice uranových váziček/difuzérů představuje 15 unikátních kousků, které jsou buď v čistě zelenkavé barvě

uranu, nebo v kombinaci s červenou či modrou barvou, a dobrá zpráva je, že jich ještě pár zbývá!

Aktuálně spolupracujeme například s velmi úspěšným sklářským designérem a umělcem Františkem Jungvirtem, jehož díla můžete vidět i v našem pražském DS Store.

## Vyšly loňské výsledky prodeje podle představ? A jaký by měl být rok 2024?

Značka DS zaznamenala výborné výsledky a s uvedením nových modelů DS 7 a DS 3 v loňském roce opět zabodovala. Nejoblíbenějším modelem v ČR je právě model DS 7, středně velké SUV, které si může zákazník pořídit buď v dieselové variantě, nebo s plug in hybridním pohonem, který kombinuje benzínový a elektrický motor. Letos budeme uvádět novou speciální kolekci našich vozů, která bude mít jedinečný design a bude vyráběna jen v limitovaném počtu kusů. Měla by na trh přijít v květnu, půjde o luxusní provedení. Koncem léta pak přibude do naší řady stoprocentně elektrická DS 4. Doplní tak stávající paletu tohoto modelu, který nyní nabízíme v plug in hybridní verzi, mildhybridní verzi a také s dieselovým agregátem. Zájemce o modely DS tak máme opět čím potěšit.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí







## Kdo hledá, ten najde?

Každá chceme dobýt svět. Ambice nechybí. Horší je to s časem, protože ideály nám ho nepřinesou. Celý život si lámu hlavu nad tím, jak všechno stihnout, abych nebyla spokojená jen já, ale všichni ti, kteří k mému profesnímu i osobnímu životu patří. Brodím se diáři, poznámkami, útržky papíru, bločky s tužkami (mobil ani počítač k plánování nesnáším). Zapisuji vše, nač si vzpomenu. Pak sestavuji priority, abych zjistila, že s nimi neumím žít. Tuhle mi spolužák z fakulty řekl: Co takhle zorganizovat sraz? V září to bude 50 let, co jsme na veřejce vstoupili do dějin! Polilo mě horko... Jsem pořád odvázná školačka, která začíná. Hledat slova i ten čas.

Eva Brixi, šéfredaktorka



### Tip Grady

### Zklidněte svou mysl

Nick Trenton



Přehnané přemýšlení, někdy označované jako overthinking, je v současnosti nejčastější příčinou nespokojenosti. Autor této knihy chápe, čím si procházíte, ví, jak jste se do bludného kruhu úzkosti a stresu dostali i jak je pro vás tato situace vyčerpávající. Provede vás přes překážky s pomocí podrobně popsaných osvědčených technik, které pomáhají změnit nastavení mozku, ovládat myšlenky a upravit psychické návyky.

## partneři [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

hlavní partner:



partneři:



### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 18, květen 2024

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: [brixi@iprosperita.cz](mailto:brixi@iprosperita.cz), mobil: 602 618 008

Redakční tým:

Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz):

Martin Šimek, e-mail: [martin@iprosperita.cz](mailto:martin@iprosperita.cz), mobil: 606 615 609

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

Tisk: Triangl, a.s., [www.trianglprint.cz](http://www.trianglprint.cz) **triangl print**

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

[www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

Internetový marketing: Media Know, [www.mediaknow.net](http://www.mediaknow.net)

Nenechte si ujít novinky na blogu [intuitiveidiary.com](http://intuitiveidiary.com) naší redaktorky Kateřiny Šimkové a příspěvky Evy Brixi v záložce Stará blogerka.

Na [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz) se zaposlouchejte do podcastů o rovnováze těla a duše Na vlnách krásy GERnétic.



### Pomáhá vám umění v osobním či profesním životě?

Ing. Lenka Nováková  
Agentura CzechTourism  
manažerka pro mezinárodní marketing  
pro vzdálené trhy a manažerka  
projektu Czech Specials

Umění hraje velkou roli v životě každého člověka. Záleží jen na tom, jakou jeho formu si vybereme, aby nám byla k užítku, prospěchu a osobnímu rozvoji. V profesním životě se s uměním potýkám velmi často díky akcím, které v rámci agentury CzechTourism organizujeme nebo se na nich spolupodílíme. Týká se to například nejrozličnějších hudebních a sportovních projektů, gastro festivalů, výstav, veletrhů, tematických workshopů apod. Díky těmto aktivitám je moje práce zajímavější a rozmanitější. Mám možnost potkávat nové lidi různých profesí a poznávat kulturu a umění jak v České republice, tak i v zahraničí. V osobním životě se setkávám s uměním hlavně v oblasti literatury. Ne, že bych nechodila s přáteli či rodinou do divadel, galerií nebo na hudební koncerty, ale zejména čtení knih je pro mě velmi důležité. Přináší mi velkou relaxaci a odpočinek. Na chvíli se opravdu zastavím a unikám do jiného světa. A takový svět, myslím, potřebuje občas každý z nás.



### Co by prospělo ženám v budování kariéry?

Roman Muška  
Prague Convention Bureau  
Managing Director

Z pohledu zaměstnavatele je to, dle mého soudu, hlavně jeho flexibilita a vůle hledat cestu, jak vyjít vstříc potřebám dané zaměstnankyně. Mám na mysli hlavně různé formy zkrácených úvazků nebo práce na home office, které mohou napomoci při koordinaci rodinného a profesního života. Zároveň tato flexibilita umožní ženě vrátit se postupně do pracovního procesu po mateřské dovolené. Podle mého názoru je špatně, pokud by se žena měla rozhodovat mezi možností budování kariéry a péčí o děti a rodinným životem obecně. Vše samozřejmě závisí na nastavení fungování v rámci rodiny, kdy je vždy zapotřebí součinnost partnera, a v ideálním případě i zapojení širší rodiny (rodiče, prarodiče). Pokud tato veškerá synergie funguje, vše je pak už jen v rukách dané ženy...



### Informace do kabelky

## Od Ajaly vám napoví

V Ajale vědí, že mateřství je jedním z nejkrásnějších, ale také nejnáročnějších úkolů na světě. Proto jako poděkování všem maminkám vytvořili limitovanou edici čokolád Fika. Fika znamená ve švédštině pauzu, a tu maminky potřebují. Švédskou inspiraci tahle tabulka nezapře ani v chuti – voní po kardamomu a vylepšená je typickou švédskou máslovou sušenkou. Touto tabulkou tak můžete maminkám věnovat ten nejceněnější Fika zážitek – přestávku, která jim dopřeje sladký únik z každodenního shonu. Čokoláda Fika vznikla ve spolupráci s Kristinou Lund alias Děvčetem u plotny.



(tz)

# Zastávají pozice ve výrobě i vrcholovém vedení

Více než 4000 žen pracuje v podnicích českého železničního průmyslu sdružených v Asociaci podniků českého železničního průmyslu. „Na celkovém počtu zaměstnanců v tomto sektoru se podílejí přibližně jednou pětinou a jejich podíl neustále roste. Je to spojeno nejen s inovacemi výroby a tím, jak se těžiště lidské práce v železničním průmyslu stále více přesouvá k moderním technologiím, ale také to souvisí s rozšiřováním nabídky atraktivních studijních oborů na technických školách, které jsou lákavé i pro dívky,“ řekla Marie Vopálenská, generální ředitelka Asociace podniků českého železničního průmyslu.

Český železniční průmysl má v ženách významnou oporu. Pracují ve vrcholových vedoucích firmách, ve výzkumu a vývoji, v konstrukci i přímo ve výrobě. Podíl žen se samozřejmě částečně odvíjí od konkrétního oboru a výrobků, které daný podnik vyrábí. Mezi firmami železničního průmyslu jsou ale i takové, které mají výrazně nadprůměrné zastoupení žen mezi svými zaměstnanci, a přitom jejich produkce je typicky strojírenská. Platí to například o společnosti ZKL Group, která je předním světovým výrobcem technologicky vyspělých ložisek s širokým uplatněním v prostředí drážní techniky. „Ačkoliv se strojírenství může zdát jako výhradně mužská záležitost, ženám jsme maximálně nakloněni. Pracují u nás stabilně necelých 40 %. Jejich rostoucí počty v průmyslových firmách vycházejí zejména z toho, že se vyrovnávají poměry mezi studenty a studentkami už na technických školách, což se pak projevuje i na trhu práce,“ sdělila Hana Luxová, manažerka komunikace ZKL Group, a dodala: „Ženy jsou stabilním prvkem našeho pracovního týmu. Často je lze zaznamenat i na pozicích, které mohou na první pohled působit jako výhradně mužské.“



Až 35% podíl mají ženy ve společnosti BORCAD, která je předním světovým výrobcem sedadel do drážních vozidel. V jejím čele stojí od listopadu 2022 generální ředitelka Helena Radkowská, která popisuje, jak se podíl žen ve společnosti BORCAD postupně vyvíjel:

„V roce 2012 bylo z celkové počtu 120 zaměstnanců v hlavním pracovním poměru necelých 15 % žen, v roce 2016, kdy jsme rozjeli čalounickou výrobu, pak podíl žen vzrostl na 23 % z celkového počtu zaměstnanců v hlavním pracovním poměru. Na konci roku 2023 byl poměr žen ku všem zaměstnancům

v hlavním pracovním poměru už 35 %.“ Ženy v BORCADU zastávají i technické pozice, například pozici konstruktérky přípravků (náplní práce jsou návrhy konstrukce a tvorba kompletní výrobní dokumentace přípravků).

Výrazný podíl zaměstnankyň, a to 31 %, pracuje ve společnosti DAKO-CZ.

Ta je předním světovým výrobcem pneumatických, elektromechanických a hydraulických brzdových systémů pro kolejová vozidla s 207letou tradicí. I zde je obsazenost žen v rámci technických pozic velmi zajímavá. „Ženy u nás pracují například ve vývoji na pozici vývojového pracovníka, v technologii na pozici vývojového technologa či strategického nákupčího v úseku nákupu. Další ženy v naší společnosti působí

na vysokých pozicích v obchodním úseku,“ doplnila Jana Kavalír, manažerka marketingu DAKO-CZ.

