

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

květen 2025

Zapomenutá

Eva Bixi

Malé smutky
Velké vášně
Na zemi je pořád krásně
Když tě vidím přicházet
Klaní se ti
Celý svět
Tvoje oči
Otočí mi
Směr
Ztrácím slova
Nacházím se znova
V půli cesty
Děšť vesele si plete noty
Jako malé vyznání
Obouvám si pevné boty
Zahrada už nečeká
A dělí záhony
Zasévá sny i přání
Jsem zahradnicí
Vlastní paní
Ruce mi zjara
Voní šalvějí
V říši plné kouzel
Sbírám odvahu a naději
Když tě vidím přicházet

Lenka Slezáková

Chceme budovat vašeň
k náročné profesi

rozhovor na stranách 10–12

naš tip

Barevné medy z Včelařství Domovina okouzlí vaše smysly

Myslíte si, že vás sladký med nemá čím překvapit? Ochucené medy z českého Včelařství Domovina ale mohou. Jsou 100 % přírodní, přirozeně sladké, a díky přidanému lyofilizovanému ovoci i neobyčejně barevné. Rodinná včelařská farma sídlící na Vysočině vznikla v roce 2016. Zakladatelé Josef a Alena Kölblovi se s láskou a péčí věnují včelám a výrobě klasických i ochucených medů, medoviny, ořechů v medu a dalších sladkých dobrot.

- **Maliny v medu:** sladké vzpomínky na léto
- **Citrón se spirulinou v medu:** osvěžení v modré barvě
- **Dračí ovoce v medu:** růžový dotek exotiky
- **Višně s aronií v medu:** fialová síla antioxidantů

www.vcelarstvi-domovina.cz



Cenotvorba je jednou z nejnáročnějších otázek v podnikání

Přírodní kosmetika spojuje sílu bylinek s aktivními látkami, které mohou být rostlinného i živočišného původu. A zásadní roli hrají jak samotné zdroje, tak jejich doprava a zpracování. Na tom všem si zakládá i Tereza Nová, která stojí za značkou Florentine Cosmetics zaměřenou na kvalitní přírodní produkty za rozumnou cenu.



Tereza Nová

Vždy jste měla blízko k bylinkářství. Jak to souvisí s výrobou kosmetiky?

Domácí výroba kosmetiky pro vlastní potřebu je poměrně jednoduchá. Tak jsem i začínala, různými másly a maceráty. K sofistikované výrobě Florentine Cosmetics ale vedla ještě dlouhá cesta. Používám totiž i různé aktivní látky (koncentrované extrakty z bylin nebo květín, včetně například bakuchiolu, který je přírodní náhradou retinolu). Nebo teď na jaře je hodně oblíbený fialkový olej, který voní jako autentická fialka, protože je obohacený o její vůni. S bylinkami stále a velmi ráda pracuji, jen jsem se posunula o úroveň výš. Přírodní kosmetika nabízí pomalejší, ale šetrnější cestu než rádoby zázračné chemicky zpracované produkty. Jejich výhodou jsou rychlejší výsledky, ale může se stát, že tělo dlouhodobě zanáší škodlivými látkami a problém se objeví třeba až po půl roce. V rámci přírodní kosmetiky mohou vznikat alergické reakce třeba na esenciální oleje, ale většinou k nim dojde hned po použití. To je v podstatě jediná nevýhoda. Důležité je sledovat podrobný popis složení (INCI), ale neděsit se ho, protože od roku 2026 nařizuje EU opravdu podrobné zmiňování různých alerge-

nů. A to může méně zkušené uživatele spíš odrazovat, což je velká škoda.

Proč jste začala právě opalovacím máslem? A co dalšího předcházelo založení vlastní značky?

S výrobou jsem začala při prvním ze tří těhotenství. Výrobků už tehdy bylo více, ale tím nejoblíbenějším se brzy stalo právě opalovací máslo, do kterého jsem dávala oxid zinečnatý. Šlo o testování, které potvrdilo, že přírodní cesta k SPF 20 dosahuje přidáním oxidu titaničitého, který do přírodní kosmetiky patří a v této formě je zcela bezpečný. Moje opalovací máslo se vyznačuje maximální šetrností, a tak se hodí i pro miminka, což mám potvrzené několika laboratořemi v ČR i v Polsku. Vzniklo vlastně na přání mých kamarádek, které si ho poté i samy vyrobily na mém workshopu. A postupně si ho tolik oblíbily, že přišel opravdový boom a s ním i spousta nových zákaznic, už mimo okruh mých kamarádek a známých. Zhruba dva a půl roku jsem zkoušela receptury, testovala a hledala místo pro výrobu. S přípravou jsem začala v roce 2019 a e-shop

vznikl v roce 2022. Zajímavostí je, že výrobu jsem nakonec našla kousek od Karlštejna v malé vesničce, kam chodí moje děti do školy. Přitom jde o velmi specifický prostor, který se dělí na výrobní část, sklad hotových výrobků i ingrediencí a takzvanou špinavou zónu, tedy vlastně chodbu a WC.

