

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

únor 2025

Proměny okamžiků

Eva Brixi

Když zima rýsuje
Kubistické já
Kolem noci plné světla
Procházím se sama
V tichu tam
Kde včera ještě
Sněhová vločka nerozkvetla
Kreslím v myslí
Loňský kousek léta
Nostalgie vládne rychleji než čas
Kapičky léčivé
Do očí se derou
A není to mráz
Už nechlubím se já
Ale svojí dcerou
Představuji syna
A hrdost stárí
Ze vzpomínek jemně vzlíná

Zuzana Tilajcsiková

Košíky potěší srdce,
pohladí duši

článek na stranách 10–11

náš tip

Ochutnejte dubajskou čokoládu z Mixit

Jen máloco v poslední době získalo takovou pozornost jako dubajská čokoláda. Na zoubek se jí rozhodl podívat i Mixit a připravil recepturu poctivé mléčné čokolády plněné jemným pistáciovým krémem, který tvoří až 43 % náplně. Ta vám může být povědomá, protože má stejný základ jako pistáciové Crème boule. Základní receptura je ale vylepšená například o kakaové máslo a křupavé kataifi, které dodává náplni unikátní texturu. Čokoláda je ručně vyráběná, bez zbytečných přísad. (tz)





Nová generace seniorů: jsou bohatí, aktivní a přínosem pro celou společnost

To, co vidíme v Česku poprvé, je na západ od nás, v USA i Asii poměrně běžné. V České republice jsme svědky zrodu nové generace seniorů, kteří na rozdíl od svých předchůdců vstupují do důchodu s vybudovaným bohatstvím, které jim umožňuje žít aktivní a naplněný život. Více se k fenoménu vyjádřili odborníci z Fichtner Wealth Managers.

Nová generace seniorů často strávila celý život budováním, a postupně i ochranou rodinného bohatství, které strategicky investovala do různých finančních nástrojů. Díky tomu nyní může využívat příjmy, které jí poskytují nejen finanční stabilitu, ale i dostatek prostředků na plnohodnotný život. „Mnoho z těchto důchodců vlastní své domovy, často bez hypoték, což výrazně snižuje jejich měsíční výdaje. Někteří z nich dokonce vlastní více nemovitostí, které jim generují další pasivní příjem. Tato finanční nezávislost jim umožňuje žít bez obav o budoucnost a věnovat se aktivitám, které je naplňují,“ říká Josef Podlipný, partner a vedoucí obchodu společnosti Fichtner Wealth Managers, která se tématu rodinného bohatství dlouhodobě věnuje. Nejen že si užívají svého důchodu, ale také se aktivně podílejí na společenském životě a fi-



Josef Podlipný

lantropii. Často podporují širší rodinu, charitativní projekty a komunitní iniciativy. Díky svým zkušenostem a finančním prostředkům mohou významně přispět k rozvoji a podpoře svého okolí. Tito důchodci se snaží dělat svět lepším místem, protože si uvědomují, jak těžké bylo vytvořit to, v čem dnes žijí. Kdy a jak je dobré se připravovat, aby si lidé mohli v důchodu více užívat a mít finanční svobodu? Jednoduchá odpověď, kterou každý podvědomě ví, zní: Čím dříve, tím lépe. Bohatí lidé utrácejí méně, než vydělávají, a pravidelně se na své stáří připravují. Dobře placení zaměstnanci už od svých 30 let měsíčně odkládají vyšší desítky tisíc, a ty investují do finančních aktiv či nemovitostí. Už ve svých

50 letech se dostávají do stavu, kdy pracují, protože chtějí, nikoliv protože musí. „Zrovna před měsícem jsme se bavili s úspěšným manažerem, který má nemovitostní portfolio převyšující sto miliónů korun, přestože tráví spoustu času v práci. Svůj úspěch připisoval své partnerce, která se o rodinný majetek velmi dobře stará. Nicméně teď zvažují větší využití finančních aktiv, která umožňují ještě lepší diverzifikaci, a tudíž ochranu rodinného majetku,“ naznačil Josef Podlipný. Samostatnou kapitolou jsou úspěšní podnikatelé, kteří desítky let budují své firmy často na úkor rodinného života. Ve starším věku však obrací svou pozornost od majetku na svou rodinu. Čelí totiž otázce, jak spravovat svůj majetek tak, aby to nezkazilo jejich potomky. Zodpovědní rentiéři si uvědomují, že rakev nemá kapsy a že velikost jejich bohatství a způsob jeho správy umožňuje zanechat značný majetek dalším generacím. Proto se snaží najít rovnováhu mezi podporou svých dětí a vnoučat, a jejich výchovou k samostatnosti a odpovědnosti. Nová generace důchodců ukazuje, že důchodový věk nemusí být synonymem pro chudobu a pasivitu, ale naopak může být obdobím plným nových výzev, zážitků, finanční stability a osobního růstu. Většinou stačí myslet na svou finanční budoucnost a strategicky ji plánovat s dostatečným předstihem. „Tato změna přináší pozitivní dopady nejen pro důchodce samotné, ale i pro celou společnost,“ upozornil Josef Podlipný. (tz)

Bolt vymyslel službu pro ženy

Technologická platforma Bolt spouští novou kategorii Women for Women. Zajistí uživatelkám odvoz automobilem, který řídí žena. Cílem je zajistit jak ženám-cestujícím, tak partnerským řidičkám komfort a pocit bezpečí. Služba je dostupná v Praze, v budoucnu se rozšíří do dalších měst. V hlavním městě již teď působí nižší stovky řidiček, jejichž služeb cestující již od dnešního dne mohou využívat.

„Spuštění kategorie Women for Women je naším dalším krokem, který zvyšuje bezpečnost cestujících i řidiček. Ta je ostatně spolu s pohodlím jednou z našich hlavních priorit. Již teď jsou k dispozici řešení, jako je sdílení trasy cest, audio-nahrávání nebo ověřování řidičů v reálném čase. Zároveň má ale nová kategorie ještě jeden důležitý cíl, a to podpořit ženy, které zvažují věnovat se povolání partnerského řidiče,“ vysvětlil Josef Růckl, generální manažer společnosti Bolt v České republice a na Slovensku.

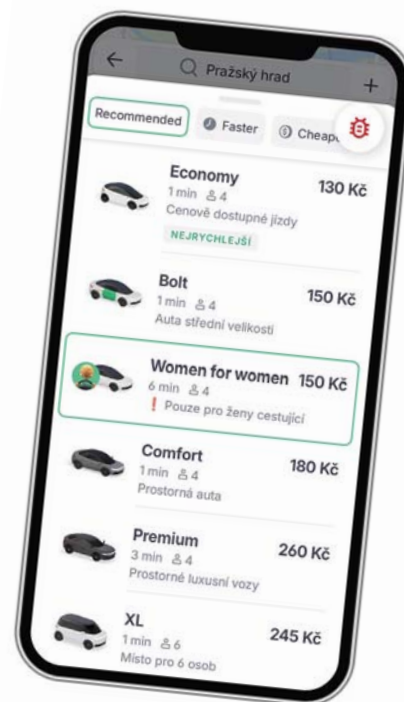
Klíčovou složkou nové kategorie je ještě přísnější zabezpečení, které mají za cíl zajistit, aby byly propojovány opravdu pouze ženy se ženami. Proto Bolt přichází s novým ověřením cestujících – Rider Verification. Pokud si potenciální cestující bude chtít vybrat jízdu v kategorii Women for Women, bude muset před jízdou ověřit svou totožnost nahráním průkazu totožnosti a selfie fotografie. Systém aplikace následně obojí porovná.

Bolt v tomto ohledu pamatuje i na případy, kdy cestující zabezpečení obejde. Pokud řidička zjistí, že cestující není žena, nebo se nebude cítit komfortně, má možnost jízdu odmítnout bez případné penalizace za zrušenou objednávku. Navíc jí bude jízda na místo kompen-

zovaná. Cílem tohoto zabezpečení je prohloubit důvěru mezi oběma stranami.

„Jezdím pro Bolt už delší dobu, ale nová kategorie Women for Women mě nadchla. Spousta mých pasažérek mi totiž říkala, že mít řidičku je pro ně mnohem příjemnější. Vidím, že to opravdu pomáhá – cítí se v autě uvolněněji. Zároveň jsou mile překvapené, že je veze žena. Pro mě je zase důležité, že si mohou především ve večerních hodinách zvolit, jaké cestující chci vozit,“ doplnila partnerská řidička Boltu Nikola.

„Máme radost, že Bolt zavádí novou kategorii pro ženy! Možnost cestovat s řidičkou může pro mnoho žen znamenat větší pocit bezpečí a komfortu, obzvlášť ve večerních a nočních hodinách. Jízda s jinou ženou může přispět k atmosféře rovnosti a vzájemného respektu – ženy se nemusí obávat předsudků a mohou se na cestě cítit uvolněněji. Věříme, že tato iniciativa nejen zpříjemní cestování mnoha zákaznicím, ale také podpoří více žen, aby se samy staly řidičkami, a pomůže tak rozšířit dostupnost této služby,“ řekla Naďa Gubová, vedoucí krizové služby z neziskové organizace proFem, která s Boltem dlouhodobě spolupracuje například na zlepšování zákaznické podpory. Kvality řidiček-žen potvrzují i statistiky. Podle Policie České republiky jezdí totiž zodpovědněji než muži a mají výrazně méně dopravních nehod. „Ženy způsobují až o dvě třetiny méně dopravních nehod než muži, a to i při srovnatelné míře provozu. Zavedení kategorie Women for Women proto vnímáme jako krok, který může dál zvýšit bezpečnost nejen pro pasažérky, ale obecně na silnicích. Víme každou iniciativu, která podporuje větší zapojení žen do profesního řízení a přispívá k jejich pocitu bezpečí,“ dodal Oldřich Kassl, pražský koordinátor organizace BESIP.



Stát se partnerskou řidičkou Boltu, a mít tak možnost atraktivního a flexibilního výdělků je snadné. Stačí mít řidičské oprávnění, vyřídit koncesi / živnostenské oprávnění a získat takzvanou žlutou kartu, tedy průkaz řidičky taxislužby. Zároveň je potřeba, aby vozidlo, které bude řidička využívat, bylo zapsané v evidenci vozidel taxislužby (tedy je třeba získat evidenční nálepkou vozidla taxislužby). Nebo lze využít služeb některé z partnerských flotil, která je zastřeší svou koncesí, a případně zajistí vozidlo. V obou variantách se zájemkyně zpravidla již následující pracovní den po splnění všech podmínek a poté, co správně vyplní vstupní online test bezpečné jízdy, stává partnerskou řidičkou Boltu. A může tak čerpat všechny výhody této formy výdělků. Platforma Bolt pokrývá v Česku kromě Prahy již i všechna krajská města. Aplikace Bolt je dostupná na Google Play i App Store. (tz)

Frosch byl opakovaně oceněn za ekologický přístup k životu

Vídeň loni hostila zodpovědné značky z České republiky a Slovenska. Těm byla předána ocenění Green Brands, a to za přítomnosti rakouské ministryně pro ochranu klimatu Leonore Gewessler. Značka Frosch nemohla chybět a za obě země si toto ocenění převzala obchodní a marketingová ředitelka Markéta Terčová.

Cenu získal Frosch opakovaně. Zařadila se tak mezi další ocenění, kterých si značka velmi váží a jejichž principy v celém dodavatelském, výrobním a distribučním procesu dodržuje. Právě proto se výrobce může pyšnit certifikací EMAS, kterou obhájí již od roku 2003. Při výrobě produktů v moderní továrně jsou využívány přírodní a obnovitelné zdroje energie jako solární, geotermální či větrné. Voda je získávána z vlastní studny a zpracovávána ve specializovaném vodním

centru, odkud je po přečištění vypouštěna zpět do přírody. Energie a teplo vyprodukované během výrobního procesu je využíváno také pro



Markéta Terčová

zajištění provozu kancelářské budovy a sídla výrobce. „Evropa každoročně likviduje stovky milionů sprejů třeba i uložením na skládky, místo aby se obaly vracely zpět do užívání. Ny- ní jsou plastové rozprašovače často složeny z různých druhů navzájem neodělitelných plastů, včetně kovových součástí, což zabraňuje recyklaci. Ale vyrobit snadno a rychle dnes už prostě nestačí,“ uvedla Markéta Terčová. „Proto Frosch jako první na světě přišel s revolučními 3R spreji. Redukce – o 18 % méně použitého materiálu, Reuse – použití znovu a znovu, sprej vydrží až 5000 stříknutí, Recyklace – plně recyklované a opět recyklovatelné obaly. Cílem je vyrábět obaly ze sta procent z plastů ze žlutých kontejnerů. Tento přístup vnímají i spotřebitelé, kteří značku Frosch opakovaně vyběrně hodnotili v soutěži Volba spotřebitelů v ČR a na Slovensku,“ dodala Markéta Terčová. (tz)



Znáte odpověď?