Více než pětinu zaměstnanců tvoří ženy u jedničky ve výrobě drážních vozidel Škoda Group a podíl 16 % mají ženy ve společnosti Bonatrans, která je předním světovým výrobcem železničních dvojkolí a podvozkových součástí pro železniční a další drážní vozidla. Ženy zde zastávají jak technicko-manažerské pozice, kam patří například vedoucí linek montáže a povrchových úprav, dále pozice vedoucí zkušební techničky destruktivního testování, ale i další pozice, jako jsou jeřábnice, konstruktérky, laborantky, lakýrnyce nebo například pozice předáka adjustace náprav. Dohromady jde přibližně o dvacitku odborných pozic, které ve společnosti Bonatrans zastávají ženy.

Zhruba 10 % pak mají ženy u společnosti Třinecké železárny, součást skupiny Moravia Steel. Třinecké železárny jsou jediným výrobcem kolejnic a železničního příslušenství v České republice a aktuálně zaměstnávají na různých pozicích přibližně 700 žen. Příkladem mohou být jeřábnice.

Výrazný podíl mají ženy také v dalších firmách, které se buď přímo zabývají výrobou lokomotiv (CZ LOKO – zde pracuje 15 % žen), nebo projektováním drážních vozidel, jako je výzkumná společnost VUKV. Zde působí 9 % žen, a to například jako samostatné výzkumné pracovníce v oblasti konstruování vozových skříní nebo v oblasti měření a výpočtů akustiky, aerodynamiky a vibrací. Ve společnosti RETIA, která je dodavatelem bezpečnostních a záznamových systémů, je pak podíl žen 5%. (tz)





# Snažíme se zlepšit život tvůrcům i jejich fanouškům

V Česku je ekonomika tvůrců stále na začátku, ale už existuje několik platform, které jim s šířením i monetizací obsahu pomáhají. Patří k nim například Forendors (dříve Pickey), kterou koncem roku 2020 založili Denisa Hrubešová a David Slačálek. Sama Denisa otevřeně přiznává, že začátky během covidové pandemie byly opravdu náročné a nebylo jasné, jestli projekt přežije první rok. Díky čemu nakonec uspěli? A jak se jim daří dnes?



Denisa Hrubešová

## S jakým cílem jste platformu Pickey, nyní Forendors založili?

Já vždycky strašně ráda říkám, že když to člověk myslí nezištně, nejde po penězích a chce opravdu jen pomoci těm, kdo to ocení, tak to vyjde. Naší motivací bylo, abychom tvůrcům dělali život hezčí tím, že jim zjednodušíme administrativní práci. Nešli jsme do projektu vypočítavě, ale přišlo nám, že by taková služba měla existovat. Měli jsme dobrý skill set, můj kolega je skvělý seniorní programátor a já jsem bývalý marketák a PRista, a tak jsme do toho šli. Sice jsme byli hodně naivní, ale právě ten hezký účel nám pomohl, a když něco děláte dostatečně dlouho a dobře, tak peníze stejně přijdou. Není ale dobré do toho jít jen s vidinou výdělků.

## Váš podnikatelský start byl prý hodně divoký. Jak ho zpětně hodnotíte?

Ano, bylo to velice živelné. Firma vznikla během covidu. Pamatuji si, že v tu dobu přicházela druhá vlna, protože jsme začínali progra-

movat 6. října 2020 a kolega tehdy odešel z práce. Já měla našťásti něco našetřeno, ale on byl víceméně bez úspor, a tak jsem mu půjčovala na jeho nutné výdaje, jako je hypotéka atd. O druhou půlku se starala jeho žena Hanka, která s námi měla neskutečnou trpělivost.

V nejnáročnější situaci jsme byli zhruba do července 2021, kdy jsem mohla začít zase pracovat v tetovacím studiu, a navíc nám půjčil i Davidův tatínek. Přesně 14. července 2021 jsme oficiálně platformu spustili. Z dnešního pohledu byla finanční flow opravdu šílená a museli jsme se hodně uskromnit.

Zaplatit základní životní náklady nebylo jednoduché, ale výhodu jsme měli v tom, že jsme se mohli Pickey věnovat stoprocentně.

## Na začátku jste projekt financovala svými příjmy z tetování. Věnujete se mu stále? Nebo se plně soustředíte na Forendors?

Ve studiu mám i další tatéry, ale já sama už tetuji jen jednou až dvakrát týdně. Většinu času (tak 80 %) se věnuji Forendors.

## Po čase jste využili nabídku investora. Kdy přišla? A bylo to dobré rozhodnutí?

Investor se objevil asi dva měsíce po tom, co začala platforma fungovat, tedy v září 2021. Byl to rodinný známý a pomohl nám přežít první rok. Pro nás samotné by to asi nebylo reálné. Můžu tedy říct, že mu vděčíme za první rok, kdy jsme vlastně téměř nevydělávali, naopak jsme museli do firmy investovat i vlastní peníze. Ještě než jsme platformu spustili, stála nás zhruba milión a půl. Těsně před spuštěním jsme jeli i 16 hodin denně a řešili jsme, jestli to zvládneme, když to nevyjde. Shodli jsme se na tom, že peníze od Davidova tatínka budou poslední, se kterými to zkusíme, a vyšlo to.

Po vstupu investora jsme si mohli trošku oddechnout. Mysleli jsme si, že peníze dojdou a budeme opět čelit problému. Jakmile jsme ale investorské peníze vyčerpali, podařilo se nám dostat do černých čísel, což byla velká úleva. Nemuseli jsme každou noc usínat s tím, kde seženeme další finance. Už bylo jasné, že si na sebe dokážeme vydělat.

## Vy ale nemáte jen jednoho investora, že? Jaké změny přinesl ten další?

V září 2022 jsme začali jednat se softwarovou firmou Quanti, která dodává IT profesionály (outsourcují IT tým, udělají vám web, mobilní

aplikaci, a třeba i grafiku). Hledali jsme totiž dodavatele mobilní aplikace, ale je to záležitost, která vyjde na milióny korun a spousta firem s vámi nejedná na rovinu. Dají vám třeba úplný základ, dejme tomu za 250 000 Kč, ale to je opravdu jedna stránka, a pak se teprve dozvíte, co dalšího bude potřeba.

S Quanti jsme ale

našli společnou řeč, a tak jsme od ledna 2023 spolupracovali na vývoji aplikace, kterou jsme loni v září oznámili se změnou jména. Nyní

Po vstupu investora jsme si mohli trošku oddechnout. Mysleli jsme si, že peníze dojdou a budeme opět čelit problému. Jakmile jsme ale investorské peníze vyčerpali, podařilo se nám dostat do černých čísel, což byla velká úleva. Nemuseli jsme každou noc usínat s tím, kde seženeme další finance. Už bylo jasné, že si na sebe dokážeme vydělat.

jsme se s ní přihlásili i do Zlatého středníku a máme celkově skvělé ohlasy.

### Dnes už máte konkurenci i v Česku. Myslíte, že je náš trh dostatečně velký pro tři, nebo i více hráčů?

Asi je dobře, že nemám moc čas vnímat konkurenci. Na začátku jsme se jí hodně báli, protože za oběma konkurenčními subjekty stáli lidé s velkým množstvím peněz, ale naštěstí jsme se to dozvěděli až před spuštěním, a jak říká moje kamarádka: „Čím víc hospod je, tím víc se pije.“ Nevnímám tedy žádný úbytek uživatelů, ale naopak větší zájem a růst. U nás určitě. Ekonomika tvůrců je v Česku ještě v začátcích a funguje tu nějaká zdravá hra, která vás nutí neusnout na vavřínech, což je super pro každý business. Výhodou je, že každý z platforem funguje malinko jinak, a o klienty se tak nemusíme prát. Důležité je, aby si oni vybrali, co jim vyhovuje.

### Kolik je u vás aktuálně registrovaných tvůrců a předplatitelů obsahu?

Máme nastaveno, že nezveřejňujeme čísla tvůrců. Nyní jich už máme hodně, i s tisíci podporovateli. Můžu tedy jen říct, že jde o vyšší desítky tisíc registrovaných uživatelů, a tím pádem i podporovatelů. Co je zdarma, záleží na tvůrci. Třeba podcasteri mají obsah na jiných platformách, a pokud jde o články a obsahové newslettery, dají vám třeba jednu měsíčně nahlédnout do svého obsahu bezplatně, a když si je předplácíte, posílají newsletter každý týden.

### Prozradíte, jaký má platforma obrat, nebo alespoň, jak rychle roste? Vrátila se vám už počáteční investice?

Počáteční investice se nám sice vrátila, ale vlastně také ne. Finance jsme si nevyplatili. Ještě nenastal ten čas, kdy bychom je viděli lépe zhodnocené někde jinde. Víme, že nějaké příjmy máme a není potřeba si vyplácet odměny. Raději tedy zatím vše investujeme do rozvoje firmy. Meziměsíční nárůsty máme průměrně okolo 12 %, přičemž na začátku to bylo až 40 %.

### Jak jste zvládli příchod známějších tvůrců s velkou fanouškovskou základnou?

Příchod velkých tvůrců nebyl jednoduchý. Největší takovou změnu jsme museli zvládnout,

**Já vždycky strašně ráda říkám, že když to člověk myslí nezištně, nejde po penězích a chce opravdu jen pomoci těm, kdo to ocení, tak to vyjde. Naši motivací bylo, abychom tvůrcům dělali život hezčí tím, že jim zjednodušíme administrativní práci.**



Denisa Hrubešová a David Slačálek

nout, když se k nám z konkurenční platformy přesunul podcast Kecy a politika. Oni úplně finálně přešli v červnu, ale naštěstí už od února oznamovali, že si je lidé mohou předplatit také u nás. Měli jsme tedy dost času zajistit, aby to zvládly servery a také abychom mohli programovat slevové kódy na e-shop s jejich tričky, hrnky a dalším merchem. Jediné, na co se ani připravit nešlo, byl velký nápor na zákaznickou podporu, který byl hodně náročný. Hlavně první tři týdny nám to dalo zabrat, ale myslím, že jsme to nakonec zvládli s grácií.