Podle čeho vybíráte suroviny a jejich dodavatele?

Výběr dodavatelů je poměrně složitý. Od začátku jsem si stanovila filozofii, kterou není vždy jednoduché dodržet. A čím víc je produktů, tím víc potřebuji surovin a nároky na testování se zvyšují. Nedělám veganskou kosmetiku, a tak si pečlivě zjišťuji, jak se živočišné suroviny, například vosk, výtažek z perel nebo šnečí sliz, získávají. Vosk odebírám přímo od českého včelaře, ale exotické ingredience jako bambucké máslo musím dovážet. Dnes mi ho dodává česká rodinná firma, která jej kontroluje osobně přímo v Ghaně, a tak mám jistotu transparentnosti, fair trade, lokálních zdrojů i etické produkce.

Důležitá je pro mě právě ta symbióza mezi mnou a hotovými produkty, ale i dodavateli. Jde mi hodně o fair trade, nicméně ne vše je stoprocentní biokvalita. Radši například zvolím českého farmáře bez certifikace než surovinu z daleka, kde do toho nevidím. Věřím, že jednou bude vše stoprocentní a prozatím se držím toho, že je důležitá opatrnost.

Na opalovacím krému Slunce zase spolupracuji s firmou, která mi stáčí biooleje – malinový a mrkvový. Když se tedy naskytne možnost kvalitních lokálních surovin, využívám ji. A ingrediencí je opravdu celá řada, ať už jde o různé druhy másel, olejů, nebo hydrolátů, a na každou mám jiného dodavatele. Zároveň využívám spoustu druhů účinných látek. Produkty stojí na olejích, hydrolátech a emulzích, a pak tam přidávám různé aktivní látky z bylinek, mořských řas, kůry stromů atd. Například ze dvou druhů lotosů, které redukuje produkci mazu.

Výběr dodavatelů je poměrně složitý. Od začátku jsem si stanovila filozofii, kterou není vždy jednoduché dodržet. A čím víc je produktů, tím víc potřebuji surovin a nároky na testování se zvyšují. Nedělám veganskou kosmetiku, a tak si pečlivě zjišťuji, jak se živočišné suroviny, například vosk, výtažek z perel nebo šnečí sliz, získávají.



Ve vaší kosmetice najdeme i poměrně vzácné ingredience. Jak na základě toho nastavujete ceny?

To je samozřejmě jedna z nejnáročnějších otázek v podnikání. Jak jsem říkala, nejprve jsem vyráběla pro kamarádky z okruhu maminek. Za tu dobu jsem se ale už dostala někam jinam, a tak se snažím najít balanc, aby si produkty mohla dovolit většina žen, ale někde už to kvůli vzácným extraktům nejde. Kombinuji tedy například dražší séra, byť v menších baleních, a levnější šlehaná másla pro děti. Zároveň se v cenotvorbě dívám na konkurenci. Faktem je, že se mi do ruky někdy od konkurence dostane sérum s ingrediencemi do 200 Kč a stojí 2000, ale za tím samozřejmě stojí i vývoj, lidská práce. Je to opravdu složité téma a větší firmy oproti mně musí platit i zaměstnání. Na e-shopu každopádně nabízím i malá balení, tedy větší vzorky za výhodnější cenu. Ideální jsou třeba na cesty a ženy si na nich mohou vyzkoušet, jak produkt funguje, což je zejména u dražší kosmetiky zcela pochopitelné.

Zvládáte tedy všechno sama?

Někdy není jednoduché pracovat sama na sebe, zejména v době, kdy dělám vývoj nových produktů, nových receptur a jejich míchání. Nebo pak jsou různé sezónní výkyvy, třeba před Vánoci nebo v období jarních marketů. Do toho řeším testování produktů a také si vybírám české ilustrátorky, které pak pracují na etiketách. Klientky se po novinkách vždycky už shánějí. Produkt ale musí být hotový, otestovaný a s etiketou. Minimální doba je tedy zhruba půl roku intenzivní práce.

Co z vaší nabídky je aktuálně nejžádanější?