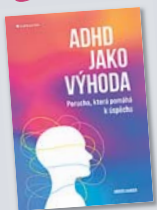
Píšu s větším množstvím chyb. Kolega zapomíná splnit i to, co si červeně poznamenal do kalendáře. Další člen týmu je perfekcionista, ale ke zvládnutí úkolu vyžaduje více času než dříve. Proč tomu tak je? Nezmiňuji stovky chyb v běžné korespondenci, kdy se až po několikáté odpovědi na týž e-mail vynoří konečně přesná formulace toho, co je potřeba udělat. Čím to, že jsme nepozorní, nevšímaví, že se neumíme soustředit na základní záležitosti naší činnosti, což by mělo být, alespoň podle někdejších nepsaných pravidel, samozřejmostí? Jsme roztěkaní, řešíme toho nadmíru? Už nechceme, ale musíme? Jsme opotřebovaní? Neteční? Ani jedna odpověď není za jedna... **Eva Brixi, šéfredaktorka**



Tip Grady

ADHD jako výhoda – Porucha, která pomáhá k úspěchu

Anders Hansen



Máte vy nebo někdo ve vašem okolí diagnózu ADHD? Možná ji vnímáte jako překážku, ale co kdyby to byla vaše tajná zbraň? Lidé s ADHD často září kreativitou, odvahou, flexibilitou a podnikavostí. Umějí se dívat na svět jinými očima, přinášet neotřelá řešení. Tato kniha od renomovaného švédského lékaře vás provede cestou, jak z ADHD udělat svou výhodu.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 19, únor 2025

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 Rožníčková

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 intuitiveidiary.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.



Co oceňujete na chování muže v roli šéfa?

Ing. Andrea Trčková
Společnost Mgr. Ladislav Kavan –
LK SERVIS, generální zastoupení
GERnétic pro ČR a SR
výkonná ředitelka

Oceňuji, když šéf projevuje respekt a má schopnost získat si důvěru týmu. Měl by naslouchat podřízeným, jednat spravedlivě a hodnotit objektivně. Důležitá je rozhodnost spojená s otevřeností k názorům ostatních. Sebevědomí a pokora jsou nezbytné, stejně tak schopnost ocenit úspěchy kolektivu a podporovat jeho motivaci. Konflikty řeší dobrý šéf klidně, efektivně a s nadhledem. A v neposlední řadě je to humor a lidskost šéfa, které pomáhají vytvářet pozitivní pracovní atmosféru a snižují stres na pracovišti.



Líbí se vám ve společnosti více žena v sukni, šatech, nebo kalhotách?

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

Každý muž má na ženu jiná měřítka. Nezapírám, že krásně tvarované dolní končetiny obuté do lodiček na vysokém podpatku mají své kouzlo. Je to tak, ať si říká kdokoli cokoli. Oceňuji též ladnost pohybu, eleganci každého kroku. Ta vynikne lépe, pokud je dáma oděna v šatech či sukni než v domácích legínách nebo společenském kalhotovém kostýmku. Ostatně zrak je pro muže důležitým smyslem, jímž přitažlivost opačného pohlaví hodnotí na první dobrou.



Informace do kabelky

Hrníčky na horké mošty od Ovocňáku



Teploměr ukazuje zimní hodnoty, takže přijde vhod nějaké teplé pití. A pokud je navíc plné vitamínů, tím lépe. Ovocňák si pro tuto příležitost připravil lahodné zimní mošty, které jsou namixované tak, aby chutnaly nejlépe horké. Vyrazte vstříc zimní náladě s chutí zázvoru, brusinek nebo klasického jablka na jazyku! Doplňení vitamínů je nyní důležitější než kdy

jindy a Ovocňákové mošty v horkém podání jsou k tomu ideální. Je to přírodní a chutná zásobárna prospěšných látek, a když navíc přidáte kapku něčeho ostřejšího... Pokud se potřebujete zahrát a zbavit rýmy, bude zázvor váš nejlepší kamarád. Přináší úlevu při nachlazení a podobně jako chilli podporuje krevní oběh, čímž krásně prohřívá celé tělo. Skvělá volba pro ty, kdo chtějí zimu přečkat zdraví a v teple. Jiný z moštů voní jako štrúdl a také tak chutná! Na jeho výrobu byla totiž použita ta nejsladší česká jablčka a spousta zimního koření. Jablka jsou pro nás navíc odvěkou součástí stravy, takže tělo umí skvěle zpracovat všechny živiny a vitamíny v nich obsažené. Brusinky a jablka jsou zase šťavnatá kombinace, která nikdy nezklame. V Ovocňáku do ní přimíchali ještě trochu skořice, badyánu a hřebíčku, a slavnostní punč je na světě! Brusinky nejen dobře chutnají, ale jsou to i malí pomocníci v boji proti zánětu močového měchýře a také snižují krevní tlak. (tz)

Nůžky odměňování žen a mužů v Česku jsou pořád rozevřené

Mind the gap. Hlášení, které v anglicky mluvících zemích upozorňuje cestující v metru na prostorovou mezeru mezi hranou nástupiště a vlakovou soupravou. V případě odměňování mužů a žen by se toto hlášení dalo s trochou nadsázky upravit na mind the gender pay gap. Pozor na rozdíly v odměňování mužů a žen. Tuzemské firmy by ho měly vyslyšet tím spíš, že mezera mezi mzdami žen a mzdami mužů na srovnatelných pozicích je v České republice povážlivě široká, a to v neprospěch žen. Na to, aby se zmenšila, tlačí svými legislativními kroky Evropská unie.

Přetrvávající rozdíly v odměňování mužů a žen jsou patrné v celé Evropské unii. Jak vyplývá z dat Eurostatu, evropští muži berou v průměru o 12,7 % více než evropské ženy. V Česku se ale ona pomyslná vzdálenost dostala dokonce na 17,9 %, což představuje třetí nejhorší hodnotu v rámci Evropské unie. „Je zcela evidentní, že za takto vysokým číslem nemůže být pouze povaha daných pracovních pozic. Trh práce v Česku se dlouhodobě potýká s genderovou diskriminací, nedostatečným zastoupením žen na vedoucích místech a také s tím, že jsou to v drtivé většině právě ženy, které přebírají neplacenou péči o rodinu. Zaměstnavatelé, i když třeba často chtějí, na to stále neumějí dostatečně pružně a otevřeně reagovat. Rozdíly v odměňování mají přitom dlouhodobý dopad na kvalitu života žen, na riziko, že budou ohroženy chudobou, i na přetrvávající rozdíly ve výši důchodů, které v EU činí v průměru 30 %,“ řekla Marcela Hrdá, partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic. Řešení jsou přitom nasnadě. Vedle nastavení transparentní odměňovací politiky a pravidelné analýzy odměňování jsou to především opatření umožňující ženám kariérní růst a skloubit práci s rodinou. „To znamená vytvořit flexibilní pracovní podmínky, které nejenom že zajistí na pracovním trhu více žen, ale také jim dovolí být jeho stabilní součástí. S tím souvisí i školení managementu o tom, jak je možné pomocí těchto změn podporovat rovnost,“ dodává Romana Zeman, ESG manažerka společnosti Moore Advisory CZ. Potřebu snižovat gender pay gap si uvědomují



fot a kresba Pixabay / koláž Schneidy

jak samotné firmy, tak představitelé Evropské unie. Brusel už schválil směrnici o transparentnosti odměňování. Ta mimo jiné požaduje vysvětlení pro situace, kdy rozdíly v odměňování mužů a žen přesáhnou ve stejné firmě 5 % a tento stav není možné objektivně zdůvodnit. Podle nových pravidel budou společnosti v EU povinny sdílet informace o vyplácených mzdách a přijmout opatření, pokud u nich rozdíl v odměňování žen a mužů přesahuje zmiňovaných 5 %. Směrnice rovněž obsahuje ustanovení o náhradě pro oběti diskriminace v odměňování a o sankcích pro zaměstnavatele, kteří pravidla porušují, včetně pokut. Do půl roku pak na základě této směrnice musí přijít náprava. „Oznamovací povinnost, která se s touto směrnicí pojí, bude platit pro společnosti s více než 250 zaměstnanci od 7. června 2027 s tím, že reportovat budou příslušnému orgánu každoročně. Firmy se 150–249 zaměstnanci budou mít ohlašovací povinnost každé tři roky. Tříletá lhůta se týká i menších

podniků, ve kterých pracuje 100–149 zaměstnanců, ale těm to směrnice ukládá až od roku 2031,“ vysvětlila Romana Zeman. Dalším důležitým nástrojem pro spravedlivé ohodnocení za práci je směrnice o podávání zpráv o udržitelnosti podniků (CSRD). Ta kladě důraz na snížení gender pay gap coby podstatného aspektu sociální oblasti ESG. Skupina Moore Czech Republic poskytuje profesionální a komplexní servis v oblasti rovného odměňování. Její odborníci mají bohaté zkušenosti s přípravou dokumentace a reportů, které evropská legislativa vyžaduje. Zároveň navrhuje pro firmy konkrétní kroky směřující k eliminaci mzdových rozdílů a transparentnosti celého procesu. „Dostát legislativním povinnostem je jedna věc. Tady jde však také o vytvoření spravedlivějšího pracovního prostředí. To ve výsledku posiluje firmu samotnou, stejně jako její pověst na trhu,“ uzavřela Marcela Hrdá, partnerka Moore Czech Republic. (tz)

K dekorativní kosmetice jsme se dostali náhodou

Cesta ze zaměstnání k vlastnímu podnikání může mít mnoho podob. Někdo si založí svoji značku, někdo se stane distributorem světově známého brandu, což je i případ manželů Janouškových, Dity a Jiřího. Ti původně pracovali v technických oborech, ale v roce 2020 se stali oficiálními distributory kosmetické značky Inglot, a naplno se tak přesunuli do oblasti beauty. Co je přimělo k tak zásadní změně? A jak si vedou v prodeji firemním i koncovým zákazníkům?

Působili jste vždy v beauty sektoru?

Ne, dříve jsme byli zaměstnanci v retailu a pracovali jsme v úplně jiných oborech, spíš technických. K dekorativní kosmetice jsme se dostali vlastně úplně náhodou. Zhruba před pěti lety jsme se dozvěděli, že Inglot hledá zastoupení pro český trh, a začali se zajímat, co to je za značku a co to vše obnáší. Značka byla pro nás od samého začátku velmi příjemná a sympatická, proto jsme se nakonec rozhodli nabídku vzít.



Dita Janoušková



Jiří Janoušek

Co vás přivedlo právě k distribuci značky Inglot? V čem je zajímavá?

Asi nejvíce nás oslovilo to, že jde o jednu z mála značek na trhu, které netestují na zvířatech. Přitom mnoho větších i známějších značek to bohužel dělá. Další zajímavostí je, že zhruba tři čtvrtě produkce je na přírodním veganském základu. Ať už jde o make-upy, oční stíny, nebo laky na nehty, většina výrobků obsahuje vysoký podíl rostlinných složek. Stejně tak byl pro nás důležitý dobrý poměr kvality a ceny.

Spousta zákazníků využívá také freedom system, který spočívá v tom, že si do paletky podle sebe vyberete oční stíny, pudr, tvářenku apod., a pak už jen doplňujete produkty, které vám dojdou, takže paletka vám zůstává a vy měníte pouze vypotřebované produkty, a šetříte tak životní prostředí i svou peněženku. Profesionálové zase nejvíce oceňují kvalitu a výdrž našich pigmentů.

Nepřemýšleli jste o založení vlastního brandu?

Ne, značek už je na trhu obrovské množství a určitě je z čeho vybírat. Smysl by nám dávala možná nová spolupráce s nějakým známým jménem, které už mají lidé v povědomí. Budovat no name značku v této oblasti dnes opravdu není jednoduché.

Představte vaše hlavní prodejní kanály?

V první řadě prodáváme přes kamenné prodejny v Praze. Jednu máme v OC Atrium Flora a druhou v outletovém centru POP Airport u letiště. Zároveň si zákaznice oblíbily i náš oficiální e-shop a funguje nám také distribuce přes velkoobchodní partnery, tedy profesionály z různých studií, salónů a škol nebo divadelních a filmových maskéren, kteří od nás odebírají širokou škálu produktů. Jmenovitě můžeme prozradit, že se naše produkty používají například v seriálu Ordinace v růžové zahradě, Ulice a dalších.