### Jaké novinky chystáte v rámci Forendors? A máte v hlavě už i jiné projekty?

Další novinkou, která ještě venku není, jsou kurzy nebo chcete-li série. Zatím máme hlavně

předplatná nebo jednorázové věci, ale toto bude o uzamčení jedné série, například videa na nějaké téma. Může jít o videa, podcasty i psané texty, ale důležité je, že půjde vždy o jednu uzamčenou jednotku, u které není takový tlak na pravidelné měsíční placení s ukládáním karet apod. Dá se zaplatit jednorázově, a pak můžete mít k obsahu přístup po celý rok. Tato scéna v Česku pořád roste, ještě nejsme u konce. Některým influencerům, respektive tvůrcům se ale může změnit situace, a tak můžeme uzamknout obsah, který dosud vydali, a bude možné ho prodávat i zpětně. Jde třeba o situace při narození dítěte, nemoci, změně zaměstnání, kdy tvůrce řeší, jak stále dostávat kvalitní informace ke svým podporovatelům, a zároveň si potřebuje udržet příjem.

ptala se Dana Halušková



# I proto jsem zvolila název Neekonomické otázky

Jestli se nechcete příliš namáhat, ale přesto si oživit některé základní informace o tom, jak funguje ekonomika a jak ovlivňuje dění v ní naše životy, jistoty, pocity, naši spokojenost nebo rozmrzelost, pak se začtěte do nové knihy Lenky Farkačové. Jmenuje se Neekonomické otázky a právě ji vydal Nakladatelský dům Grada. Dovíte se, jaké ekonomická zla existují, jaké zdanění ještě vydržíme nebo proč po přijetí jednotné měny dochází k růstu cen. Jak to je se zlatem, inflací nebo jestli existují větší hrozby než růst cen. Zdánlivě jednoduché záležitosti, o nichž si myslíme, že víme dost. Ale je to opravdu tak? Lenka Farkačová to vysvětluje jasně a srozumitelně. Přesto jsem jí položila několik dalších otázek:

**Kolik lidí v naší zemi rozumí tomu, co se děje v ekonomice?**

Tato otázka je rozhodně na místě a musím říci, že i mě samotnou by takové číslo zajímalo. Avšak v tomto ohledu nejsou žádná reprezentativní data. Mezinárodně je samozřejmě měřena finanční gramotnost, informační gramotnost populace apod., avšak to lze chápat jako určitou schopnost správně reflektovat, co se děje. Tyto naše schopnosti ale v praxi využíváme, pokud je splněna jedna podmínka, a to ta, že chceme vědět, co se děje v ekonomice. V rámci našich soukromých, ale i pracovních životů musíme často řešit velké množství problémů, situací, a pokud veřejné dění není i náplní naší práce či náš, pak je logické, že upřednostníme něco jiného. Případně, že z dění v ekonomie postřehneme jen úlomky.

**A tuší většina z nás, jak to souvisí s naším životním komfortem či nekomfortem?**

Všichni okolo sebe vnímáme kroky vlády, protože přímo ovlivňují naše životy. Ať už to bylo zrušení superhrubé mzdy, změny v důchodech apod. V tomto ohledu tedy samozřejmě pocítujeme, jak se aktuální dění podepisuje na našem (ne)komfortu. Na druhou stranu by bylo pro všechny přínosné, pokud bychom kroky vlády, nebo i rady ČNB vnímali nejen z úhlu pohledu vlastního komfortu, ale i z úhlu pohledu důsledků na nás samotné v budoucnu, nebo třeba i na další generace. A v tomto kontextu mnoho z nás neuvažuje. Například pokud vláda jednorázově finančně podpoří domácnosti, budeme z toho mít jakožto občané ČR krátkodobý prospěch. Jenže každý výdaj je potřeba z něčeho financovat a je logické, že stát si tyto peníze na poplatnicích dříve či později vybere. Pokud nepřestaneme myslet v těchto krátkých horizontech, pak ani představitelé vlády nebudou dělat potřebné strategické změny.

**Máme se lépe, nebo hůře než před covidem?**

Období před pandemií covidu-19 bylo zalité sluncem. Bylo to období růstu, do kterého najednou přišla pandemie, restrikce, a vzápětí i válka. Mix těchto nenadálých vpádů způsobil problémy s výrobními zdroji pro firmy a zdravotní péči. Ale to nebylo jediné, máme tu i domácnosti, které se začaly obávat budoucnosti, a částečně i měnit spotřební chování, což přililo olej do ohně, který vyústil ve dvojcifernou inflaci, jejíž důsledky si neseme dodnes. Co je ale důležité: ekonomika se nyní dostává zpátky do růstu a postupně se blížíme k momentu, který jsme měli před pandemií, což je dobrá



Lenka Farkačová

foto: archiv Lenka Farkačová



zpráva. Jinými slovy, ekonomika je aktuálně nastavena na růst a těžké časy máme alespoň prozatím za sebou.

### Proč vznikla kniha Neekonomické otázky?

Kniha je souborem otázek, se kterými se na mě mnozí lidé začali obracet potom, co jsem v roce 2021 vydala svou předchozí knihu (Neučebnice ekonomie). Některé tyto otázky z řad široké veřejnosti se týkaly ekonomie přímo, a některé spíše trochu vzdáleně, i proto jsem zvolila název Neekonomické otázky.

### Doporučila byste ji začínajícím živnostníkům, podnikatelům?

Rozhodně ano, a to nejen za předpokladu, že chtějí věci vnímat komplexně, ale i v případě, že je například zajímá, jak nastavit spravedlivou odměnu (mzdy) pro své zaměstnance. Ostatně řada podnikatelů se teď již připravuje na směrnici EU 2023/970 ze dne 10. května 2023, kterou se posiluje uplatňování zásady stejné odměny za stejnou práci nebo práci stejné hodnoty. Tato směrnice ještě více zdůrazňuje potřebu stanovit hodnotu práce, což je na praktických příkladech představeno ve třetí kapitole knížky.

### Nezmizí čtenářům, kteří publikaci dočtou až do konce, úsměv ze rtů?

Pevně věřím, že ne, a naopak doufám, že se mnohým čtenářům při četbě úsměv na rtech spíše objeví! Náročnější témata jsou odlehčena „fun facts“ (zkrátka „skutečnými zajímavostmi“). Zároveň věřím, že úsměv na rtech čtenářům nezmizí už jen díky výsledkům mezinárodního porovnání daňového zatížení. Když se poměříme s ostatními státy EU, zjistíme, že na tom vůbec nejsme špatně.

### Dočetla jsem se, že i mrtví jsou u nás povinni platit daně. Opravdu?

Navazovala jsem v knížce na slova Benjamina Franklina a jeho slavný výrok o dvou životních jistotách: placení daní a smrti. Avšak aby

bylo vše uvedeno na pravou míru, jde o specifickou situaci, která se pojí s úmrtím podnikatele. Smrtí podnikatele sice samostatná výdělečná činnost končí, ale povinnosti vůči úřadům nikoli. Právě v tomto ohledu lze s nadsázkou říci, že i mrtví jsou povinni platit daně. A jak že to ti mrtví mají udělat? Povinnost za podnikatele po jeho úmrtí přechází na dědice (případně správce dědictví), kteří mají za zemřelého podnikatele povinnost podat do tří měsíců ode dne úmrtí daňové přiznání.

### Proč je právě daňový systém v ČR tak složitý? Bylo by na závalu, kdyby mu takřka každý rozuměl?

Daňový systém v celé své šíři je v některých částech při mezinárodním porovnání relativně složitější (například oblast DPH). Avšak principy a zásady jsou napříč zeměmi EU velice podobné. Troufnu si říci, že aktuální stav daňového systému značně zesložitují nahodilá a často chabě argumentovaná rozhodnutí vlády a veli-

ce časté změny. Pokud se dějí v daňovém systému časté změny, není pak vůbec překvapením, že jak jednotlivci, tak podnikatelé ztrácejí zájem se v celém systému orientovat. A k vaší druhé otázce: situace, kdy se občané/podnikatelé nedokážou zorientovat v daňovém systému, není dobrá ani pro samotný stát.

### Blíží se doba, kdy bude každý potřebovat kromě psychiatra, fyzioterapeuta či svého právníka také daňového poradce? Možná i někoho, kdo pomůže zorientovat se ve slevových akcích některých obchodních řetězců?

Ekonomika služeb se dostává do popředí v řadě vyspělých ekonomik, ČR nevyjímaje. Například dle nejnovějších dat ČSÚ za 4. čtvrtletí roku 2023 v terciárním sektoru služeb celková zaměstnanost meziročně stoupla o 92 000 na 3 142 400. Na tomto ale nevidím nic špatného. Domnívám se, že i řada čtenářů, která tráví většinu dne v sedavém zaměstnání, možná již ze zkušenosti ví, jak kvalitní fyzioterapeut dokáže s tělem, na kterém se neblaze podepisují hodiny sezení, dělat divy. Sektor služeb je však široký, od vysoce kvalifikovaných odborných služeb až po služby spíše manuálního rázu. A právě ta část odborně specializovaných služeb se může dělit na nové a nové služby, právě kvůli zvyšující se specializaci. Navzdory tomu bychom ale neměli ztrácet naši schopnost uvažování v kontextu, tedy selského rozumu. Nemusíme být každý daňový specialista, specialista na IT, datovou bezpečnost apod. Stačí jen neztrácet důvěru ve vlastní úsudek.

### Mohla by umělá inteligence snížit a zjednodušit byrokracii v komunikaci jedince a státu, například v souvislosti se žádostmi o důchod?

Různé formy chatbotů již i ve firmách pomáhají a zastávají komunikaci personálního oddělení, například v procesu adaptace, stejně tak chatboti vypomáhají na infolinkách v zákaznických centrech. Umím si proto představit, že by obdobné nástroje mohly pomoci v komunikaci mezi občanem a státem. S umělou inteligencí se to podle mého má trochu jako s ekonomickými teoriemi, můžeme je využít, ale musíme být obezřetní, protože za nás nevyřeší všechny problémy.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

**Co je ale důležité: ekonomika se nyní dostává zpátky do růstu a postupně se blížíme k momentu, který jsme měli před pandemií, což je dobrá zpráva. Jinými slovy, ekonomika je aktuálně nastavena na růst a těžké časy máme alespoň prozatím za sebou.**



# Obdivuji energii mladých gastro nadšenců

Kuchařské celebrity vedle mladé generace, která se rekrutuje z nejrůznějších oborů díky nejrozmanitějším náhodám a přichází s obdivuhodnými koncepty, utvářejí nové trendy, jež se zatím nijak nejmenují. I tímto směrem zaměřuje svou pozornost velkoobchodní společnost makro ČR, která na český trh vstoupila před 25 lety. Když jsem na jedné z nedávných tiskových konferencí slyšela Lenku Slezákovou, ředitelku marketingu, jak o mladých talentech hovoří, jak jim fandí a jak ji to baví, nedalo mi to, abych se nezeptala:

**Makro už zdaleka není jen prostor k nakupování pro firmy a živnostníky. K jeho životu patří řada aktivit, jež těší nejen zákazníky, ale i širokou veřejnost a odborníky na slovo vzaté, tedy na stravování – kuchaře. Čím vším se je snažíte zaujmout?**

Tak toho je opravdu hodně. Zkusím náš okruh pozornosti rozdělit do tří oblastí. Největší akcí byl loni i nyní na jaře MAKRO Czech Gastro Fest v pražské O2 Univerzum. Kuchařské a barmanské show, inspirativní workshopy, soutěže, ale i odborné přednášky, panelové diskuze a vzdělávací kurzy více než dvou stovek odborníků – takový byl druhý ročník největšího gastronomického festivalu v Česku. Opět se na něm potkaly špičky české gastronomie, odborníci, dodavatelé, hoteliéři, kuchaři, cukráři, barmani a baristé se studenty a odbornou i laickou veřejností, aby si předali zkušenosti a představili veřejnosti to nejlepší, co je dnes možné v naší gastronomii zažít a objevit. Festival nabídl stovky degustačních porcí od nejlepších českých kuchařů, unikátní dezerty i drinky.