Jsou to hlavně dva produkty – sérum Onna-Bugeisha (japonsky žena samuraj), které obsahuje pět aktivních hydratačních látek. Je velmi oblíbené, protože i suchou a unavenou pleť prozáří hned po prvním použití. Druhým produktem je BB krém s SPF Along Comes Mary, ten se hodně prodává na jaře. Teď je ta-

kový zájem, že nestíhám dodělat nové šarže. Chrání proti slunci, takže je závěrečným produktem skincare, a má i lehký BB efekt, který pleť příjemně sjednotí. Chodí na ni opravdu každý den objednávky, a to nejen na e-shopu, ale vyprodává se i v obchodech, do kterých kosmetiku dodávám. Konkrétně je to až 250 kusů měsíčně.

Mám ale stále malovýrobu, chci, aby vše bylo čerstvé, a tak i suroviny kupuji v menších objemech. Většinou vyrábím šarži do sta kusů měsíčně (na e-shop, do obchodů s přírodní kosmetikou v Chebu, Poděbradech a Brně i pro jarmarky).

V Praze mě mohou klientky potkat na jarmarcích, třeba na PURE festu nebo LEMARKETU. Vybírám si ty, které mi sedí, mají příjemné vedení i kvalitní organizaci. A stanovila jsem si limit tří na jaře a tří vánočních.

Kdo jsou vaši zákazníci? Respektive zákaznice?

Moje ideální klientka je žena, které je přes 30 let. Podívá se do zrcadla a řekne si, co se jí to stalo... Přijde ten aha moment, kdy se rozhodne o svou pleť začít více pečovat přírodní cestou. Sama se věnuje i face józe. Nejsem lektorka, ale baví mě, že cvičením můžete pleť udržovat a na podobném principu funguje Florentine Cosmetics. Jak já říkám, moje produkty jsou face jóga friendly, příkladem je zmiňované sérum, protože se pomalu vstřebává.

Odkud k vám klientela nejčastěji přichází? Prostřednictvím online kanálů, nebo i prodejních akcí?

Nejčastěji to je na doporučení. Už mám svůj okruh stálých zákaznic, které se rády a často vrací. Jsou nadšené, píšou recenze a doporučují mě v rodině i svým kamarádkám.



Nabízíte i terapii Bachovými esencemi. V čem spočívá?

Prošla jsem kurzy první a druhé úrovně Bachova centra v Londýně. Autorem celého konceptu je doktor Bach a u nás obor přednáší Martina Taubrová. Jde vlastně o pomůcku pro psychickou pohodu, protože esence se míchají podle emocí. Opravdu fungují, nejde jen o placebo efekt, ale mně je trochu proti srsti dělat z nich business. Spíš je to moje záliba. Ráda tím lidem pomáhám, ale podnikatelsky tam nesměřuji. Soustředím se na kosmetiku a dlouhodobé budování firmy. Bachovy esence také hodně vycházejí z bylinek, ale zabývám se jimi především pro radost.

Chystáte teď nějaké produktové novinky? Nebo na co se v příštích měsících chcete zaměřit?

Říkám si, že už mám na moji kapacitu až moc produktů, ale stále něco nového vymýšlím. V červenci například přijdou na trh moje bronzery a k nim štetce, které mi vyráběla italská rodinná firma. Bronzery jsem vyvíjela asi rok a jde vlastně o multilicidlo i na víčka a rty. Dále na začátek léta chystám tonikum, za kterým je podobně dlouhodobý vývoj. A už nyní vymýšlím hydratační gel na rty.

za odpovědi poděkovala
Dana Halušková





Chvála obávaných bouřek

Z blesků a hromů mám obavy. Zažila jsem v jejich přítomnosti děsivé okamžiky. Já totiž nebeskou energii přitahuji. Když se takový přírodní úkaz blíží, jsem někdo jiný. Nedokážu se soustředit, odbíhám od jedné práce ke druhé, všechno začínám, nic nedokončím. Pere se ve mně jakési vnitřní přepětí se zodpovědností, hyperaktivitou a nicneděláním. Vyzývám nebesa, ať už tu parádu spustí, ať se vzduch vyčistí. Ať mám zase prostor a chuť zamávat křídly. Ať doženu, co jsem nestihla, než se spustil liják a dozněla poslední třeskutá rána. Ať mám zase pevnou půdu pod nohama a moje já vibruje správným směrem. Proto se na bouřky vlastně těším. Uklízejí mi v duši.