Plánujete otevřít i další prodejnu? Nebo spíš rozšiřujete B2B spolupráci?

Aktuálně neplánujeme otevření další samostatné prodejny, spíše se snažíme navazovat další partnerství s profesionály a rozšiřovat velkoobchodní spolupráci.

Jste partnery módních akcí. Jak vám to pomáhá s propagací značky?

V letošním roce budeme poprvé partnerem zajímavé módní akce – Píseckého veletrhu módy a designu. Jinak se pravidelně účastníme jarního i podzimního pražského beauty veletrhu, ale z větších akcí je Písecký veletrh módy a designu vlastně první počín. Jedná se pro nás zase o jinou formu propagace, než jsme tu dosud dělali, a doufáme, že bude oboustranně úspěšná, protože s touto akcí má-



me mnoho společného. Kromě módy a designu nás zároveň spojuje zájem o ekologii a udržitelnost. Dále také spolupracujeme s pražským Make-Up Institutem nebo se školou v Hradci Králové.

Využíváte i online reklamu?

Ano, primární je pro nás Instagram a Facebook. Samozřejmě nás také najdete ve vyhledávacích, ale nejlepší zkušenosti máme na zmiňovaných sociálních sítích, kde se snažíme být velmi aktivní. Forma propagace je různá, ať už jde o náš vlastní obsah přímo na našich účtech, nebo tvorbu některých influencerek, se kterými stejně jako ostatní značky spolupracujeme.

Kdo jsou vaši zákazníci? A co nejčastěji kupují?

Typickým příkladem jsou ženy 40+, které chtějí své pleti dopřát kvalitní produkty, ale snažíme se oslovovat i mladší ročníky. A samozřejmě, že u nás nakupují také profesionálové – make-up artisté, vizážisté, maskérky apod. Co se týče produktů, tak mezi top 5 nejžádanějších určitě patří make-up, přípravky Duraline, který dokáže změnit konzistenci produktů na voděodolné nebo ze sypkých na tekuté –

například z obyčejné řasenky udělá voděodolnou nebo sypké oční stíny změni na tekuté. Dále to jsou černé gelové linky, a u profesionálů rozhodně vedou pigmenty, kterými je Inglot hodně proslulý, a v neposlední řadě můžeme zmínit také podkladové báze nebo zmiňované složky freedom systemu.

Jak se Inglot v Česku za poslední roky posunul? Ať už z hlediska rozšiřování portfolia, nebo tržeb?

Bohužel v posledních letech byl segment dekorativní kosmetiky postižen zejména dobou covidu a prodeje se v té době prakticky zastavily. Následně došlo k prudkému růstu a aktuálně stále mírně stoupáme v pozornosti zákazníků. Portfolio produktů máme stále velmi široké a zájemci mají z čeho vybírat. I když musíme říci, že české zákaznice jsou více konzervativní v používání make-upu a barev než ženy z jiných zemí. Například stá-

ty jižní i západní Evropy jsou v tomto dál, ženy se tam líčí pravidelněji, používají i více barev, výraznější líčení apod.

A novinky pro letošní rok?

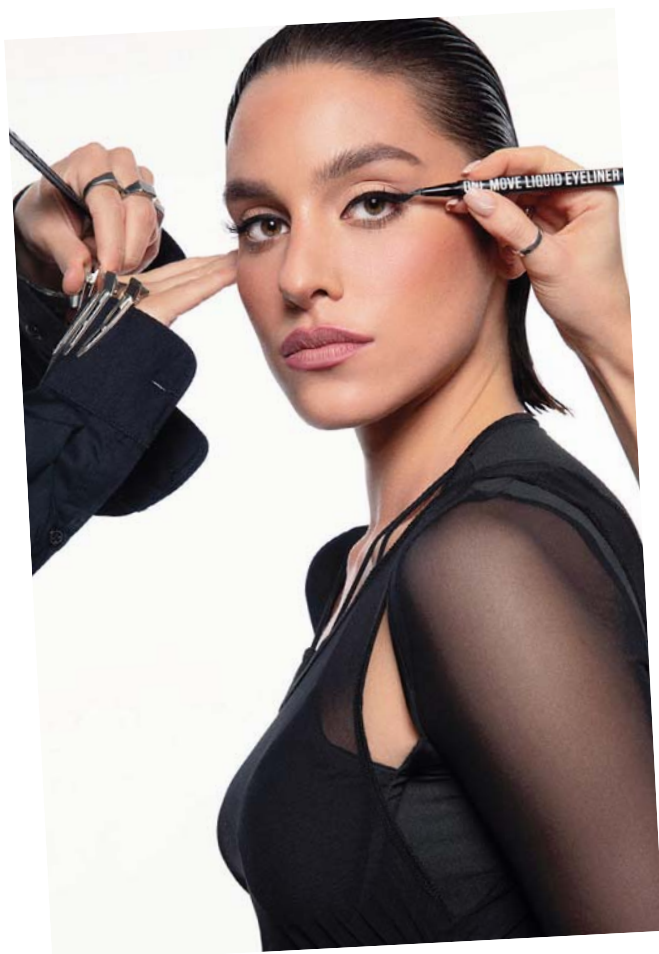
Z produktových novinek máme například nový make-up pro atopiky, který byl tedy již takovou podzimní novinkou. Na konci roku přišly ještě nové lesky na rty, které při dlouhodobém používání zvětšují objem rtů, dále voděodolná kontu-

rovací tužka na rty nebo tekuté tvářenky a korektor pod oči s peptidy. Sortiment máme hodně široký a značka Inglot určuje trendy a jde s dobou. Každoročně se u nás objevují novinky, vylepšené produkty i barevné variace. Zároveň ale některé končí, aby se sortiment optimalizoval. Důležité je, že výroba přichází s novinka-

mi postupně a my máme zároveň vždy čas se s nimi seznámit.

ptala se Dana Halušková

Spousta zákazníků využívá také freedom system, který spočívá v tom, že si do paletky podle sebe vyberete oční stíny, pudr, tvářenku apod., a pak už jen doplňujete produkty, které vám dojdou, takže paletka vám zůstává a vy měníte pouze vypotřebované produkty, a šetříte tak životní prostředí i svou peněženku.



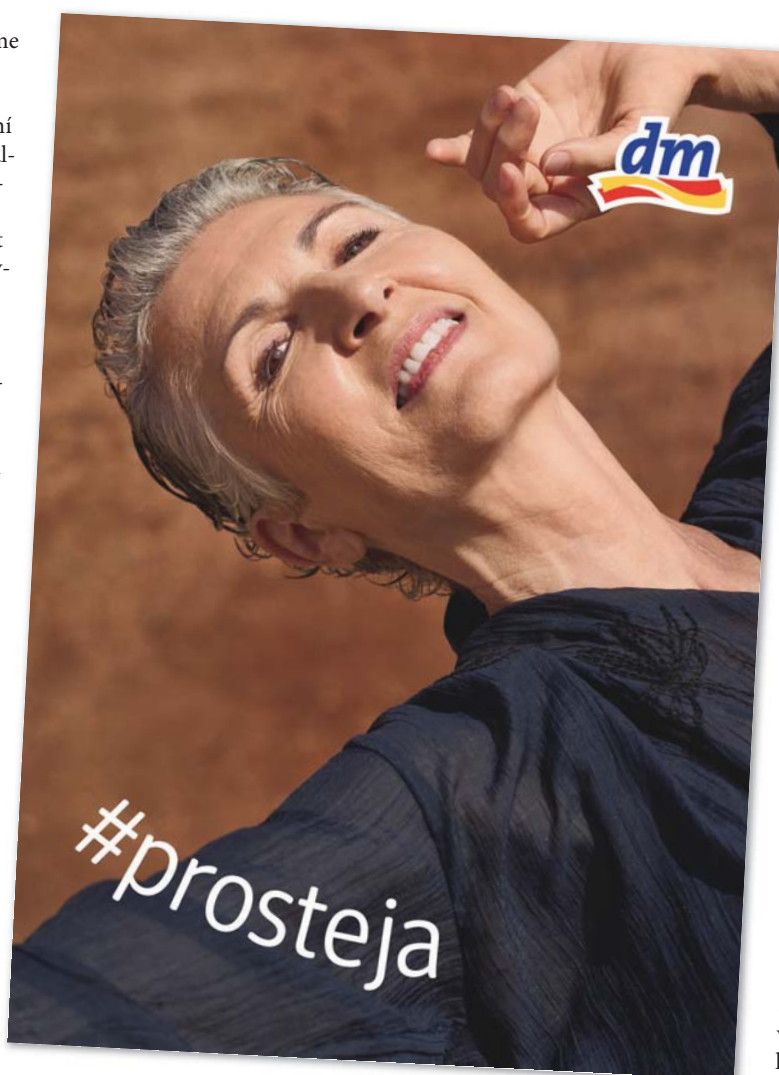
Prolomení tabu a důraz na rozmanitost

Pod hashtagem #prosteja startuje společnost dm novou komunikační linku ve dvanácti zemích. Podtrhuje tak představu člověka, která je hluboce zakořeněna v hodnotách společnosti, a odráží se i ve známém mottu **Zde jsem člověkem. Společnost dm uznává každého a oceňuje rozmanitost, kterou každý jednotlivec přináší. Jako podporovatel a zdroj inspirace chce dm díky #prosteja pomoci lidem objevit sami sebe, najít se a utvářet svůj život tak, aby odpovídal jejich vlastním představám a touhám.**

Být sám sebou není pro mnohé snadné. V komplexním světě jsme denně konfrontováni s různými očekáváními ve všech oblastech života. Mnohá z těchto očekávání vycházejí z tradičních rolí. Sociální média tlak na sebezdokonalování ještě zvýšila. Očekává se, že každý bude neustále prezentovat dokonalý život, který je pak srovnáván s životy ostatních. Všechna tato očekávání mohou vést k pocitu přetížení, protože si často vzájemně odporují. „Chceme vyzývat k tomu, aby se lidé zamýšleli nad očekáváními spojenými s jejich rolí a vytvořili si prostor pro vlastní sebereflexi,“ popsal cíle kampaně Jiří Peroutka, manažer komunikace dm. Každý člověk by měl mít možnost vymanit se ze společenských norem a jít svou vlastní cestou, aniž by se musel neustále přizpůsobovat ideálnímu obrazu, přesně ve smyslu hashtagu #prosteja.

Člověk ve své jedinečnosti

Mezinárodní report Women's Confidence uvádí, že rozhodnutí o životním směřování, která ženy činí, v průběhu času významně ovlivňují jejich osobnost a osobnostní rysy. Pečující role podporují vlastnosti, jako je například starostlivost, naopak vedoucí role podporují nezávislost a asertivitu.¹ Společnost dm uznává každého člověka a oceňuje rozmanitost, kterou každý jednotlivec přináší: „Pro nás nehraje roli, jak člověk vypadá nebo odkud pochází – důležitý je člověk ve své jedinečnosti,“ zdůraznil Jiří Peroutka. „To, jestli je někdo mladý, či starší, jaké životní cesty má za sebou nebo jaké osobní zkušenosti formovaly jeho život, není pro dm hodnotícím kritériem. Stejně tak lidi nedefinujeme podle vzdělání či profese nebo podle toho, jak žijí



a milují. V kampani #prosteja se neobjevují jen ti, kteří odpovídají reklamním ideálům, ale také lidé starší nebo s viditelným tělesným postižením,“ řekl Jiří Peroutka. S touto kampaní chce dm podpořit nastavení společnosti, ve které se každý může cítit dobře a rozvíjet se. „Protože respekt spojený se zájmem o druhého obohacuje život a je základem dobrého soužití. Jsme přesvědčeni, že rozmanitost a individualita nás nerozdělují, ale naopak nás jako společnost posilují a spojují.“

Zaměření na krásu a zdraví

Prostřednictvím ucelené nabídky kosmetického sortimentu pomáhá dm svým zákazníkům pečovat o sebe a cítit se dobře ve svém těle. Cílem #prosteja je povzbudit lidi, aby přijali svůj vzhled, projevíli svou kreativitu a objevovali nové looky. Vzhled není jen výrazem individuality, ale také způsobem, jak oslatit sebe sama. Důležitým předpokladem pro to, abychom mohli být #prosteja, je fyzické, emocionální a duševní zdraví. dm upozorňuje na tabu, a dokonce je záměrně porušuje, aby vytvořila bezpečný prostor, ve kterém lze otevřeně mluvit o ženském zdraví. Tímto způsobem chce povzbudit zejména ženy k péči o svou kondici a duševní pohodu. Prostřednictvím #prosteja dm toto téma opět otvírá a pokračuje ve své úspěšné iniciativě na podporu zdraví žen.