Jinými slovy, je to národní platforma, která má propojit všechny, kdo se zajímají o vaření. Populární profíky, známé šéfkuchaře, fandy tohoto řemesla i širokou veřejnost. Ale také dodavatele surovin, naše spolupracovníky, blogery a influencery, prostě všechny, kteří se v oboru setkávají až po veřejnou správu. Tímto konceptem chceme posouvat českou gastronomii na vyšší úroveň, upozornit na to, že vařit a péct i stolovat se dá kvalitně, že jsou k mání dobré suroviny, česká zelenina a ovoce, místní koření a letité mezigenerační zkušenosti. V našem pojetí je to podnětem k inspiraci i pro ty, pro něž pobyt v kuchyni není až taková zábava. Prostě výzvou je: vydejte se na Gastro Fest, ochutnejte a vařte.

Další velkou iniciativou je projekt České pole, za kterou jsme byli nedávno oceněni titulem Inovace roku. Oč jde? S vybranými zemědělci jsme se rozhodli vracet české plodiny na český talíř. Začali jsme bramborami na hranolky, pokračovali česnekem a křenem. Pozornost bychom rádi věnovali třeba i kmínu nebo cibuli, a v další etapě uvažujeme také o drubeži a rybách. Ale to už bych prozrazovala příliš. No a pak máme program Chytrý kuchař. Ten se opírá o znalosti trhu, víme, s jakými náklady se potýká HoReCa, kolik stojí energie, že šly nahoru ceny surovin, a také jak to vypadá na trhu práce, prostě odborníků a vůbec personálu je málo, chybí kuchaři, číšníci, pomocné profese. Proto jsme se rozhodli majitelům restaurací, hospod, jídelen, bister pomoci, a to tak, že do našeho makro sortimentu zařazujeme



Lenka Slezáková

make-up & hair: Ondřej Porubský, foto: Nikola Šrajnerová





me předpřipravené produkty. Tím jim šetříme čas i náklady. Zatím se tato naše snaha setkává s velmi kladnými ohlasy a pro nás je to nejlepší zpětná vazba, vidíme, že to má smysl.

**Ve vašem hledáčku jsou také ti hodně mladí, kteří se k dokonalosti zatím jen proporcovávají. Oč přesně jde?**

Jaké to je, vychovávat své nástupce, nebo vůbec mladou generaci přimět k zájmu o segment gastro, o tom vědí podnikatelé a manažeri, od provozovatelů hospůdek až po hotely, své. Je to dnes velmi obtížné. A doba covidová tuto situaci ještě zhoršila, neboť mnoho li-



dí z oboru odešlo jinam. Takže vlastně i zmiňovaný MAKRO Czech Gastro Fest má přispět k tomu, aby veřejnost začala vnímat kuchaře, číšníky, servírky, cukrářky jako řemeslníky, kteří si, pokud svou profesi dělají poctivě, zaslouží úctu, a často také obdiv. Záměrem bylo i to, aby se na řemeslo dívali optimističtější také příslušníci mladé generace. I na této přehlídce se prezentovaly kuchařské celebrity až po ty, kteří zatím nejsou tak populární, ale v kuchyni se již profilují jako výrazné osobnosti. Chtěli jsme je propagovat, dát jim příležitost na sebe upozornit, ukázat, jak jsou dobří a proč.

Pro středoškolské studenty, například z Hotelové školy Poděbrady, chystáme edukační program o tom, jak si správně vybrat své povolání. Snažíme se v nich vzbudit zájem o vaření, ukázat, čím je řemeslo atraktivní a co jim všechno skýtá, čeho mohou časem dosáhnout. Mezi mladými se nacházejí velmi šikovní jedinci, kteří oboru zcela podlehlí. Přicházejí s úžasnými nápady, vytvářejí nové trendy, a to je co říci. Někteří se k nim přidávají, v těch se snažíme zažehnout plamínek, zapálit vášeň k řemeslu, jednou si možná otevřou svůj vlastní podnik a budou se moci krásně seberealizovat. Probudit v nich zájem o HoReCa, nastínit, co všechno mohou dokázat a že to není jen o technologiích, o fyzické dřině, ale také o spokojených hostech kavárny, přibývajících referencích o dobrotách, které nabízejí. Aby pochopili smysl své práce a možnosti, jež jim nabízí. Rozjeli jsme také další projekt pojmenovaný Naděje české gastroscény, v němž jsme si vy-

tipovali 15 velmi osobitých inovátorů, většinou již mají svůj menší podnik, který se zapsal do povědomí určitých skupin zákazníků, a tyto osobnosti podporujeme, například medializací. Cílem je tuto skupinu rozšiřovat a prostřednictvím příběhů sdělovat, že kvalitní gastro má rozmanité cesty: mohou to být špičkoví cukráři, top malé restaurace, veganská či asijská kuchyně, rybí speciality apod. Mezi těmito odvážlivci se postupně profilují skutečně zajímaví hráči, našli si své příznivce, mají často ohromující informace, a ačkoli obor nevystudovali, získali postupně náramné znalosti, schopnosti, jsou to kreativci a designéři, kteří překvapují erudicí, emocemi i skromností.

**A je pravdou, že se nastupující generace začíná více o obor gastro zajímat?**

Těžko říci, ale snad ano. Existuje třeba mnoho různých kuchařských soutěží, ty jsou velmi populární, vystupují v nich ostrílení mistři i ti méně známí, z nichž se časem vypracovávají špičky. V Česku existuje také hodně food festivalů, jejichž posláním je ukázat, jak se dá dobře jíst. Zjišťujeme, že trh skýtá spousty možností, jak se v gastro vzdělávat, učit a posouvat dál, a že není zas tak nemožné otevřít si vlastní firmu a být úspěšný. Prostor k tomu je pořád. Když to člověk dělá se zaujetím a poctivě, jde to. Je řada příkladů menších, přesto velice úspěšných konceptů, často jsou o neotřelém nápadu, o využívání surovin, srdci majitele i vstřícné obsluze zákazníka.



## Získali mladí i vztah ke klasické české kuchyni? Nebo raději experimentují a podléhají zahraničním směrům?

Je to podle mne mix. Mladí rádi zkoušejí něco jiného než jejich předchůdci. Doma si rádi dají i knedlo vepřo zelo, ale když jedou do ciziny, chtějí poznat tamní stravování, což je pochopitelné. V Česku vidím trend ochutnávat domácí kuchyni postavenou na lokálních surovinách, zejména to přitahuje ty, kteří chápou udržitelnost, mají vztah k přírodě, ztotožnili se s rozměry neplýtvání. Vyznavači klasických českých jídel si zvykají na to, že se receptury transformují do lehčí podoby, s větším podílem zeleniny, a také se více dbá na servírování, roli začíná hrát design talíře, zážitek. A mladí čeští kuchaři a cukráři mají zájem dělat českou kuchyni, to zcela určitě. Dohledávají recepty svých babiček, učí se, řídí se jejich praktickými zkušenostmi. A když přijdou výsledky, těší je to. Cesta k úspěchu se tak jasně otevírá.

**Ale profese kuchaře, číšníka, pekaře, cukráře, to zdaleka není jen o tom, na čem si strážník pochutná, je to řemeslo, v němž se člověk docela nadře, tedy fyzicky náročné, byť se pak servíruje třeba jen kremrole na talířku...**

Ano, je to profese, kde se člověk skutečně nadře. Když si jen představíte, kolik kilo kuchařům projde rukama, kolik surovin přemístí, kolik plných talířů číšník odnese. Kolik v kuchyni nachodí kroků, často v horku, v páře. I když moderní provozy vypadají jinak než před sto lety, princip je stejný. Proto je v gastro stále více mužů než žen. Když si k tomu připočtete stres při obsluze, chápu, že každý to nevydrží, a klobouk dolů před těmi, kteří vytrvají. My k takové motivaci přispíváme naší Makro akademií. Pořádáme kurzy vaření pro různé stupně vzdělaných lidí až po veřejnost, od mladých nadějí až po odborníky šéfkuchaře. Předáváme zkušenosti, ukazujeme na pozitivní stránky řemesla.

## Na druhé straně si specializace vybuodovala pěkné společenské renomé, což se třeba o elektrikářích nebo pokrývačích tvrdit nedá. Myslíte, že mají všechny obory stejnou šanci? Nebo má každé období jinou příležitost k prosazení?

Netroufám si to posoudit. Myslím si, že každý má svou velkou šanci. Dobrý řemeslník s pozitivní energií se vždy užívá a jakékoli řemeslo má před sebou stále velké výzvy. A prestiž jednotlivých řemesel? Možná je to spíš o tom, kdo přijde s jakým nápadem. Je ale pravdou, že do vaření se může pustit skoro každý, kdežto bez náležitých znalostí a zkoušek jít jen tak někomu udělat „novou elektriku do baráku“ nelze. Takže aby nějaký obor získal na popularitě, toho se dá docílit, ale musí v tom figurovat ten nápad.

## Mezi nastupující generací, s níž jste se ve vašich projektech seznámila, je řada velkých talentů. Jak je vlastně objevujete?

Jak jsem už naznačila, hojně jim pomáháme se zviditelněním, točíme videa, rozhovory s nimi prezentujeme na sociálních sítích, vycházejí články apod. S některými jsme již spolupracovali na gastro festu, v akademii, kde dokonce vedou některé kurzy. Dáváme jim příležitost, uvádíme je „do společnosti“. Nabízíme zvýhodněné ceny při nákupech u nás, chtěli bychom je propojovat do komunity. A jak je hledáme? Všemi způsoby. Jsou to naše vzájemné kontakty, znalost prostředí, vyhledáváme zajímavé restaurace, bistra, bary, cestujeme. Máme oči otevřené.

## Co na nich obdivujete?

Odvahu a nadšení, jak přicházejí s inovacemi, nacházejí úplně nový pohled na svět. V jejich nabídce je kus jejich srdce. Je to velká energie, nepoškozená špatnou praxí. Je to touha učit se novým věcem, dát tomu úplně vše. Obdivuji

ty jejich vytuněné recepty. Jejich přístup k zákazníkovi, pokoru, nejsou povýšení, nabubřelí, jsou nadčasově otevření. Strašně ráda se s nimi setkávám a mluvím s nimi.

## Míří k tomu, aby si založili své vlastní podnikání?

Spíše většina těch mladších, kteří nás zaujali, svůj business už má. A ty nejmladší, školáky, vedeme k tomu, aby se spíš nejprve nechali zaměstnat, a v běžném chodu hospody nebo restaurace se naučili, co a jak, vstřebali do sebe disciplínu, řád, určité procesy a z toho posléze, až se rozhodnou osamostatnit, vycházeli. Je to škola života, a to se vždy počítá.

## Znáte jejich sny, plány, úvahy?

Troufám si tvrdit, že ano. Záleží ale na tom, jak s nimi komunikujeme. Není to o tom, že se s nimi jen formálně potkáme, ale musíme poznat jejich vztah k oboru, proč do učení nebo do školy přišli, co od toho očekávají. Proč vstoupili do businessu, co v něm našli. Odhalujeme jejich příběhy. A z těch příběhů je to jasné.

## Jaký vztah máte ke kuchyni vy? Vaříte nebo pečete ráda?

Vařím i pečou ráda, ale... Spíš vařím. Zastávám teorii 20 minut. Prostě za necelou půlhodinu musí být hotovo. Což je při mém časovém vytížení asi pochopitelné. Navíc mám doma dospívající a sportující generaci, takže si asi umíte představit ty hory jídla... Ale příznávám, že si velmi ráda zajdu do dobré restaurace. Naučila jsem se rozeznávat, vím, kde se opravdu skvěle najím. V kuchyni zase ctím kvalitní suroviny, mám ráda jídla pestrá, z čerstvých ingrediencí. Ráda si listuji v kuchařkách, ale vařím pak stejně podle svého...

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■





# Věnujte knihu, díky které budete častěji spolu

Maminky jsou v našich životech těmi nejdůležitějšími bytostmi. Na 12. května připadá den, kdy je oslavujeme. Poděkování a vřelost lze vyjádřit originálním dárkem, který nám může dopomoci k tomu, abychom společně v kuchyni a u rodinné tabule trávili víc lahodných chvil. Přesně k tomu Velká knedlíková kuchařka vybízí. Vydala ji firma Knedlíky Lázníčka. Stala se rychle bestsellerem. A zasloužila si to.

Jídlo, to jsou emoce, fantazie, kreativita. Navzájem vás spojuje. Proto jsou společné večere nebo víkendové rodinné obědy tak důležité momenty. Díky nim si vždycky můžete udělat čas na nejbližší. Dát takovým okamžikům nezapomenutelný lesk může humor, radost a tvoření. A přesně k tomu by ráda inspirovala i Velká knedlíková kuchařka, která čtenářům předkládá řadu námětů, jak si společný čas užívat třeba právě u přípravy dobrot. Potomci, mladší i dospěláci, se sejdou v kuchyni a každý přiloží ruku k dílu. V hravé atmosféře plné pohody se postarají o pokrmy pro celou rodinu. A nikoho asi nepřekvapí, že v tom budou hrát roli oblíbené knedlíky. Jednou jako příloha, jindy jako hlavní chod. S recepty na 144 jejich druhů budete na každém setkání s maminkami objevovat nové a nové chutě. Z jara budete experimentovat s těmi bylinkovými, v létě s ovocnými, na podzim s kaštanovými a v zimě třeba s plněnými bramborovými. Ze společného vaření podle Velké knedlíkové kuchařky se tak časem stane rodinná tradice, do které se bude chtít zapojit každý. A maminky tak budou mít po boku vždy svoje nejlepší parťáky, kteří na knedlíky díky tomu vyzrají od základů a budou rádi připravovat i takové, které je zavedou do tajů staročeské, rakouské či asijské kuchyně. Společnost Knedlíky Lázníčka už řadu let spojuje milovníky knedlíků také v online prostředí. Jejich facebookovou stránku lze právem považovat za jednu z největších gastro komu-



nit u nás. Sleduje ji 33 000 lidí, pro které jsou knedlíky potěšením, vášní a radost na talíři, již má smysl sdílet. Mezi oblíbené rubriky patří Vaření podle Velké knedlíkové kuchařky, ale třeba také Knedlíkový seriál, který dospěl do svého 250. dílu.

Facebooková stránka vznikla 25. března 2014. A ještě v témže roce vyšel první díl Knedlíkového seriálu, v jehož rámci tým Knedlíky Lázníčka veřejnost seznamuje s nejrůznějšími druhy knedlíků a knedlíkům příbuzných pokrmů, jako jsou taštičky, knedlíčky, noky či nočky nebo zavářky do polévek. Svým fanouškům tak předává originální recepty na pochoutky české i světové kuchyně a řadu tipů a triků na jejich přípravu.

Knedlíkový seriál je na světě už 11. rokem. A končit zcela jistě nebude. „Máme tolik receptů, že se fanoušci Knedlíkového seriálu nemusí o jeho budoucnost obávat. Inspiraci pro nové variace objevujeme v historických prame-

nech, díky cestám po světě, ale také na základě fantazie a dokonale zvládnutého postupu přípravy všech rozličných typů knedlíků. Všechny novinky a možnosti nadšeně v kuchyni prověřuje šéfkuchař Petr Kosiner, který s oblibou experimentuje. Vybíráme, ladíme, ochutnáváme a necháváme se knedlíky zas a znovu překvapovat,“ přiblížil Vladimír Zikmunda, spolujednatel Knedlíky Lázníčka. Receptů je již dokonce tolik, že by vydaly na další díl Velké knedlíkové kuchařky. **Kateřina Šimková**

## Dárek od autorů kuchařky

Na oficiálním e-shopu Velké knedlíkové kuchařky [www.velka-knedlikova-kucharka.cz](http://www.velka-knedlikova-kucharka.cz) získává prvních 33 objednávek slevu 33 %. Stačí v košíku zadat slevový kód denmatek24. Slevový kupon je platný do konce května 2024.



# Chceme víc ovoce pro všechny a v co nejprístupnější formě

Prosadit se v dnešní konkurenci doplňků stravy a smoothie nápojů není vůbec jednoduché. Značka Fua Fua ale podle všeho našla recept na úspěch, a to v imunitních drinkech, které vznikají podle vlastních receptur ve spolupráci s odborníky. Jejich základem je ovoce sušené mrazem, ale obsahují i zeleninu a extrakty ze superpotravin a jsou stoprocentně přírodní. Co dalšího hraje v jejich prospěch? To nám prozradily spoluzakladatelky značky Monika Šmejkalová a Jitka Fürst.



Monika Šmejkalová a Jitka Fürst

**Kdy jste značku založily? A co znamená její název?**

**Monika:** Za značkou stojíme tři, já se hodně zajímám o celostní medicínu, můj manžel Zdeněk je investor a Jitka se specializuje na budování značek a rozvoj nových produktů. Před dvěma lety jsme se potkali a odstartovala naše spolupráce. Nápad vzešel z toho, že naše dcera Elenka nechtěla jíst čerstvé ani sušené ovoce a zeleninu. Stravitelnou formou byl pro ni tedy pouze fresh džus a občas jsem jí dělala smoothie nebo přesnídávky. Do doby, než jsme objevili lyofilizované ovoce, které je sušené mrazem, a tak neztrácí cenné vitamíny. Dá se tedy říci, že naše imunitní drinky řeší reálný rodinný problém. A to, že si získávají čím dál víc příznivců, je pro nás příjemným bonusem.

**Jitka:** My jsme chtěli ovoce promítnout i do celé duše naší značky. Název jsme hledali několik měsíců a měli jsme více variant. A nako-

nec mě napadlo Fua, respektive Fua Fua. Po rešerši výrazů pro ovoce v různých jazycích jsem narazila na samojskou polynéštinu, kde se ovoce řekne „fua“. Jde tedy o ovoce na druhou nebo také znásobené ovoce, což přesně odpovídá našemu profilu, protože se snažíme právě ovoce v co nejsnazší a nejprístupnější podobě zprostředkovat zákazníkům.

**Monika:** Zároveň je toto slovo úplně jiné než všechny ostatní názvy a souzní s naší značkou. Přece jen exotika k ovoci patří. Název jsme i testovali a u většiny lidí právě tento vyvolal nejvíce emocí.

**Kdo je autorem receptury vašich imunitních drinků? A jak vznikala?**

**Monika:** Vývoj trval poměrně dlouho. Stále jsme vařili, míchali a testovali, a to přímo u nás v kuchyni. Nyní máme vyvinutých sedm příchutí, které pomáhaly vytvářet i naše děti, protože drinky jsou i pro ně a jejich kritický

pohled nás hodně posunul. Kromě toho jsme ale zapojili do vývoje i řadu specialistů. Oslovlili jsme tedy i známá jména, například cukráře Lukáše Skálu nebo různé sommeliéry, kuchaře, a dokonce i food blogerku z BBC Foods. Zároveň nám pomáhal i jeden barman a bylo zajímavé sledovat, jak různí odborníci vnímají chutě rozmanitě – například cukrář se zaměřoval na sladké a barman na pikantní. Na začátku jsme museli překonat různé překážky, ale nebylo to nic, s čím bychom si neporadili. Spíš jsme se poučili a teď víme, na co si dát pozor. Zajímavé bylo například to, že se sušeným ovocem chutnaly drinky jinak než s čerstvým, které jsme zkusili původně. Již vyladěné receptury tedy bylo potřeba předělat. A nakonec jsme řešili opravdu miligramy, protože chuť je pro nás zásadní stejně jako složení. **Jitka:** Přemýšlíme nad chutí od základů, proto třeba řešíme, co jde dobře dohromady s matchou, co její chuť vyzdvihne a jak zacházet s modrou spirulinou a dalšími superpotravinami. Kromě chutového vjemu jsme se ale snažili také o zajímavou barevnou škálu, která nejen vypadá krásně, ale také vyjadřuje dnešní rozmanitost.