Dronová show k zahájení kampaně

Mezinárodní kampaň #prosteja odstartovala na přelomu roku 2025 novými vizuály a dále se promítne do všech medií, včetně spolupráce s influencery až po dronovou show či velkoplošné projekce na budovách v hlavních městech dvanácti zemí skupiny dm. Vývojem a realizací kampaně byla pověřena vídeňská agentura DODO. „S kampaní #prosteja podnikáme společně s dm důležitý strategický krok a vytváříme integrovanou kampaň, která vychází ze samotného srdce značky dm, neboť právě v dm jsou na prvním místě vždy lidé. Tato autentická se projevuje v 360° komunikačním mixu

a vyznačuje se optimizmem, individualitou, rozmanitostí a přirozeností,“ sdělili Katharina Maun a Georg Feichtinger, zakladatelská dvojice společnosti DODO. Společnost dm Česká republika představila kampaň na eventu, který se konal 6. ledna v pražském Tančícím domě. (tz)

¹ Women's Confidence – Women's Confidence. Women's Confidence. womensconfidence. report/. Published March 10, 2021.

Virózy i chřipky rádí, bylinky pomáhají



Mgr. Jarmila Podhorná

Každý z nás se snaží projít obdobím viróz a chřipek bez ztráty kytičky, nikdo nechce být nemocný. Jednou z možností, jak si pevně zdraví uchovat nebo ho posílit, jsou pomocníci z říše rostlin.

Na udržení dobrého stavu organismu a posílení imunitního systému můžeme využít hned několik bylin či gemmoterapeutik. Na

prvním místě je eleuterokok, dále maralí kořen, echinacea, schizandra či rakytník. Z gemmoterapeutik černý rybíz, lesní bez hroznatý, ořešák královský, kozinec, bazalka posvátná a další. Proti virovým zátěžím je dobré využít též tinkturu ze semen grepu či tinkturu z vrby. Také je třeba do těla dodat protizánětlivé prostředky, k čemuž slouží olše, třezalka či habr.

Vhodným přípravkem proti nachlazení, rýmě a kašli je tinktura z žampionu, habru či modřínu.

Špičkou na různé choroboplodné bakterie je obyčejná bylina – lichořeřišnice. Pro své antibioidické působení patří mezi nejlepší léčivé rostliny zvláště v dnešní době, kdy přibývá bakteriálních a virových onemocnění. Tinktura zhotovená z lichořeřišnice má silné antibioidické působení. Hubí bakterie salmonely, streptokoků, stafylokoků, proteus vulgaris a E-coli.

„Nejsilnějším bojovníkem s bakteriemi je nepochybně lichořeřišnice. Její účinek je dobře ověřován už po staletí. Naopak účinky výtažku z grepových jader známe teprve pár desetilet. Velmi osvědčeným a účinným je také čes-

nek. Na boj s bakteriemi doporučuji rovněž tinkturu z topolu, který umí organismus dobře dezinfikovat,“ uvedla Mgr. Jarmila Podhorná, majitelka firmy NADĚJE.

„S viry je to těžší, protože klasická medicína nemá na boj s nimi tak účinný prostředek, jako jsou antibiotika na boj s bakteriemi. Některé byliny ale umí působit i v případě virových onemocnění. Nejsilnější je opět extrakt z grepových semínek, a já jsem ráda, že máme potvrzeno, že náš extrakt patří k těm nejvyšším na českém trhu. Zabýváme se mimo jiné gemmoterapií – zkoumáme účinky extraktů z pupenů rostlin. Jako dobrý antivirový prostředek se nám jeví vrba. A nesmím zapomenout na eleuterokok neboli čertův kořen, který umí posílit organismus natolik, že se pak lépe atakům virů brání,“ doplnila informací Jarmila Podhorná. (red)



foto Pixabay

INZERCE

NADĚJE

Mgr. Jarmila Podhorná

Doplňek stravy

Doplňek z bylin jako podpora organismu proti virům a virovým onemocněním

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

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

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

www.nadeje-byliny.eu



Košíky potěší srdce, pohladí duši

Vrbové proutky mají zvláštní sílu. A když se z nich uplete košík, unese snad tíhu celého světa. Jenže ono to není jen tak. Umělecké řemeslo, košíkářství, to je docela dřina. Ale s obdivuhodnými výsledky. U paní Zuzany Tilajcsikové v její dílně se mi to potvrdilo. Měla jsem tu čest tam nahlédnout. Loni v listopadu se mi totiž splnil sen. Zavítala jsem do středočeských Veltrus, kde jmenovaná osobnost vytváří z linek přírody oblé tvary košů, košíčků, podnosů, které si kupují běžní spotřebitelé, ale také fajnšmekři, třeba designéři a milovníci přírodních materiálů. Jak by také ne. Když jsou tak krásné.

Jakmile vyjde se svým partnerem na trhy, má okamžitě vyprodáno. Vlastně stále. A co se vyrobí, hned mizí. Do domácností, k pěstitelům ovoce, do prostoru, kde se točí filmy nebo se vzpomínkami častuje doba minulých století. Já dostala návštěvu tohoto magického místa, malé dílny, kde na svět přichází nevídaná krása z proutí, jako dárek k narozeninám. Těch několik metrů krychlových s charakteristickou vůní, jež se podobá vůni lékárny a břehu rybníka, jsem si uchovala v duši navždy. Nahlédla jsem do pohádky, která, doufám, nikdy neskončí. Tohle řemeslo nezanikne, paní Zuzana do něj zasvěcuje už svou vnučku. A to je umění číslo dvě. Předat nastupující generaci znalosti a vědomosti, naučit ji, jak se co dělá. Ne každý z nás to zvládne.

Zuzana Tilajcsiková pochází z Mělnicka, kde má pletení z proutí bohatou historii. Jak se píše v jedné brožurce, na tradici drobných košíkářských dílen navázalo v polovině 20. století Košíkářské družstvo v Mělníku. V roce 1963, rok před tím, než se paní Zuzana narodila, zde byl otevřen učební obor pletář nábytku – košíkář, a ona patřila mezi jeho učně. S výučním listem nastoupila do Košíkářského družstva, kde působila až do jeho zániku, a to i v nástupnické firmě. Ale jak už to bývá, posléze, tedy přesně v roce 1997, si založila vlastní košíkářskou živnost. Takže je osoba výdělečně činná, a nám, obdivovatelům uměleckého řemesla, nabízí skvosty, které široko daleko jen tak nenajdete.

Její dílna je zaměřena především na výrobu tradičních košíkářských výrobků pletených z vrbového proutí, jejichž tvarosloví respektuje výrobní vzory typické pro mělnickou oblast. Vrbové proutí si paní Zuzana s partnerem pěst-



Zuzana Tilajcsiková



tují sami. Pro neznalého je to úplná věda. Jakmile se skladové prostory sousedící s dílnou naplní, odbyt je zajištěn, ihned se zase vyprázdní. Lidé si košíky, nůše nebo kukaně objednávají průběžně, některé z nich lze zakoupit i na e-shopu fler.cz. Nebo na různých prodejních akcích, kde se však rovněž dlouho neohřejí. Loni byl převelký zájem o koše na houby, no, není se co divit, když rostly jako snad ještě nikdy. Zajímavé jsou podlouhlé košíky na jahody, ty jsem si koupila hned dva. Ale jahody do nich dávat nebudu. Jeden jsem darovala a druhý mi slouží jako milá dekorace, před Vánoci jsem do něj naaranžovala větvičky a svíčky, a zdobil náš jídelní stůl až do poloviny ledna.

Když jsem pozorovala, jak se koš plete, říkala jsem si, že uplést svetr je proti tomu hračka. Paní Zuzana musí mít především velkou sílu v prstech, cvik. A také notné umělecké citění, jinak by všechny ty tvary a barvy nemohly těšit stále větší počet zákazníků. Dnes už má i nespočet zkušeností, které lze vyčíst z každého pohybu rukou i z tváře, která vyjadřuje soustředění a odhodlání rozdávat pohodu a užitek.

Její košíky pohladí srdce, potěší duši. Ať je veselo, nebo smutno. Dá se nad nimi snít i s nimi pracovat, naplnit je po okraj novými bram-

borami nebo šiškami, dotvářet domov, zdobit interiér, nosit si v nich štěstí štěstíčko. Možná si pomyslíte, že to přeháním. Ale ne, nepřeháním. Ty její košíky jsou prostě nádherné. Věřím, že poselství, které každému z nich vdechne, provází všechny z nás, všechny, kteří si její výrobek pořídí.

A já, já mám ke košíkům vřelý, osobitý vztah. U nás doma se do nich sekala tráva pro králíky a děda s těmi největšími jezdíval autem po lesní cestě na houby. Věřte nevěřte, ty koše jsme domů vozili plné hřibů, křemenáčů, lišek. Jiné malé košíčky byly na lískové ořechy, které jsme chodili trhat podél potoka dřív, než je odnesly veverka. Další košík byl na první letní jablíčka a na broskve. O něco větší pak patřily k podzimu, kdy se sklízela jablka a nosila se do sklepa na horší časy. Pro poetickou duši holčičky to byly malé zázraky. A protože na ně věřím, miluju košíky všech tvarů, barev i velikostí.

Dodnes proutěné krasavce používám na ovoce, na zeleninu, na bylinky, na pečivo, na cokoli. Také si jimi zdobím své obydlí, dokonce se mnou kamarádí i na skříni v ložnici. Přináší dobré emoce a harmonii přírody nesou co nejbližší. Dá se do nich vkládat kde co. I knížky, česnek nebo klubička. A to dělám moc ráda. Zejména květiny, ať již právě natrhané, nebo sušené, nejrůznější větvičky, kůru stromů, mohou nést vánoční i velikonoční výzdobu, jakoukoli dekoraci. A vždycky je to pěkné, přímo noblesní. A to je pak relaxace! Hrát si s nimi, dotvářet a domýšlet.

Obdivuji snad všechna řemesla, to košíkářské nevyjímaje. Dává nový život proutkům, které dokážou vyprávět leccjaký příběh. Samozřejmě vždy s dobrým koncem.

Když se mi hájemství veltruské paní košíkářky otevřelo, netušila jsem spousty podrobností. Třeba to, že vrba, aby měla pruty krásné a odolné, potřebuje k růstu spousty slunce. A já si naivně myslela, že naopak vyžaduje

stín. Možná mi to nakukal nějaký vodník, který si na staré vrbě brblal svá zaklínadla.

Když se vrbové proutí sklídí, roztřídí se podle délky, usuší se. A čeká, až na ně přijde řada. Suché neloupané proutí se zpracovává buď po máčení ve studené vodě, pak si zachová svoji přírodní barvu, nebo po spaření ve vařící vodě, kdy kůra zhnědne. Paní Zuzana pracuje převážně s neloupaným proutím, je dekorativnější a v několika barvách, které se báječně doplňují.

Miluji věci, které potřebujeme každý den. Ať už je používáme, nebo se na ně jen díváme. Košíky Zuzany Tilajcsikové slouží oběmu. Sama o sobě napsala:

„Nabízím košíkářské zboží vlastní výroby. Kromě běžných výrobků je možné zhotovit jakékoliv zboží na zakázku v rozměrech, které si určí zákazník. Používám převážně vrbové proutí předsušené neloupané odrůd rakovice, mandlovka, konopina a amerika, které si z velké části sama pěstují. Všechny proutěné výrobky dělám v provedení pro těžkou práci, stloukané železem, ucha zapuštěná až do dna koše, u dvouuchých košů přidávám osnovu a obtáčecí pruty houžvím. Proutěné výrobky zásadně nelakuji, je tedy možné je mýt a sprchovat vodou. Dále dodávám řízky košíkářské vrby pro založení vlastního prutníku, odběratelům zajišťuji celoroční servis při pěstování. V roce 2011 jsem získala od ministerstva kultury ČR titul Nositel tradice lidových řemesel. Své výrobky prezentuji na předváděcích řemeslných akcích po celé republice, můžeme se vidět na hradech, zámcích, v muzeích i skanzenech a na dobových jarmarcích.“ Paní Zuzana je slavná. Píší o ní časopisy, jezdí za ní televizní štáby s kamerami. Její výrobky se objevují ve filmech, figurují v reklamních spotech. Především však žijí s lidmi, kteří je mají rádi.