**Sázíte na stoprocentně přírodní produkty z ovoce sušeného mrazem. To je to hlavní, čím se lišíte od konkurence?**

**Jitka:** Pohybujeme se jak na trhu doplňků stravy, tak nealko nápojů, proto je poměrně složité vydefinovat přímou konkurenci. Od průmyslově vyráběných džusů se ale jasně odlišujeme, protože všechno máme opravdu jen a jen přírodní. Od běžných fresh džusů se odlišujeme zase vysokým obsahem vlákniny. Od klasických nápojů dlouhou trvanlivostí a snadnou přípravou. Od instantních nápojů nás liší absence přídavných látek a čistě přírodní složení. Doplňky stravy zase většinou nejsou přírodní a nemají vitamíny v nejpřirozenější formě, jako zákazníci najdou u nás.

Pohybujeme se jak na trhu doplňků stravy, tak nealko nápojů, proto je poměrně složité vydefinovat přímou konkurenci. Od průmyslově vyráběných džusů se ale jasně odlišujeme, protože všechno máme opravdu jen a jen přírodní. Od běžných fresh džusů se odlišujeme zase vysokým obsahem vlákniny.





Usilujeme o to, aby Fua Fua přirozenou cestou dodávalo tělu energii a posilovalo imunitu.

**Monika:** Největší podobnost vidíme se smoothies. Ovoce v nich ale hodně rychle oxiduje a často je problém, že není úplně čerstvé. Chceme být víc než smoothies, i když si zakládáme na plné ovocné chuti a podobné formě nápojů, radíme se do kategorie imunitní drinků, které neobsahují jen ovoce, ale i například zeleninu, výtažky z ovoce nebo řadu superpotravin a koření. Mohla bych jmenovat acai, guaranu, extrakt ze zeleného čaje nebo výtažek z aceroly nebo šípku, ve kterých je hodně vitamínu C. Zkrátka jsme hledali to, co bude opravdu čistě přírodní bez jakýchkoliv nosičů. Žádné konzervanty, aroma, barviva ani doslazování nepotřebujeme (dokonce ani stévie nebo sukralózu), raději tam přidáme banán, mango, datle a necháme nápoje v jejich přirozenosti.

**Už jste naznačily, že chuť výrobků je pro vás velmi důležitá...**

**Monika:** Ano, zásadní je, že v nich dominuje ovoce, zatímco zelenina a různé extrakty je

spíš doplňují. Chuť každopádně vnímáme jako konkurenční výhodu, protože řadu zdravých a účinných nápojů chcete pít dlouhodobě a s chutí. Na Fua Fua se ale těšíte jako třeba na rituál před odchodem z práce, nebo naopak po příchodu domů.

**Pro koho jsou imunitní drinky určené?**

**Jitka:** Může je pít celá rodina, takže je kupují jak maminky s dětmi, tak lidé, kteří pracují v kanceláři a jsou hodně zaneprázdnění, nebo sportovci. Velmi pozitivní ohlasy máme u generace Z, která kvituje i ekologický aspekt. Líbí se jí, že se díky nám méně plýtvá ovocem, a také je lákají výrazné barvy, a baví je i příprava a ovocná chuť. Dále nás ale chválí i senioři, kteří si naše imunitní drinky dávají pro lepší trávení nebo pro snadnou formu konzumace. Výhodou je, že se dají zamíchat i do kaše nebo jogurtu. Starší děti mají zase přípravu jako zábavu a těší se, že se do ní zapojí. Našimi zákaznicemi jsou nejčastěji ženy, zejména maminky, které pečují o své rodiny a drinky kupují dětem, ale i svým mužům a rodičům.

**Chystáte novinky?**

**Monika:** Máme teď v prodeji novinku v podobě skleněných dóz, do kterých se vejde větší množství produktu. Spíš tedy pracujeme s tím, co máme, a zaměřujeme se na udržitelnost. Do budoucna připravujeme i nové příchutě a obohacené složení.

**Jitka:** Udržitelnost je pro nás důležitá. Zamezujeme plýtvání ovocem a zkracujeme tím logistické řetězce. Lyofilizované ovoce se snáze transportuje, protože je lehčí a méně objemné. Na novou dózu z biofotonického skla, které dobře chrání obsah, dostáváme skvělé reakce. Obaly pro naše produkty jsou velké téma, protože u mrazem sušeného prášku z ovoce řešíme jeho přirozenou hygroskopickou vlastnost (hodně absorbuje vlhkost), a třeba obyčejný papírový obal k důkladné ochraně nestačí. Dále se chceme víc zaměřit na superpotravinu a funkčnost nápojů. Zatím prodáváme výhradně přes e-shop, kde se nám zákazníci vracejí a jsou spokojení, takže máme velkou radost a motivuje nás to pracovat na dalších variantách.

za odpovědi poděkovala Dana Halušková

## Frosch Eko prací prostředek na funkční i jemné prádlo s vůní mandlí

**Slunce, svěží vzduch, kvetoucí příroda, prodlužující se dny a blížící se doba dovolených. Jarní dny nás vybízejí i ke zvýšené fyzické aktivitě a době strávené venku v přírodě na túře nebo na kole. To vše nám prospívá a dělá jednoznačně dobře jak tělu, tak naší psychické stránce.**

Aby byly naše chvíle venku co nejpříjemnější, je dobré volit i správné outdoorové oblečení a funkční prádlo. Poměrně rychle jsme si ho zvykli používat. Nevadí, když se zpotíme, protože toto prádlo pot odvádí. A není nám

chladno, pokud se změní teplota, protože nás naopak zahřeje. Naše šatníky se těmito kousky poměrně rychle zaplnily. Jenže ne každý ale ví, jak o ně správně pečovat. To lze třeba pomocí ekologického pracího prostředku s mandlovým olejem. Frosch Eko s vůní mandlí se skvěle postará o jemné materiály, ke kterým patří například vlna, hedvábí nebo umělé hedvábí, a hlavně funkční prádlo. Lze ho používat jak v teplé vodě při praní v pračce, tak při ručním praní v terénu klidně ve studené vodě. Důležitý je také fakt, že jeho užití v přírodě krajinu nezatěžuje. Značka Frosch klade velký důraz na samotný výrobní proces. Ten podléhá nejvyšším ekolo-

gickým standardům, a i díky tomu se výrobce může pyšnit certifikací EMAS, kterou obhájuje už od roku 2003. „Při výrobě produktů jsou využívány přírodní a obnovitelné zdroje energie (solární, geotermální, větrné). Voda je získávána z vlastní studny a zpracovávána ve specializovaném vodním centru, odkud je po přečištění vypouštěna do řeky Rýn. Energie a teplo vyprodukované během výrobního procesu je využíváno také pro zajištění provozu kancelářské budovy a sídla výrobce, které získalo v roce 2012 nejvyšší certifikát ekologického stavitelství LEED Platinum,“ uvedla Markéta Terčová, obchodní ředitelka pro značku Frosch. (tz)

# Lázně pro firmy, které si zdraví zaměstnanců váží



MUDr. Gabriela Hanslianová

Bylo to jako naschvál. Informace o nemocech pohybového aparátu a možnostech firem udělat něco pro zdraví svých zaměstnanců jsem zpracovávala se slzami v očích. Něco se mi stalo s kolenem, každý krok byl nepředstavitelnou bolestí, i jediné došlápnutí bylo těžce vykoupeno nadějí, že brzy bude snad lépe. Co se děje, když člověku z ničeho nic jako by noha vyletí z pantu, neumím definovat. Ano, pravda, mám nadváhu, necvičím, ale zase jsem stále v pohybu. A 10 000 kroků za den je spíš norma než výjimka přesto, že artróza si našla už i mne. Ač novinářka, zakládám si na náročnou fyzickou práci, tu mám totiž ráda. Léčí duši, nabízí relax a neodmlouvá. Je ráda, že ji někdo vykonal. Byl pátek odpoledne, přede mnou ještě ten den mnoho vyřizování, cestování, a večer práce u počítače. Jak jsem to přežila, těžko vyjádřit. Bylo to varování shůry? Chtělo mne univerzum zastavit, něco napovědět? Obsah rozhovoru s MUDr. Gabrielou Hanslianovou, primářkou lázeňské léčebně rehabilitační péče a kardiorehabilitace v Lázních Teplice nad Bečvou, byl poučný. Jakoby součást onoho ty ty ty. Zamyslela jsem se. Ano, k jednomu kulatým narozeninám jsem peníze na pobyt v lázních už dávno dostala. Leží v příslušné dárkové obálce stále na stejném místě... Ale uznávám, že Gabriela Hanslianová má pravdu:

**Odborníci tvrdí, že zdraví zaměstnanců začíná být velmi vážný problém. Vy jste přímo u zdroje poznání. Je to skutečně tak, že náš pohybový aparát není v pořádku a přináší nejen jednotlivcům, ale i jejich zaměstnavatelům značné problémy, a dokonce také finanční ztráty?**

Obecně populace stárne, neustále se posouvá hranice odchodu do důchodu. Z ročenky Čes-

kého statistického úřadu z roku 2021 vyplývá, že Češi stráví až 15 let svého života v nemoci, Češky dokonce 20 let, to znamená, že se sice prodlužuje věk dožití, ale bohužel posledních 15–20 let jsme omezovali různými nemocemi. Od 45 let věku se nejčastěji umírá na onemocnění srdce a cév, takže nejenom pohybový aparát není v pořádku. Pokud onemocníte, představuje to finanční zátěž jak pro jednotlivce, tak pro společnost.

**K narozeninám, s příchodem nového roku, ale i k dalším významným dnům si přejeme zejména hodně zdraví. Není to formalita, spíše tím dáváme najevo, že bez dobrého zdraví nám jde všechno hůř, dobrá nálada je ta tam... Co nastínil váš nedávný průzkum?**

V letech 2021–2024 jsme si nechali zpracovat data specializovanou agenturou a z nich vyplynulo, že 59 % zaměstnanců uvádí nedostatek pohybu, 83 % je ohroženo stresem a 30 % lidí přiznalo, že má potíže s pohybovým aparátem kvůli práci. Špatné pohybové návyky jsou velkým problémem. Většina zaměstnanců by dle průzkumu uvítala příspěvek na lékařsky podpořený lázeňský regenerační pobyt, který by pomohl s odpočinkem, a tím i se zlepšením pracovní výkonnosti.

**Co tedy s takovým zjištěním? Jak mohou pomoci právě lázně?**

Lázeňské prostředí je jako stvořené k relaxaci a rekondici zaměstnanců a k pomoci s nastavením zdravějšího životního stylu. V době, kdy firmy řeší nedostatek pracovní síly, jsou takové léčebné pobyty skvělým firemním benefitem, který může pomoci stabilizovat klíčové profese.

**Je pravdou, že 19 % pracovní neschopnosti je způsobeno nemocemi pohybového aparátu?**

Ano, toto číslo vyplynulo z našeho výzkumu také. Krátkodobá pracovní neschopnost je nejčastěji zaviněna běžnými respiračními onemocněními, jako je „obyčejné“ nachlazení nebo chřipka, ale právě onemocnění pohybového aparátu způsobuje dlouhodobou pracovní neschopnost, a to není zrovna optimistické. Velmi často jde pouze o nespecifickou bolest ve formě psychosomatického onemocnění, tedy že se jen naše tělo podvědomě brání, lidově řečeno si toho na bedra nakládáme příliš mnoho.

**V současné době pořádáme přednášky pro pacienty na různá témata o zdravém životním stylu, stravování, o civilizačních onemocněních, a také školu zad, kde se pacienti dozvědí, jak správně stát, sedět, jak si uspořádat pracovní plochu, jak manipulovat s těžšími předměty.**



### A jsou si lidé vědomi, co z toho může vyplynout, domýšlejí to?

Ne, často si to vůbec neuvědomují a hledají příčiny jinde. Až 75 % lidí raději volí raději tabletu proti bolesti, než aby si zacvičili a řešili problém od základu a nejenom bolest potlačovali.

### Jak se k varujícím zjištěním staví firmy? Máte nějaké ohlasy? Chtějí investovat do zdraví svých zaměstnanců? Vědí vůbec, že je mohou poslat do lázní?

Ano, i u nás jsou firmy, které si zdraví svých zaměstnanců velmi váží a uvědomují si závažnost faktů, nastíněného problému, a proto umožňují svým zaměstnancům čerpat rekondiční pobyty nad rámec zákonné dovolené nebo na ně přispívají.

### Pro které obory jsou pobyty u vás více než vhodné?

Dokážeme ušít pobyt na míru každému zaměstnanci. Při vstupním pohovoru zjistíme aktuální zdravotní stav a doporučíme rehabilitační program. Stresovaný manažer potřebuje jinou terapii než člověk manuálně pracující.

### Váš průzkum odhalil varující fakta podobná hororu. Opravdu žijeme tak podivně?

Současný životní styl je charakterizován nedostatkem pohybu a psychickou zátěží. Ráno sedneme do auta, alespoň osm hodin strávíme prací a večer skončíme u televize a pustíme si stresující zprávy. Víte, že denně bychom měli ujit alespoň 8000 kroků?

### S čím dokážou vaše lázně nejvíce pomoci?

Každý potřebuje něco jiného, ale obecně lze říci, že všem pomůže změna prostředí, odpočinek, konzultace s lékařem či fyzioterapeu-



tem a správně nastavený léčebný plán s využitím přírodního léčivého zdroje – u nás unikátní teplické kyselky, v jejíž koupeli dochází k uvolnění psychického napětí, k celkovému uvolnění svalstva, zlepši se prokrvení, zejména mozku, jater a srdce.

### Jak dlouho by měl zájemce o nápravu své kondice u vás setrvat, stačí týden?

Týden je minimální doba, kdy člověk dokáže trochu vypnout, lepší by bylo alespoň 14 dní. Pokud to ale pracovní vytížení nedovolí, každý prodloužený víkend je lepší než nic.

### Na kdy doporučujete rezervovat rekondiční pobyty? Hlavně v zimě, nebo na jaře?

Každé období je vhodné, důležité je čas si vůbec najít, na ročním období nezáleží, u nás je vždy krásně. Výhodou je mimosezónní období, tzn. od podzimu do jara, kdy se můžeme kapacitně zaměstnancům firem více věnovat.

**Fyzioterapie dokáže často úplné zázraky, stejně tak jako různé lázeňské procedury. Nechystáte nějaké semináře, konference, setkání pro zástupce firem, třeba pro personalisty, na nichž byste vysvětlovali možnosti lázní v souvislosti s péčí o zdraví zaměstnanců?**

V současné době pořádáme přednášky pro pacienty na různá témata o zdravém životním stylu, stravování, o civilizačních onemocněních, a také školu zad, kde se pacienti dozvědí, jak správně stát, sedět, jak si uspořádat pracovní plochu, jak správně manipulovat s těžšími předměty. Dále organizujeme setkání pro lékaře a fyzioterapeuty, studenty lékařských fakult, zdravotní sestry. Velký úspěch měly pobyty pro zdravotníky v rámci postcovidové rekonvalescence. Personalistům firem se věnujeme individuálně a ukazujeme jim možnosti, jak o zdraví svých zaměstnanců mohou pečovat.

ptala se Eva Brixl





# Kdy bude zaměstnávání dohodářů výhodné

**Sněmovna v dubnu schválila úpravu podmínek hrazení pojistného u dohodářů, konkrétně u zaměstnaných na dohodu o provedení práce. Ke zpřísnění podmínek placení sociálního a zdravotního pojištění mělo původně dojít od letošního července účinností velké novely zákoníku práce, nicméně poslanci rozhodli nyní jinak. Povinnost týkající se zaměstnaných na DPP začne platit až od ledna 2025, zároveň se změní i podmínky.**



Ve výsledku bude pro firmy zaměstnávání lidí na DPP nadále výhodné, nicméně pouze těch, kteří mají celkově jen jednu dohodu o provedení práce, nebo těch, které daný zaměstnavatel zaregistruje na České správě sociálního zabezpečení jako první, dříve než ostatní zaměstnavatelé, u nichž má zaměstnanec také podepsanou dohodu o provedení práce. Podrobnosti vysvětlil Jan Tuček, daňový poradce a partner společnosti BDO. Úprava, kterou schválili poslanci, zavádí dva režimy dohody o provedení práce, které lze nazvat jako hlavní a vedlejší. „První režim bude platit pro ty dohody o provedení práce, které zaměstnavatel nahlásí do registru České

správě sociálního zabezpečení. Pro tyto smlouvy budou platit stávající pravidla, pojistné bude zaměstnavatel muset uhradit, pokud měsíční výdělek zaměstnance na DPP přesáhne čtvrtinu průměrné mzdy, nyní 10 500 Kč,“ uvedl Jan Tuček. Pro všechny ostatní dohody, které může mít zaměstnanec uzavřené s dalšími firmami, budou již nicméně platit přísnější pravidla. Pojistné bude nutné hradit u všech s měsíčním příjmem 4000 Kč a výše. Záležet bude tedy na tom, kdo ze zaměstnavatelů svého dohodáře zaregistruje jako první. „Zaměstnanci s dohodou o provedení práce registrovaní na sociální správě budou pro zaměstnavatele nadále vý-

hodní. Firmy se nicméně obávají zvýšení administrativní zátěže, a zvažují i tak omezení dohod,“ komentoval Jan Tuček. „Cílem změny je zamezit řetězení dohod o provedení práce. Za starých podmínek totiž mohl mít daný člověk několik dohod o provedení práce u různých zaměstnavatelů, a pokud se u všech jednotlivě vešel do limitu výdělku 10 000 Kč, mohl se i s běžným příjmem v řádu několika tisíc korun vyhnout placení pojistného, což zatěžovalo státní kasu,“ sdělil Jan Tuček. U původně navržených podmínek placení pojistného u DPP podle velké novelizace zákoníku práce firmy namítaly, že povinnosti nejsou příliš přehledné a že si nebudou moci ani naplánovat, kolik je zaměstnávání lidí na DPP bude reálně stát. „Nově schválená úprava podmínky zjednodušuje a zpřehledňuje,“ dodal Jan Tuček. Poslanci schválili úpravu v rámci novely zákona o investičních společnostech, ke které změny pro DPP jako pozměňovací návrh připojil ministr práce a sociálních věcí Marian Jurečka. Novelu musí schválit ještě senátoři a prezident, nicméně se v dalším legislativním procesu neočekávají komplikace, firmy by si proto měli již začít počítat. (tz)



**Fejeton**

## Proč jsem se stala levhartem

Láska na první pohled je ta pravá. Nikdo mi to nevymluví. Přelétne jiskra a je to. A nejen v případě přitažlivosti dvou lidí. Platí to třeba o nakupování oblečení, bot nebo kabelek. Aspoň v mém případě. Když se rozhodnu, že si pořídím něco na sebe, a vyrazím nasměrovaná přesně k tomuto účelu, dejme tomu se rozhodnu pro novou džínovou sukni, přicházím domů většinou s prázdnou. Prošmejdím několik obchodů, ale nepořídím. Je to hledání za každou cenu. A to nefunguje. Naopak koupím vždy, když mi něco jen tak nahodile padne do oka. Je jedno, jestli se tak děje v obchodě kamenném, nebo na e-shopu. Jako nedávno. Hlava mi třeštila z počítače, nedokázala jsem ten večer vymyslet cokoli kloudného. Každý pokus znamenal trapas, nepovedené dílo. Už se nebudu trápit, řekla jsem si, byl by to čas vynaložený zbytečně. Raději se osvěžím, totiž koupím si něco pro radost i k užítku. A začala jsem z posledních sil projíždět nejrůznější e-shopy. Po chvíli i tohle hledání stálo za bačkoru a moje produktivita rovnala se nule. Dala jsem poslední pokus. Otevřela jsem jednu mně dobře známou stránku. Tady jsem doma, tady mne vždycky něco naladí. Odsud putovaly do mé skříně pokladů nejdny krásné, ale i kvalitní botičky. Vděčím jim za veselejší sebevědomí. V je-