Eva Brix
kosikarstvi.websnadno.cz



foto Kateřina Šimková

Občas lelkovat a nebát se být nedokonalá



PhDr. Iva Moravcová

foto archiv PhDr. Iva Moravcová

„To je tedy stručný příběh mé osobní krize, která mi změnila život. K lepšímu. Navíc mě osobní zkušenost donutila, abych se začala syndromem vyhoření opravdu nadstandardně důkladně zabývat. A z hlediska své profese vlastně můžu říct, že se to stalo právě včas, protože mi poté začali chodit do ordinace další a další lidé, které syndrom vyhoření postihl. Je to fenomén, který je v posledních letech rozhodně na vzestupu a postihuje stále více lidí. A proto vznikla tato kniha. Najdete v ní deset kapitol, které poskytují základní návod, jak syndromu vyhoření předejít, jak poznat jeho první příznaky a co dělat, pokud vás postihne.“ Citace z publikace *Zářit a nevyhořet*, kterou vydal Nakladatelský dům GRADA v závěru loňského roku. Autorkou je PhDr. Iva Moravcová, která jako psycholožka působí na scéně oboru přes třicet let. Je zakladatelkou a ředitelkou společnosti IQI – Individual Quality Increase, jež pomáhá firmám v oblasti řízení lidských zdrojů, personálních rizik a profesního a osobnostního rozvoje, včetně různých soft tréninků. Iva Moravcová se také věnuje manažerům, podnikatelům i zaměstnancům, kterým pomáhá například v profesním rozvoji, překonat syndrom vyhoření nebo v rámci life style psychologie. Je certifikovanou auditorkou Evropské unie se zaměřením na lidské zdroje a akreditovanou dopravní psycholožkou. Působí též jako soudní znalkyně psychologie se specializací na psychologii práce, management, personalistiku a psychologii dopravy. Zeptala jsem se jí:

Diagnóza, která kolem nás obchází jako strašák: syndrom vyhoření. Naši rodiče ho neznali. Čeho je důsledkem?

Pravda je, že syndrom vyhoření byl poprvé profesionálně popsán Herbertem Freudenbergem v roce 1974, ale to neznamená, že symptomy se před tímto rokem nevyskytovaly a syndromy vyhoření nebyly. Dříve se však špatnému psychickému stavu nevěnovala taková pozornost, lidé byli v takových případech vyčleňováni ze společnosti a izolováni. Výskyt psychických nemocí je nyní tak častý – až každý pátý člověk trpí dle WHO (Světové zdravotnické organizace) psychickými problémy, že je nezbytné se tímto jevem profesionálně zabývat. Doba je velmi výkonová, rychlá, mnoho lidí v důsledku toho porušuje biorytmy a zdravý životní styl.

Kdo to nezažil, asi nepochopí. Vy sama jste si tím prošla. I proto vznikla vaše kniha?

Nejsem typ, že když něco zažiju a přežiju, hned to „hlásám“ do světa, tak jak je tomu právě ohledně syndromu vyhoření u některých nyní mediálně známých lidí, kteří ačkoli nevystudovali psychologii, založili si na syndromu vyhoření svůj „business“. Mám více než třicetiletou praxi převážně v oblasti psychologie práce, kde jsem se v pracovním prostředí čím dál častěji začala setkávat se symptomy syndromu vyhoření, a protože jsem i vystudovaná klinická psycholožka, začala jsem ho profesionálními metodami diagnostikovat, a na základě toho systematicky i léčit. Sešlo se několik faktorů, shodou okolností jsem poznala i já osobně tuto diagnózu, měla jsem hodně poznatků z praxe i teoretickou základnu z různých zahraničních studií, a především jsem viděla, jak toto téma je stále společenské „tabu“. Tyto okolnosti mě motivovaly pro napsání knihy, jež je založena především na příbězích lidí, kteří tvrdě a kvalitně pracují a nevyhořeli, a těch, kteří to dělali stejně, ale z nějakých důvodů neměli prostor na balanc svého zatížení a vyhořeli. Kniha je doplněna mými postřehy z praxe. První vydání vyšlo v roce 2019 v Euromedia a druhé, revidované vydání v listopadu 2024 v Nakladatelském domě GRADA.

Poznajjí postižení, že mají syndrom vyhoření?

Na syndromu vyhoření je zrádné to, že symptomy jsou plíživé, proto tyto změny lidé přijímají časem jako normu. Moderní psychologická pracoviště mají jednu až dvě spolehlivé

profesionální metody, jak syndrom vyhoření odhalit. Často jsou takovým zrcadlem změn jejich partneri nebo v pracovním prostředí kolegové. Není neobvyklé, že partneri u nás kupují vouchery jako předplatné péče pro své blízké a firmy doporučují profesionální preventivní diagnostiku svým zaměstnancům. Neboť jak známo, lepší je prevence než řešit následky.

Uvedla byste vědní obory, jež jsou oprávněné léčit tuto zátěž?

Správně léčit v první řadě znamená správně diagnostikovat. Vzhledem k tomu, že symptomy vyhoření jsou poměrně širokospektrální – nejčastěji spojené s úzkostí, která neléčená přechází v deprese, pak z toho logicky vyplývají dva obory, které se těmito symptomy profesionálně zabývají. Odborníci je pak umějí především bezpečně rozpoznat, a jsou to jednooboroví psychologové se specializací na klinickou psychologii a psychiatři.

Bohužel se v praxi čím dál častěji setkávám s tím, že si o syndromu něco přečtou kouči a jiní dychtivci po psychologii, a pak mají tu „odvahu pečovat“ o klienty. Není neobvyklé, že takto poškození klienti finálně končí u nás s již velmi pokročilým stádiem úzkostí nebo depresí. Mnoho lidí totiž nezná občasný doprovodný jev u těchto diagnóz, a to je tzv. usilovné udržování fasády, kdy bez profesionální diagnostiky nepozná, čím trpí, neboť o tom často nerado hovoří.

Co se stane, když člověk přijde pozdě, nechce si připustit, že je v podstatě nemocný?

Děkuji za dobrou otázku, v níž zmiňujete, že syndrom vyhoření je nemoc – ano, roku 2019 vyhlásila WHO (Světová zdravotnická organizace) syndrom vyhoření jako diagnózu. Lidé k odborníkům přicházejí pozdě většinou ze dvou důvodů, navštívit psychologa nebo psychiatra považují za osobní selhání, proto se vkládají do péče koučů nebo terapeutů, kteří však nemají vystudovanou jednooborovou klinickou psychologii, a tudíž neumí diagnostikovat – prostě jim tato péče do gesce vůbec nepatří, dle etiky by se vůbec do psychologických témat neměli pouštět. Další důvod je ten, jak uvádím výše, příznaky neboli symptomy jsou plíživé, lidé je časem přijmou jako normu a nechtějí na svém zaběhlém – byť špatně zaběhlém, životě nic měnit. Přijdou, až když už je jim hodně špatně, a to je pak složitější i na léčení. Je to jako s jakoukoli jinou nemocí, přijde-li člověk včas, doba léčení je kratší a šance na úplné vyléčení velmi vysoké.

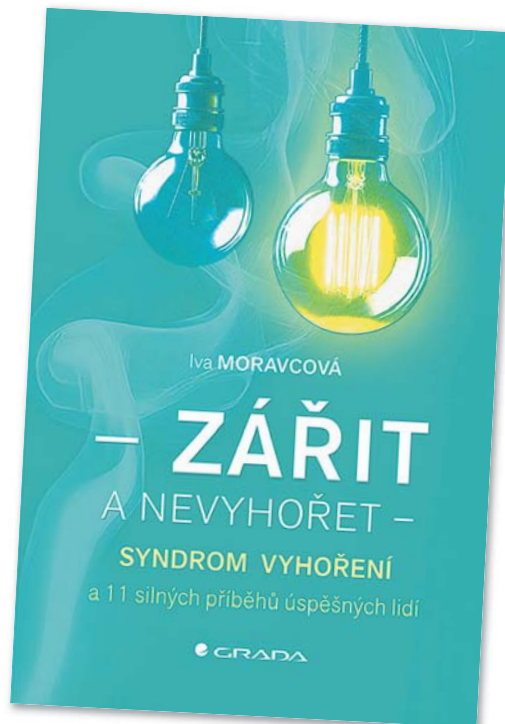
Dokážeme se chránit a nepodlehnout tlaku doby? Umět relaxovat, nebrat vše tak vážně, nebýt detailista?

To, že jsou někteří lidé perfekcionisté, je především genový jev a je dotvořen stylem výchovy v dětském věku, a tyto vzorce si člo-

věk nese do dospělosti, proto jediným řešením je vědomé zvládnutí nutkavosti k perfekcionismu, umět ovládat volbu priorit atd.

Chránit se před tlakem doby lze mnoha způsoby, k nejosvědčenějším patří technika, kdy se jedinci neporovnávají s ostatními (každý má jiné výchozí neporovnatelné podmínky) a každý by si měl být schopen určit svou vlastní životní cestu. Zde je jádro problému, reklama často určuje trendy v konzumním způsobu života, kdy jsou lidé nastaveni pouze přijímat, nejsou motivováni něco vytvářet, dávat, budovat a z toho plyne prázdnota života. Lidé pak cítí tlak, že nejsou dobří, že jiní jsou na tom lépe, ale nejsou schopni si stanovit reálné mantinely svého úspěchu a jít za ním. Často se rychle vzdávají, nechtějí překonávat překážky, vystoupit ze své „komfortní zóny“, která je často patologická, ale nedokážou si to připustit.

Další skupinou jsou ti, kteří jsou velmi proaktivní, rozjždějí mnoho aktivit, čekají rychlé zisky, není neobvyklé, že mají dvě až tři zaměstnání, a to zákonitě vede k vyčerpání. Aktivní relaxaci někteří neprovozují, protože hledají tisíce výmluv, proč to nejde, nevědumují si, že z těla nejde jenom brát, musí se mu i dávat. Jsou tací, kteří si potřebu relaxace uvědomují, ale nemají na ni prostě čas a doufají, že tělo a psychika vydrží.



Jenže jak nemít strach o to, že se neužívám, že nezabezpečím svou rodinu, že nebudu mít kde bydlet, že nedosáhnu na hypotéku, na splátky, že mě šéf vyhodí při prvním přešlapu?

U všeho se musí myslet. V poslední době se starám o relativně mladé klienty, kteří si pořídí tolik dětí, že to na ně vytváří neúnosný tlak, a také o ty, kteří si pořizují rodinné domy a nedomyšlejí, že je to skutečně velká ná-

kladová položka nejen na pořízení, ale i na následný provoz. Opět se porovnávají s ostatními, nereálně bez rezerv zvažují svoje možnosti – doufají v zákraky. K tomu lidi často vede i příliš sociální politika našeho státu. V dětech se nepěstuje od školních let zodpovědnost sám za sebe, nepěstuje se finanční gramotnost a zodpovědnost za své chování a své činy.

Budování profesionality – další téma, se kterým se setkávám. Lidé studují tzv. lehké obory, hlavně aby měli vysokoškolský titul, a pak zjišťují, že s humanitními obory není tak jednoduché se uživit, vrhají se do oblastí, které nevystudovali, a to jim přináší velmi stresové situace, ne vždy jsou ochotni podstoupit rekvizifikace a další studium.

Závěrem, nejistota a obavy o zvládnutí nároků mladé rodiny tu byla od pradávna, lidé v minulosti ale byli více trénováni ke zvládnutí překážek. Zdravá nejistota je excitační a vede k vyšším výkonům, vede lidi k tomu, že se snaží vymýšlet kreativní efektivní řešení. Prochází si tím každý mladý člověk, ale kvůli tomu, že dnešní mladí lidé nesportují, od malička často mají vše, na nic nemusí čekat, pak v dospělosti hůře snášejí diskomfort.

Přetíženost lidí z businessu stoupá, a to až raketově. Není něco na světě špatně nastaveno?

Lidé si neváží času jako vzácné komodity. Každý máme k dispozici 24 hodin denně, lze je využít efektivně, ale to pak znamená zvýšené nároky na sebe v oblasti sebeřízení, time managementu, proaktivní asertivity, a především to vyžaduje mít jasné mantinely, co chcí, a to většina lidí nemá, žije ve vleku denních událostí, neplánuje. Přetíženost bych dle vlastního pozorování, jak to chodí ve firmách, přetavila do slov „časté tlachání o nepodstatných věcech“, malý tah na branku, špatné projektové řízení s malou důsledností na dotahování detailů a dodržování deadline – termínů.

Bojíme se vlastních strachů, podléháme manipulaci, nevíme, jaké informace jsou vlastně pravdivé, jak s nimi zacházet. Co s tím?