jich botách jsem ušla kus své životní cesty ženy 60+. A co víc, naladila jsem se do kategorie 40+. To je lepší skóre, než jsem si mohla přát. Sjíždím nabídku, zírám ospale do obrazovky, a ani tady se mi tentokrát nedaří. Jsem našťvaná. Už to skoro vzdávám. Závěr dne bude o ničem. Ale nevdám, spravím ho listováním v nějaké pěkné kuchařce, najdu inspiraci na nedělní vaření. Ale pozor! Najednou svět obrací své karty. Z jednoho chlívceku zasvítilo cosi žlutě. Adrenalin zachvátil moje zkoumací procesy. Hele, fakt? Ty brďo! Tuhle barvu sháním už dva roky! Zlatavě žluté polobotky šněrovačky, na jaro, na barevný podzim, které se hodí úplně ke všemu, co člověk na sebe nasouká. K teplákům do společnosti i kratašům, k odpoledním šatům nebo k manšestrové sukni. Paprsky slunce v kůži a nadčasovém designu, Evo, nekup to! Únava padla pod stůl. Zaujala jsem postoj levharta, který má jediný cíl. Bylo mi jedno, kolik ty boty stojí, jestli ke mně připutují z Polska, Indie nebo Nového Zélandu. Rozhodla jsem se je mít. Klikla jsem na velikosti, 39 byly vyprodané. Ale 38 ještě byly. Nevadí, pokud budou tlačit, rozhodím je, jsou kožené, povolí. Prohlížela jsem si je ze všech stran, nakoukla jsem do vnitřního prostoru, vypadaly úchvatně, a ještě k to-



mu zdravotně pohodlně. Ten, kdo je navrhl, designér či designérka, kdo vymyslel ten geniální tvar, odpovídající podrážku a zasunul obyčejné kulaté tkaničky tak, aby se spojily s duší zákazníce, byl génius. Kdo nabídl provokující eleganci, sportovní ležérnost společně s noblesou, kdo pro ně určil přesně tenhle pampeliškový odstín, byl člověk, který rozumí mému srdci, který se vyzná v mých emocích. Žhavila jsem klávesnici jako o závod. A uklidnila se, až za dva dny kurýr balíček doručil. V tu chvíli jsem se znovu stala levhartem. Vrhla jsem se na kořist. Žluté polobotky tam byly! Srdce mi bušilo jako na posledním rande seniorky. Nazula jsem je. Padly mi jako Popelce. Šla mi hlava kolem. Ani velké ani malé, prostě tak akorát i přesto, že mám levou nohu o kapku širší než pravou. Vklouzla jsem dovnitř, zavázala a hrdě jsem hlásila nebesům, že lepší jarní energii mi nemohla seslat. Celou dobu jsem si ten zážrak prohlížela, nedokázala jsem se soustředit na nic, jen na ten obdivuhodný a jednoduchý tvar, který nohu opticky zužuje, dává jí osobitou přidanou hodnotu a dobře prodává jako cosi unikátního, výjimečného. Jako by ty žluté radosti obuly moji duši, rozměr mého uvažování. Za dva dny jsem pospíchala na školení. Předvedu se před kolegyněmi, holky budou zírat! Vzbudím malilinkatou závisť, otázky a tak. Nic z toho se nekonalo. Moje žluté provokatérky zapadly mezi ošlapanými teniskami, kozačkami a orvanými mokasinami. Ale nevadí. Já vím, že cestu za štěstím mám ještě před sebou!

Eva Brixí





Vážené a milé čtenářky, ale také čtenáři, rádi bychom vám na tomto místě jednou za dva měsíce nabídli článek o tom, jak dát do pořádku vlastní kondici, jak se cítit lépe, jak pomocí zkušenosti a poznatků napravit, co je třeba, když se cítíme pod velkým tlakem, unavení, vyhořelí, neschopní normálně fungovat. Většina z nás taková období v životě zažíváme již skoro běžně a většina z nás ví, že v takových případech je potřeba něco se sebou udělat. Není nad dobrou radu. Druhý díl seriálu jste si mohli přečíst v březnovém

vydání, rovněž na straně 19, najdete ho i v PDF tohoto čísla na [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz). Každého z nás občas potrápí nějaký neduh. K jeho zmírnění či odstranění mohou přispět i alternativní metody přístupu. Můžete je vyzkoušet.

## Hodná holka a jak kráčet po Zlaté cestě

**Učení Genových klíčů je vytvořeno jako otevřený systém určený k samostudiu a je možné k němu přistupovat různými způsoby svým vlastním tempem a důvěřovat své intuici a představivosti.**

Jedním z možných přístupů je kráčet po Zlaté cestě. Určité sekvence genových klíčů, které jsou nám vtisknuty v době našeho narození, odemykají bránu k našemu vnitřnímu probuzení. Existují tři sekvence: Aktivační, Venušina a Perlová, které dohromady tvoří integrovanou cestu nazývanou Zlatá cesta. Genovým klíčům, které obsahuje naše Zlatá cesta, můžeme věnovat zvláštní pozornost, a postupně tak objevit našeho génia pomocí čtyř Primárních darů, otevřít naše srdce ve vztazích a dosáhnout prosperity prostřednictvím služby. Paní Zuzana přišla na další konzultaci, na kterou si přinesla svůj hologenetický profil, jak jsme se domluvíly na úvodním sezení, a abychom se podívaly, co nám prozradí genový klíč na pozici SQ v její Venušině sekvenci, neboť právě ten nám pomáhá nalézt naše nejvnitřnější přesvědčení, která jsou uložena v podvědomí a vznikají v období před naším sedmým rokem života, kdy jsme bez výhrad přejímali představy nejbližších lidí. Pokud dokážeme rozpoznat vzorce, které jsou v okolí chování lidí, situací a ve vztazích, pak získáme dobrou

představu i o vzorcích, které jsou zdrojem našich vnitřních podvědomých přesvědčení. A proto jsme se Zuzanou udělaly krátké cvičení, kdy odpověděla na pět otázek a z jejich odpovědí jsme sestavily hluboké vnitřní přesvědčení: „Někdy do svého života přitahuji lidi, kteří jsou charakterní, poctiví, pracovití, pravdiví a ochrannější. Chtěla bych však, aby se mnou trávili více času, abych se mohla cítit v bezpečí. Někdy v tom sama sobě bráním tím, že nedůvěřuji ostatním a pochybuji sama o sobě.“ To jsme následně pomocí ThetaHealing terapie zrušily, nahradily novým prospěšným: „Je pro mě bezpečné důvěřovat svým pocitům.“ A zkontrolovaly svalovým testem, zda ke změně došlo. Pak jsme se vrátily k Venušině sekvenci v jejím profilu a podívaly se, které genové klíče obsa-

### Kazuistika Tefeso

Genové klíče popisují 64 různých aspektů lidského chování. Každý ze 64 genových klíčů je prezentován klíčovými slovy představujícími různé frekvence vědomí. Každý genový klíč obsahuje tři klíčová slova podle tří úrovní frekvenčních pásem nazvaných STÍN, DAR a SIDDHI. Cílem Genových klíčů je nejdříve deprogramovat vaši DNA od všech nižších frekvencí – zvaných stíny, a potom ji reprogramovat vyššími frekvencemi – dary a siddhi.



huje, abychom mohly vypnout všechny jejich stíny, naladit se na jejich dary a otevřít se jim. Sestavily jsme následující tři prohlášení ze stínů, darů, klíčových slov a fyzických projevů genových klíčů. V programech Mentality oběti se pohybujeme v oblastech našich stínů a v programech Synergie pak v oblastech našich darů.

1. „Tím, že vědomě umenšuji a vypínám programy Mentality oběti – Kontroly, Sobectví, Touhy, Bezcičnosti, Entropie a Vyčerpanosti (stíny), tím se vědomě ladím a otevírám programům Synergie – Autoritě, Altruizmu, Lehkosti, Totálnosti, Svěžesti a Rozhodnosti (dary).“
2. „Tím, že si stále více umím připustit strach a bolest, tak získávám touhu a sílu vyjádřit svého tvůrčího ducha – Záměr, Sterilitu/Ploďnost, Praktickou mysl (obranou), Sebeúctu/Sebepodřívání, Jistotu a Management (klíčová slova).“
3. „Plíce, Sacral plexus, Solar plexus/trávení, Ledviny, Játra a Žaludek (fyzické projevy) jsou oblastmi mého těla, pomocí kterých se ladím na Tady a Teď, a získávám tak důvěru v Život.“ A poté je pomocí EFT terapie postupně zpracovaly a přijaly, čímž jsme nastartovaly procesy čištění a obnovy. Proměna Zuzany byla zjevná, ulevilo se jí na těle i na duši a byla spokojená.

Jana Spitzkopfová  
[www.zivotsdusitefeso.cz](http://www.zivotsdusitefeso.cz)  
 (pokračování seriálu v červencovém vydání Madam Business)

## Mezinárodní den spodního prádla připadl na 3. dubna

**Kromě mezinárodních dnů, jako je den dětí, den úsměvu, den polibků a další, existuje i Mezinárodní den spodního prádla, který se celosvětově slaví 3. dubna. Znáte ale historii spodního prádla? A jak si tento den užít a využít jej například pro oživení vztahu?**

Dějiny spodního prádla sahají až do dalekého starověku, kdy se nosily bederní roušky, které chránily muže před úrazy a zimou. Dámy pro změnu nosily primitivní podprsenky zahalující prsa. Ve středověku bylo spodní prádlo určeno především mužům. Ženy ho nosily zejména v období menstruace. Zajímavostí je, že první dámské kalhotky byly určeny pro prostitutky. „Spodní prádlo ženy nosily jen v období men-

struačního cyklu a mohly si ho dovolit jen ty z aristokratických kruhů. První kalhotky nebyly vůbec o estetice, protože byly dlouhé až ke kolenům,“ vysvětlila Ilona Bittnerová, zakladatelka specializovaného e-shopu Maluna.cz. V období renesance se pak objevily první unisex košile a spodky s délkou ke kolenům. Do této etapy se datuje také vznik podvazkových páسů. Z počátku je nosili muži, protože podvazky přidržovaly punčochy. Jakmile se staly součástí ženského oděvu, byly považovány za zbraň ke svádění. A první sexy prádlo bylo na světě. Dámské spodní prádlo zažilo revoluční změnu na začátku 20. století, kdy se začalo upouštět od sešněrovaných nepohodlných korzetů. Za první podprsenku vděčí ženy americké spisovatelce Caresse Crosby, která si pod šaty ob-



lékla podprsenku vytvořenou dvěma svázanými kapesníčky. „Spodní prádlo dnes představuje také symbol erotična. Některé modely zdůrazňují tělesné křivky a jsou navrženy tak, aby se z nich stalo koření partnerských vztahů. Jde také o možnost sebevyjádření,“ doplnil Ruslan Skopal. z e-shopu [Trenyrkarna.cz](http://Trenyrkarna.cz) (tz)





L Á Z N Ě  
**TEPLICE**  
NAD BEČVOU



[www.ltnb.cz](http://www.ltnb.cz)

**ODPOČINEK  
A REGENERACE**  
PRO VAŠE ZAMĚSTNANCE