Téměř všichni klienti, kteří ke mně přišli s přehnanými strachy, neměli žádné pořádné stanovené profesní ani osobní cíle, proto bloumali, hloubali a přemýšleli nad banalitami, ve kterých hledali problémy a vytvářeli si obavy až strachy. Jak se zpívá v písničce: Děláním, děláním všechny smutky zahání, děláním je lék. Tak bych charakterizovala svoji terapii v těchto případech, až na některé výjimky, které jsou patologického rázu.

Co se týká informací, které lidé vstřebávají, je pouze na nich, aby si uvědomili, co s nimi ty informace dělají. Pokud nám některé informace nedělají dobře, přinášejí psychický diskomfort, je potřeba je omezit, jiná cesta k nápravě není.

**Někoho však práce natolik baví, že ani ne-
tuší, jak mu to nadšení a radost zadělává
na průsvih...**

Ano, je potřeba si uvědomit, že nejenom „prací živ je člověk“, proto každou pracovní zátěž je potřeba balancovat. Dopřát tělu kvalitní stravu a odpočinek, ideálně aktivní formou. Když jsou lidé unavení, je opravdu lepší místo polehávání u televize a obrazovky počítače jít do sauny, na masáž nebo se naložit do vany s aroma olejíčky, pustit si příjemnou relaxační hudbu a nechat jí prostoupit své tělo.

Odolávat stresu je umění, ale dá se to naučit. Doporučujete třeba méně telefonování, méně času u počítače, více času s motýčkou a hráběmi nebo v lese?

Ano, dá se to naučit, je to většinou komplexní změna, u každého jednotlivce jde o něco jiného, nelze obecně říci, co by kdo měl udělat. Je

to komplexní práce sám na sobě většinou pod vedením zkušeného psychologa.

Prý je pro ženy velkým relaxem jakákoli ruční práce, třeba pletení, šití, pečení. Je to lepší než sport?

Takto bych to netvrdila, za prvé, každá žena je jinak založená, a také záleží na dané situaci a rozpoložení ženy, i sportovkyně si někdy rády stoupnou ke sporáku, a naopak.

Jak se dnes stavět k zodpovědné roli matky, manželky, podnikatelky, manažerky, která sice umí plánovat čas, ale na lůžko v noci klopytá

a při intimních chvílích usíná? Lze něco změnit?

To je otázka na dlouho diskuzi, do které se nyní nechci pouštět. Velký deficit u pracujících žen vidím v tom, že možná v práci umí delegovat, ale v soukromí mají problém ně-

kteří činnosti outsourcovat – svěřit je někomu jinému tak, aby když přijdou domů, mohly být těmi milujícími matkami a partnerkami, které mají prostor si popovídat s členy rodiny, dbát na společné chvíle s menšími dětmi při jejich usínání při čtení, v pozdějším věku při povídání. Často zapominají na své já, za celý týden nejsou ani na chvíli samy sebou, a to je špatně.

A tak tedy: návod na to, aby ženy zářily a neshořely? Lze to vyjádřit pár větami? Jakou radu dát majitelkám firem, které chtějí žít naplno?

- Vážít si sama sebe, což jim pak dovoluje účinně prosazovat své zájmy osobní i pracovní, a tím být asertivní.
- Pravidelně dbát na ducha i tělo, aby byly fit, a to na denní bázi, a zapojit do tohoto programu celou rodinu i pracovní tým nebo firmu, kterou řídí.
- Občas lelkovat, neboť v lelkování dochází k uvolnění mysli, a ta nám pak začne generovat skvělé nápady.
- Nebát se být někdy nedokonalá.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Trendem je zapojování rodinných příslušníků

Firmy se vracejí k pořádání teambuildingů. Setkávání zaměstnanců obvykle realizují dvakrát ročně – v zimě a v létě. Náklady se mohou vyšplhat na statisíce. Vyplatí se firmám investovat do společných zaměstnaneckých aktivit?

„Zlatá éra“ teambuildingů v Česku probíhala zhruba v letech 2010–2019. Na její konec měl výrazný vliv covid-19. Pandemie přinutila mnoho firem omezit fyzické setkávání, což vedlo k dočasnému útlumu tradičních teambuildingových aktivit. V současné době je trend pořádání teambuildingových akcí opět na vzestupu, avšak v upravené podobě. „Zatímco v minulých letech byly populární sportovní zaměřené akce, aktuálně jsou v oblibě wellness programy, relaxační sezení nebo workshopy zaměřené na duševní zdraví. V loňském roce jsme zaznamenali trend, kdy firmy zapojují do teambuildingů i členy rodin svých zaměstnanců. Organizují rodinné akce, které podporují loajalitu a work-life balance zaměstnanců. Tento trend bude v následujících letech sílit, protože právě skloubení pracovních a rodinných aktivit je jedním z hlavních témat pracovního trhu,“ uvedla Denisa Janatová, ředitelka společnosti smitio. Kromě tradičních teambuildingů se stále častěji objevují alternativní způsoby utužování kolektivu. Pandemie do firem zavedla nový způsob setkávání – virtuální teambuildingy. Některé firmy u nich zůstávají stále. „Řada firem se začala zaměřovat na alternativní způ-

soby, jak utužit kolektiv. Patří sem například hybridní nebo virtuální teambuildingy. Zejména během covidu pořádaly firmy online setkávání, kde si zaměstnanci mohli dát sklenku vína u monitorů a nezávazně si popovídat. Některé společnosti dovedly online setkávání k dokonalosti tím, že dopředu zaslaly domů balíčky například s různými druhy piva a uspořádaly online ochutnávku. Online teambuildingové aktivity, jako jsou virtuální hry, workshopy a společné projekty, jsou oblíbené zejména u firem s částečně nebo zcela vzdálenými pracovními týmy,“ doplnila Denisa Janatová. Teambuildingy na bázi osobního setkávání pořádají zejména velké firmy. „Ve



foto Kateřina Šimková

firmách, které mají více poboček po celé republice, mají teambuildingy stále velký význam. Je to vynikající příležitost pro zaměstnance z různých míst vzájemně se osobně poznat, především ve velkých firmách se často znají jen z e-mailové komunikace. Tomu by pak měl být přizpůsoben i program, aby si zaměstnanci, kteří se běžně nesetkávají, vytvořili pevnější vztahy,“ řekla Olga Hyklová, majitelka a výkonná ředitelka personální agentury Advantage Consulting. Velkým tématem je sociální odpovědnost jednotlivých podniků, zajímá se o ni téměř 80 % zaměstnanců, a promítá se i do společných aktivit. „Sociální a dobrovolnické akce hrají důležitou roli v budování týmového ducha. Společné zapojení do dobrovolnických aktivit nebo charitativních projektů posiluje soudržnost lidí. V Česku tak přibývá teambuildingů s dobročinným zaměřením,“ řekla Kateřina Marešová, ředitelka obchodního oddělení a oddělení péče o zákazníky společnosti smitio. Náklady na setkávání zaměstnanců se liší podle velikosti firmy a náplně teambuildingu. Ve větších firmách dosahují i několika set tisíc korun. Jejich pořádání se firmám ale přesto vyplatí. „I když se zprvu mohou zdát náklady vysoké a management může zvažovat přínosy, pořádání teambuildingů se zaměstnavateli vyplatí. Mohou přinést několik klíčových výhod. Spokojený a soudržnější tým je méně náchylný k odchodům, což snižuje náklady spojené s nábořem a zaškolením nových zaměstnanců,“ vysvětlila Denisa Janatová. (tz)

Diverzita na vedoucích pozicích: 81 % CEO jsou muži, podíl žen se zvyšuje jen zvolna

Stejně jako v předchozích letech byla i v loňském roce na vedoucích pozicích v České republice patrná převaha mužů, přesto podíl žen oproti roku 2023 mírně vzrostl. Vyplývá to z detailní analýzy náborové platformy Datacruit, která se vloni stala součástí skupiny Seyfor. Ze studie, která zahrnuje celkem 350 000 pracovníků obecně na vedoucích pozicích v ČR, vyplývá, že 66 % z nich (v absolutních sledovaných číslech 230 000 zaměstnanců) zastávají muži, zatímco ženy tvoří pouze 34 % (120 000). Oproti roku 2023 se podíl mužů na vedoucích pozicích snížil o čtyři procentní body. Ženy na vedoucích pozicích jsou vidět především v sektorech HR, práva a marketingu, muži dominují v oblastech IT nebo strojírenství.

Diverzita je častým tématem diskuzí napříč společností. Genderově vyvážený leadership nabízí firmám i společnostem jako celku řadu benefitů. Rozmanitost, kterou přináší, otevírá v mnoha ohledech příležitosti k rozvíjení osobního i týmového potenciálu a do pracovního prostředí vnáší větší pestrost, flexibilitu a kreativitu. Studie, kterou vytvořila společ-

nost Datacruit na základě analýzy dat ze sítě LinkedIn, zahrnuje celkem 42 200 CEO. Nejvyšší výkonnou pozici ve firmách zastávali v roce 2024 v České republice převážně muži, a to z 81 %. Z výsledků je zřejmá také klíčová kompetence CEO, kterou je kromě zkušeností s vedením týmu také detailní odborný vhled a vysoká míra orientace v businessu daného odvětví. Přes 71 % mužů i žen zastávajících pozici CEO má v daném oboru více než desetiletou praxi. Reálnou šanci obsadit tento post mají podle studie manažeři minimálně po pěti letech práce v oboru, počet CEO s méně než dvouletými zkušenostmi je téměř zanedbatelný (necele 2 % žen i mužů).

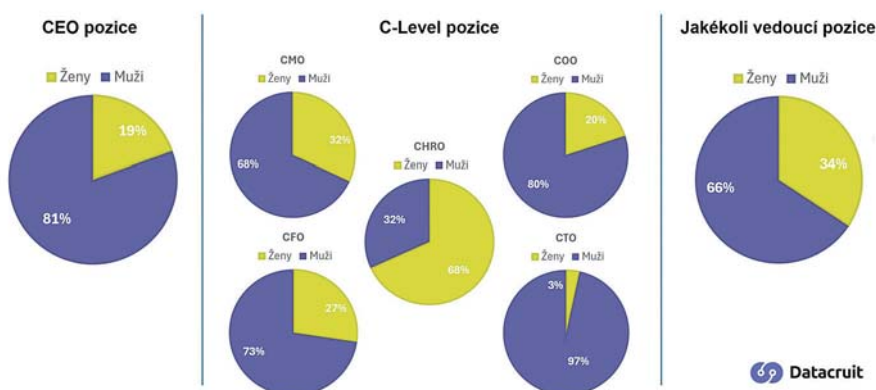
„Z naší studie je vidět, že přes zjevné kompetence a kvalifikace žen existují stále bariéry, které ženám brání v tom, aby byly obsazovány do nejvyšších pozic. Svou roli hraje i fakt, že do nejvyšších výkonných pozic ve firmách nejsou dosazováni noví lidé příliš často – téměř 50 % mužů a přes 45 % žen si drží své CEO pozice již více než 5 let s tím, že více než polovina z nich zastává tuto pozici dokonce již přes deset let,“ komentoval výsledky Zdeněk Bajer, CEO společnosti Datacruit. Na úrovni C-level pozic je zřejmý výrazný rozdíl v diverzitě podle konkrétního odvětví

a odborností. Při detailním pohledu na data více než 37 000 pracovníků na úrovni C-level je podle dat společnosti Datacruit zřejmá největší a ojedinele výrazná převaha mužů (97 %) na pozici technických ředitelů. Na dalších významných postech, jako jsou provozní ředitelé a CFO, zastávají ženy v Česku vedoucí pozice v 20 %, respektive 27 %. Odvětvím, kde se ženy prosazují do ředitelských pozic výrazněji, je marketing – zde je podíl mezi muži a ženami 68 % versus 32 %.

Zásadně jiná je ale situace v oblasti HR. Zde se prosazují ženy velmi výrazně, na pozici ředitele HR jich je celých 68 %. „Důvodem tak vysokého podílu žen ve vedoucích rolích v HR je fakt, že tato oblast vyžaduje silné komunikační dovednosti, empatii a schopnost budovat vztahy – vlastnosti, které jsou tradičně přisuzovány spíše ženám. Historicky bylo HR vnímáno spíše jako podpůrná než strategická funkce. To odradilo muže, zatímco ženy zde měly prostor vyniknout. Dnes se však HR posunulo do centra firemního rozhodování, kde ženy úspěšně kombinují své zkušenosti s řízením týmů a podporou firemní kultury. Přesto by do budoucna mělo být cílem větší zapojení mužů, protože diverzita názorů a přístupů je klíčem k úspěšnému řízení lidí,“ komentovala Martina Chloupková, HR ředitelka společnosti Seyfor. Zajímavý je také pohled na vedoucí pozice z pohledu absolventů jednotlivých škol. „Pokud se podíváme na vedoucí pozice z širšího nadhledu a zahrneme do nich i nižší úrovně v rámci vedení firmy, pak zjistíme, že skoro 60 % žen vystudovalo jednu ze tří škol, a to v tomto pořadí – Karlovu univerzitu, Vysokou školu ekonomickou v Praze a Masarykovu univerzitu. U mužů je oproti tomu zřejmý větší význam technických oborů – více než 60 % absolvovalo jednu ze čtveřice vysokých škol – Vysokou školu ekonomickou v Praze, České vysoké učení technické v Praze, Karlovu univerzitu a Vysoké učení technické v Brně. U obou skupin se nejčastěji prosazují absolventi oborů obchodní administrativa a ekonomika, třetí místo zaujímá u žen obor marketing, u mužů pak informační technologie,“ dodal Zdeněk Bajer. (tz)

Podíl mužů a žen na vedoucích pozicích v ČR v roce 2024

Zdroj: Analýza náborové platformy Datacruit, která zahrnuje 350 tisíc pracovníků na vedoucích pozicích v ČR



Ano, maluji **naivní** obrazy

Ráda si prohlížím obrazy a obrázky, které zdobí stěny galerií, kancelářů, vstupních hal, recepcí, nebo i ty, které se potulují na nejrůznějších webových stránkách. Nesnažím se v nich číst ani je vykládat, nepřemýšlím o tom, co chtěl autor vyjádřit. Dovoluji si z nich brát krásu, potěšení, spousty emocí vznikajících z barev, tvarů i netvarů, přikládám je do své duše, a násobím tím svůj vlastní pohled na svět. Když jsem si poprvé prohlížela obrazy Alexandry Dětinské, české naivní malířky, bylo mi báječně. Ocitla jsem se na vlně pohádky s dobrým koncem. Zabydlela jsem se v tom mumraji nádhery a štěstí. V tom mumraji postaviček, staveb, věcí a věcíček, a hlavně dobra. Plynula ke mně laskavost, po níž všichni toužíme.



Malíř Hugo Kysilka vás charakterizoval jako ženu plnou noblesní energie, která ho fascinuje svou silou a vytrvalostí. Asi na to bude něco pravdy, když malujete tak krásné obrazy...

Děkuji, to mě moc těší.

K této životní-profesní lásce jste se dostala brzy poté, co jste vystudovala střední zdravotnickou školu. Přemohly vás tehdy emoce, zvítězily nad racionálním uvažováním? Nebo vám to bylo jedno a nastoupila jste prostě cestu svého srdce?

Když jsem tehdy, zhruba po roce, opouštěla práci zubní laborantky, šla jsem za svobodou... za svobodou malovat si, co chci, a hlavně kdy chci, a ani jsem si tenkrát moc neuvědomovala tu obrovskou zodpovědnost za vše, co k to-

mu patří. Určitě to byla cesta srdce a tím, že to vyšlo a maluji po celý svůj život, si myslím, že to bylo to nejlepší rozhodnutí.

Zařadila jste se mezi české naivní malíře, je to tak? Jaká témata vás nejvíce fascinují, lákají?

Ano, maluji naivní obrazy. A mám ráda naivní tvorbu jako umělecký směr. Velmi to ovlivňuje můj život, myslím v tom nejlepším slova smyslu. Když nemaluji své obrazy, ráda se dívám na obrazy jiných naivních malířů. A asi jsem i zde zvolila intuitivně směr, který poskytuje nejvíce svobody k vyjádření toho, co cítíte nebo o čem sníte. Ráda maluji sny, ale těch malovacích se mi až tolik nezdá, tak si trochu při malování dopravněji realitu podle sebe, proto mé postavy často létají po obloze nebo se po pražských střeších procházejí exotická zvířata...

Máte ale také svůj webový obchůdek, kde si zájemci o hezké věci mohou zakoupit olejomalby nebo třeba předměty andělské z kamenů nebo váš kalendář na rok 2025. Přibývá lidí, kteří si chtějí pořídit něco originálního, co je bude provázet dny všedními i svátečními?

Myslím si, že taková část lidí tady byla vždy. Někdo si koupí třeba jen malý obrázek, někdo se vrací pro další, vzácně se z něho stane sběratel, a to je úžasné. Ale co mě velmi mile překvapilo, je prodej kalendářů a pohlednic. Snad se opět vrací doba, kdy si lidé začnou ručně psát pohledy. A třeba i s obrázky.

Vytváříte neobvyklé šperky Andělky, tedy šperky-panenky. Co mají nositelce sdělit? A kupují si je ženy, nebo i muži pro ženy?

Každá Andělka má hlavičku z minerálu nebo polodrahokamu, ručně vytvořené šatičky, včetně malování nebo zdobení kamínky. Je to často síla nebo účinky jednotlivých kamenů, podle čeho si budoucí nositelky vybírají své panenky na krk. Kupují si je ženy jak pro sebe, tak i pro své kamarádky.

Působíte také jako organizátorka ročních výstav českého a evropského naivního malířství v pražské galerii Lapidárium. Prý se už staly proslulé a mají vysokou návštěvnost. Přiblížila byste tento projekt?

Myšlenkou zorganizovat mezinárodní výstavu naivního umění INSITA PRAHA jsem se zabírala již delší dobu, protože jsem si přála zařadit Prahu mezi evropská města, kde tyto výstavy již dlouhá léta probíhají. Ale pak přišel covid a trochu se vše protáhlo. V listopadu 2021 se uskutečnil první ročník a od té doby se výstava každý listopad opakuje v centru Prahy v galerii Lapidárium. Návštěvníci si mohou prohlédnout více než sto obrazů od zhruba 40 autorů z celé Evropy. Tradičně bývá nejvíce autorů z České republiky a každý rok se mi zatím podařilo objevit nebo oslovit nové autory. Kromě obrazů malovaných olejem či akrylem vystavujeme také podmalbu na skle, keramické obrazy nebo netradiční obrazy s kousky betonu. Navíc krásné prostory galerie s barokními sochami a naivními obrazy poskytnou opravdu nevšední zážitek.

Myšlenkou zorganizovat mezinárodní výstavu naivního umění INSITA PRAHA jsem se zabírala již delší dobu, protože jsem si přála zařadit Prahu mezi evropská města, kde tyto výstavy již dlouhá léta probíhají.



Pražský andělek



Útěk z maškarního sálu Český Krumlov



Františkovy Lázně

O čem bude letošní výstava?

Letos se bude pátý ročník výstavy konat opět v listopadu a my chystáme tradiční hlasování návštěvníků galerie o Cenu veřejnosti, kdy každý zájemce může přispět svým hlasem pro obraz, který se mu nejvíc líbí, a vítěz této ceny se stane autorem ústředního obrazu, který bude na plakátech, pozvánkách a propagačních materiálech, pro další ročník. Dále se v průběhu výstavy uskuteční několik koncertů vážné hudby a chystáme i sobotní večerní prohlídky. A větší prostor dostane i loňská vítězka Ceny veřejnosti Jana Chroustová, která bude v galerii malovat své obrazy a uvádět komentované prohlídky. A neměla bych zapomenout na nový nápis INSITA PRAHA, který je složený z jednotlivých písmen pomalovaných vystavujícími autory.

Jste vlastně svým způsobem tedy nejen malířka, výtvarnice, ale i podnikatelka a manažerka. Jak se zkušenosti navzájem propojují a snoubí?

Většinu roku jsem hlavně malířka, a díky této výstavě se na pár měsíců stanu i galeristkou. Musím říct, že se vždy na vše velmi těším. Ono i samotné vybalování obrazů je velké dobrodružství, a ještě větší dobrodružství je jejich věšení, aby se tam všechny vešly, a hlavně, aby spolu ladily jako celek. V tom mi možná pomohly zkušenosti z mých předchozích samostatných výstav.

Kdy se vám tvoří lépe, když jste smutná, veselá, nebo ve stresu?

Poslední dobou je to jednoznačně pod tlakem. Nyní je to častěji, než bych sama chtěla, ale při své celoživotní nedůslednosti ze sebe při Insitě vydám maximum, tak mě pak chvíli trvá, než se srovnám. Ale malováním si vždy spravím náladu, protože se často u svých obrazů bavím, a směji i nahlas.

A kde si můžeme vaše díla prohlédnout, případně koupit?

V současné době je asi nejvíc obrazů k vidění na mých webových stránkách. Jsou tam obrazy z dřívější doby, i aktuální k prodeji. Pár jich je v galeriích v ČR. Zatím vím určitě, že bude vystaveno pár obrazů letos na Insitě a příští rok budu mít výstavu ve Františkových Lázních. Po

Po velmi aktivních letech, kdy jsem měla i čtyři samostatné výstavy v roce, mám nyní klidnější období, spíš vyčkávám, co ke mně přijde... A také pozvolna rozšiřuji sbírku naivních obrazů, mým dalším snem je zřídit stálou expozici současného naivního umění...



Andělka

velmi aktivních letech, kdy jsem měla i čtyři samostatné výstavy v roce, mám nyní klidnější období, spíš vyčkávám, co ke mně přijde...

A také pozvolna rozšiřuji sbírku naivních obrazů, mým dalším snem je zřídit stálou expozici současného naivního umění... A vidíte zase sen, asi si ho namalují.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí
www.alexandrادتinska.cz
www.insitapraha.cz

Múza: Revoluce ve správě zaměstnaneckých výhod od Benefit Plus



Česká společnost Benefit Plus provozuje Múzu, nejmodernější systém pro správu zaměstnaneckých benefitů. Inovativní nástroj představuje zcela nový přístup k jejich správě, který reaguje na potřeby současného trhu, zaměstnanců i HR týmů.

„Nastal čas posunout oblast zaměstnaneckých benefitů do současnosti. Múza je výsledkem naší snahy vytvořit nástroj, který odpovídá požadavkům moderní generace,“ řekl Ondřej Tyl, generální ředitel Benefit Plus. Firma, která

od svého vzniku v roce 2003 přinesla na český trh jako první možnost online správy benefitů a zdigitalizovala stravenky, nyní pokračuje ve své vizi vnést do zaměstnaneckých benefitů férovost, demokratizaci a inovace. Její novinkou pro rok 2025 je inovativní systém pro správu benefitů, Múza. Mezi její klíčové přínosy patří: Múza je výsledkem více než 250 hodin konzultací s HR profesionály a uživateli. Cílem bylo vytvořit systém, který splňuje nejvyšší standardy e-commerce projektů. Modulární platforma Múza se tak snadno přizpůsobí specifickým požadavkům každé společnosti.

Múza nabízí čtyři efektivní moduly, které zjednodušují správu benefitů:

- **MúzaMarket:** Chytrý vyhledávač a interaktivní mapa pro inspirativní a jednoduché využití volnočasových benefitů.
- **Múzaln:** Kompletní správa interních firemních agend a benefitů na jednom místě, včetně stravenek, finančních benefitů či odprodeje majetku.
- **MúzaStudio:** Administrativní centrum pro HR s přehledy, reporty a nástroji pro snadnou editaci uživatelských údajů.
- **MúzaPay:** Moderní QR platební systém nahrazující roztržičnost platebních metod, která

je nyní na trhu standardem, do jednotné, rychlé a pohodlné platby. Konečně jediný způsob platby pro všechny benefity. QR platební systém MúzaPay zajišťuje jednoduché, rychlé a bezpečné transakce ve více než 12 000 partnerských místech. Tento ekologicky šetrný přístup eliminuje potřebu plastových karet a papírových poukázek, čímž přispívá ke snížení odpadu. Díky nástrojm jako MúzaStudio může HR snadno monitorovat a analyzovat využití benefitů, a snižuje se tak administrativní zátěž. Zaměstnanci pak oceňují intuitivní ovládání a dostupnost všech benefitů na jednom místě. Múza je navržena tak, aby rostla spolu s firmou. Pomáhá zvyšovat spokojenost zaměstnanců, jejich loajalitu a produktivitu. „Naši vizi je vytvořit systém, který bude odrážet potřeby dnešního světa i nastupující generace zaměstnanců. Věřím, že Múza je krokem, který ji naplňuje,“ doplnil Ondřej Tyl a pokračoval: „Přes dvacet let jsme jediní, kdo v Česku oblast zaměstnaneckých benefitů opravdu inovují. Věděli jsme, že je na nás, abychom zastaralou Cafeterii přetvořili v něco jiného a lepšího. A soudě podle ohlasů prvních zákazníků vidím, že jsme na správné cestě,“ uzavřel. (tz)



Fejeton

Potvora umělé inteligence

Denně ke každému z nás míří nespočet informací o umělé inteligenci. Jak pomůže ušetřit čas zdravotníkům, protože převezme rutinní operace, vyřizování denní agendy. Kterak bude ku prospěchu rozvoji cestovního ruchu, protože nebudou potřeba recepční. V supermarketech se zákazníci obejdou bez pokladních, protože vše vyřídí s AI. Ta bude vytvářet personalizované plány stravování, užívání výživových doplňků a bude nás vést při volbě životního partnera. Navrhne interiér bez chyby a rychle.

A spousty jiných věcí. Ráda bych uvěřila, že zahrne služby některých úřadů a institucí, nebo případně zruší všechnu byrokracii, v níž se topí podnikatelé. Že rozevře vrátka nápadům a podpoří potenciál tvořivosti lidstva. Že na svět konečně přijde perpetuum mobile místo jaderné či větrné energie, a my už nebudeme muset platit za elektřinu nebo plyn. Nebo že ozdraví všechnu znečištěnou vodu v řekách. A žít se nám bude tak, jak o tom nesnili ani největší optimisté či romanopisci. Jenže... Onehdý jsem si přečetla, že bude potvora AI tak dokonalá, že touhle svou dokonalostí zahubí celé lidstvo. A že to bude brzy. Oka jsem v noci kvůli tomu sdělení nezamhouřila. Koneckonců, jak říkají filozofové, nic není nemožné. A to je ten malér nekonečna. Představte si, že bude mrcha AI chytrější než všichni kyberzločinci dohromady, že si spořádá

všemožná data, nakrmí svůj obrovitý apetit po kompletaci informací a začne přepisovat údaje v katastru nemovitostí. Třeba. Obyčejný český člověk, který si odříkal leckakou dovolenou, jen aby zajistil rodině slušné bydlení, šetřil a půjčoval si celý život, aby měl domeček s pěknou zahradou, se najednou doví, že mu jeho poctivě vybudovaný majetek vlastně kliknutím okamžitku nepatří, že dokumenty nabyly právní platnosti a zítra se má vystěhovat. Ano, je to absurdita, ale kdoví, co nás potká.



foto Martin Šimek

Nebo dostanete zprávu o vašem zdravotním stavu, kde se píše, že jste úplně fit. Proč ne, to potěší snad každého, vlastně co lepšího si přát? Zdraví je základ nad základ. A placebo funguje jako o závod. Jste neskonale šťastni, skáčete radosti! Přínos k vaší kondici je to nesporný, s vědomím plného zdraví se dá překonat leckaká svízel. Ale co pak, když vás porazí něco, nač

měla AI přijít už v zárodku, ale nějak to zanedbala, nebo lépe, poslala vám údaje někoho úplně jiného? Bude AI neomylná? Jak ji přinutíme? Ano, jsem neznalá a naivní. Přesto si takových otázek kladu nespočet. Jak se dovíme, co je pravda, a co ne? Když veškerou správu nad tokem dat převezme kámoška AI? Příznávám, jsem příslušník generace, která spíš věřila a věří inteligenci přirozené, ale nezapírám, že novinky mne lákají, pokud pochopím jejich přínos. Umělou inteligenci nezatrucuju, jen nevím, nakolik jí budu moci skutečně věřit. Protože v člověku vždy bude kousek dobra i zla zároveň, a to přesto, že miluje pohádky s krásným koncem. Při inteligenci umělé inteligence si nejsem jista, zda divoké zlo neudělá vývojový skok a nedotlačí dobro ke zdi. Průšvih je, že dnes žijeme startem na jedno kliknutí a nespoleháme na poštovní holuby ani na podání ruky. Vše se děje rychle a rychleji, a co když umělá inteligence nebude mít čas ani přemýšlet? A to je možná ten problém. A tak sem tam vystrkují růžky vstříc nezkroutné AI a špekuluji, jak to navléct, abych zůstala sama sebou, mohla odkázat některé své poklady potomkům, a ne nějaké pochybné existenci, abych mohla dát sázet česnek a chilli papričky na svém pozemku a radovat se ze zdraví, které patří právě mojí tělesné schránce. Ale řeknu vám, je to docela fuška. **Eva Brixí**

Strašáka jménem stárnutí se bojí téměř polovina žen

foto Kateřina Šimková

Ačkoliv je stárnutí přirozenou součástí lidského života, pro mnoho žen bývá obávaným strašákem. Jak přistupují dnešní příslušnice něžného pohlaví ke stárnutí a které věkové skupiny se jej bojí nejvíce, zjistil nový americký průzkum. Podle něj stárnutí způsobuje stres téměř polovině žen (47 %) a nejvíce se ho obávají dnešní třicátnice (57 %).

Nejnovější průzkum, který provedla výzkumná agentura Talker Research pro společnost NEOSTRATA, se zaměřil na to, jak dnešní ženy vnímají stárnutí. Šetření mezi 2000 ženami různého věku ukázal, že stárnutí nejvíce stresuje zástupkyně generace mileniálů (57 %) a generace Z (56 %), nejméně pak ženy z generace baby boomers (31 %). Podle výzkumu se navíc ženy ze skupiny mileniálů (38 %) i generace Z (40 %) ve skutečnosti cítí ještě starší, než doopravdy jsou.

První známky: jemné linky na obličeji

Průzkum se také zaměřil na první projevy stárnutí pleti, které zaznamenala téměř polovina žen ve věku 40 let. Jako nejčastější příznaky stárnutí ženy uvedly přítomnost jemných linek na obličeji (44 %) a vrásek na čele (32 %), dále stařecké skvrny (32 %) a záhyby nebo rýhy na krku (15 %). „Ženy nejčastěji připisují stárnutí stresu (55 %), dále špatným návykům, jako je kouření nebo nedostatek spánku (39 %), a také nedostatečnému používání opalovacích krémů (33 %),“ komentovala výsledky průzkumu Michaela Gorčíková, odbornice na kosmetické produkty ze společnosti deNatura.cz, která se specializuje na vývoj přírodní kosmetiky. Kromě zdravého životního stylu a vyhýbání se zlovykům existují další způsoby, jak viditelné příznaky stárnutí oddálit. Jedním z nich je pravidelná péče o pleť s využitím kosmetických

produktů obsahujících aktivní látky, jako je kyselina hyaluronová pro hloubkovou hydrataci, peptidy a retinoidy, které podporují tvorbu kolagenu a obnovu buněk, nebo anti-oxidanty chránící pleť před volnými radikály. Klíčovou součástí každodenní péče by měl být i kvalitní krém s SPF, a to nejen v létě, ale i v zimě. „Ochrana před UV zářením je jedním z neúčinnějších kroků v prevenci předčasného stárnutí pleti a vzniku pigmentových skvrn. Slunce je hlavním viníkem poškození kolagenových vláken a vzniku jemných linek, proto pravidelné používání SPF pomáhá chránit pokožku před těmito negativními vlivy, zajišťuje rovnoměrný tón pleti a přispívá k dlouhodobému udržení její mladistvosti,“ upřesnila specialista.

Péče o pokožku krku se opomíjí

Podle průzkumu berou stárnutí pleti ženy vážně. Shodlo se na tom 70 % dotázaných. S tím souvisí i fakt, že 64 % žen používá jeden až čtyři různé kosmetické přípravky oddalující stárnutí každý den. U většiny (81 %) se tyto produkty zaměřují na celý obličej, pouze 17 % žen se věnuje také péči o svůj krk. „Ženy často pečují o svou pleť, ale na krk zapominají. Kvůli tomu je méně chráněný proti okolním vlivům a tato jemná kůže rychleji stárne. Velkou roli hraje i špatné držení těla, které tvoří ideální podmínky pro vrásky na krku,“ vysvětlila Michaela Gorčíková. DeNatura.cz je česká značka funkční přírodní kosmetiky, která se specializuje na vývoj

a výrobu růstových sér na řasy a obočí, pleťových sér a vitamínových komplexů. Na vzniku kosmetických produktů se podílí desítky odborníků, kteří sázejí na propojení síly přírodních látek s moderní vědou. Kosmetika proto obsahuje vysoký podíl přírodních složek rostlinného, živočišného či minerálního původu, a také pečlivě vybrané, klinicky ověřené syntetické látky, které výrazně zvyšují účinnost přírodních produktů. Díky tomu mají přípravky deNatura prokazatelné výsledky, které interní tým průběžně testuje a dokumentuje ve vlastním testovacím studiu. (tz)

foto Pixabay



foto Pixabay

Valentýnské blues není mýtus

Deprese, smutek a úzkost jsou fenomény moderní doby, které navíc mohou být spojené i s některými svátky, typicky například Vánoce, ale také Valentýnem. Výzkum potvrdil, že „valentýnské blues“ více trápí ženy-třicátnice, u nichž mohou deprese trvat až tři týdny. Podle odborníků pomůže rozptýlení i sebekpěče.

Takzvané valentýnské blues označuje soubor negativních emocí, včetně smutku až deprese, úzkosti a pocitu osamělosti, které někteří lidé prožívají v souvislosti se dnem svatého Valentýna, svátkem tradičně věnovaným oslavě lásky a romantických vztahů. Z odborného pohledu jde o případ takzvané situační deprese, která se objevuje před 14. únorem a ve dnech až týdnech po něm následujících. Ze studie odborníků z USA, Kanady a Spojeného království plyne, že pocity smutku, úzkosti a stresu jsou v době okolo Valentýna nejběžnější u lidí ve věku 30–40 let a více postihují ženy. Zatímco u mužů, kteří Valentýna nijak neslavili, negativní pocity odezněly průměrně po dvou týdnech, ženy se s nimi vypořádávaly týdnů tři.

Láska jako reklamní kampaň

Podle studie může za valentýnským blues stát hned několik faktorů. Na předních místech zmiňuje fenomén současné konzumní doby, kdy se z lásky stala obchodní komodita. „Oslava Valentýna jako svátku lásky je dnes již zakotvena v obecných kulturních očekáváních. To, že si partneri v tento den vyznávají svou lásku dárky, oslavami a velkými gesty, je bráno jako společenská norma,“ popsala Lucie Slováčková,

odbornice na zdravou sexualitu z e-shopu Ruzovyslon.cz. S Valentýnem se podle ní rovněž pojí společenský tlak na vytváření vztahů, jež odpovídají tradičním očekáváním ohledně monogamie a dlouhodobých závazků.

V období před 14. únorem se obchodníci předhánějí ve valentýnských nabídkách, sociální sítě se plní obsahem se zamilovanou tematikou. Single lidé se díky tomu mohou cítit izolováni a sociálně vyloučení. Smutek a stres se přitom může rozšířit i na zadané lidi, kteří jsou právě zejména na sociálních sítích konfrontováni s fantastickými iluzemi o romantice, jež neodrážejí realitu.

Jak smutek zahnat? Pomůže rozptýlení i sebekpěče

Pokud na někoho valentýnské blues dolehne, v první řadě je důležité si negativní pocity nevyčítat. Smutek je přirozená emoce a každý si může dovolit být chvíli smutný, úzkost, deprese a stres však nesmí převládat. Bojovat s nimi lze různými způsoby. Dobré je se obklopit přáteli nebo místo romantického partnera svátek

lásky oslavit s rodinou. „Pokud víte, že ve váš svátek lásky vyvolává negativní emoce, můžete si na daný den dopředu naplánovat aktivity, které vaše myšlenky spolehlivě odvedou jinnam, ať už by to byla návštěva kina, nebo velký kutilský projekt. Výbornou formou terapie je také například dobrovolnická činnost. Je vědecky podloženo, že altruistické a laskavé činy dokážou zvednout náladu, podpořit pozitivní myšlenky a zlepšit celkový well-being,“ dodala Lucie Slováčková.

Odborníci obzvláště doporučují využít tento den k praktikování mindfulness technik a soucitu se sebou samým (self-compassion). Mluvte k sobě s porozuměním a laskavostí, vyzkoušejte si pozitivní afirmace, uvědomujte si své silné stránky a pozitivní aspekty svého života, vztahů i osobních úspěchů. „Věnujte se také sebelásce a péči o sebe samé. Relaxujte, kupte si pro sebe květiny či dárek, zajděte si na dobré jídlo či do wellness. Udělejte si den pro sebe, hýčkejte se. Nezapomínejte ani na intimní uspokojení, které má vliv na celkovou duševní pohodu,“ poradila odbornice. (tz)



foto Kateřina Šimková