Eva Bixi, šéfredaktorka



Tip Grady

Šťastný život s málem

Helena Prausová



Jste neustále zahlceni věcmi, úkoly a povinnostmi? Nic nestiháte, doma je nepořádek a vy máte pocit, že tohle rozhodně není život podle vašich představ? Pojďte to změnit! Žijte svobodněji a klidněji díky tomu, že vědomě omezíte množství věcí, které vlastníte. Díky tomuto přístupu pocítíte hlubokou spokojenost se svým životem i vztahy. Navíc výrazně ušetříte, aniž byste měli pocit, že se omezujete.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 19, květen 2025

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

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Bixi-Šimková, e-mail: bixi@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.

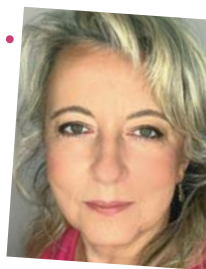
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

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 Bixi v záložce Stará blogerka.

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



Co oceňujete na chování muže v roli šéfa?

Ing. Irena Vlčková
DFLOW Beauty s.r.o.
brand manager

U každého muže oceňuji galantnost, úctu a respekt. Pokud jde o šéfa, tak je jedno,

zda je to muž, nebo žena, všichni by měli alespoň částečně splňovat určitá kritéria, která z nich právě dělají přirozené leadery. Vážím si toho, pokud šéf bere své spolupracovníky jako „partáky“, ale když je třeba, tak dovede ukázat, že je šéf. Není nic horšího než to, když člověk na vedoucí pozici nemá, a přesto se jí silou autority drží. Mnohdy je v takové roli nešťastný i on sám. Dle mého názoru by správný šéf měl být silná osobnost a mít odpovídající odbornost, schopnost rozhodovat a respektovat své kolegy, být přátelský a empatický. Správný šéf ví, že je velmi důležité obklopit se těmi správnými lidmi, a ty pak správně motivovat a vést. Nebojí se jejich konkurence, a naopak všichni společně profitují ze společných znalostí a úspěchů. Já ve svém životě měla většinou na své šéfy štěstí a všechny tímto zdravím. A na jednoho vzpomínám obzvláště ráda. Je jím Jan Wiesner, někdejší zakladatel KZPS ČR. Nejlepší šéf mého profesního života.



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

Jan Wiesner
Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
čestný prezident

Důležité je to, v čem se sama žena cítí dobře. Z pohledu muže každé ženě sluší něco více nebo méně, dle věku, postavy, a i povahy a podobně. Takže neupřednostňuji druh oblečení, jestli má slušivou a padnoucí sukni, kalhotový kostým, nebo šaty. Záleží samozřejmě také na tom, o jak významnou akci jde. Jinak se asi oblékne na grilovací party a jinak na návštěvu divadla, společenského večera či koncertu. Každopádně vhodně oblečená žena vždy ve společnosti zdobí.



Informace do kabelky

Jarní bylinkové knedlíky

S přicházejícím jarem se přiroda zazelená. To je dobrá zpráva také pro všechny, kdo mají rádi výrazné aroma a chuť bylinek. Ty nejsou zdaleka jen zajímavou kulinární surovinou pro dochucení salátů či pomazánek, ale skvěle se hodí i pro přípravu knedlíků. „Bylinky a knedlíky jdou skvěle dohromady. Každé jaro se na ně těším. Možná si myslíte, že vzhledem k právě knedlíků, které se musí vařit ve vodě či páře, ztratí chuť. Nemusíte se obávat. Knedlíky se nevaří tak dlouho, aby aroma a chuť utrpěly. Naopak. Během krátkého varu celý pokrm ještě lépe absorbuje všechny neodolatelné vůně,“ přiblížil Petr Kosiner, šéfkuchař Knedlíky Lázněčka. Využit lze popenec břečťanovitý, kopřivu, brblíci kozí nohu, medvědí česnek, lebedu či špenát. Jak je vhodně upotřebit při vaření oblíbené české přílohy? Recepty na vynikající zavářky a knedlíky s jarními bylinkami a zeleninou najdete ve Velké knedlíkové kuchařce, již sestavili odborníci z firmy Knedlíky Lázněčka s týmem špičkových spolupracovníků. (tz)



České investorky tvoří už 36,7 % klientů Portu

České ženy si v investování vedou stále lépe, jak ukazují statistiky online investiční platformy Portu. V Česku tvoří ženy 36,7 % klientů, kteří zde zhodnocují své úpory, s průměrnou zainvestovanou částkou přes 128 000 Kč. Výše průměrného vkladu ženy tak činí 60,5 % průměrného vkladu muže. Investorek je stále méně než mužů, dobrou zprávou ale je, že jejich počet každoročně roste.

„Na konci února měla průměrná česká žena v Portu naspořeno 128 480 Kč, zatímco průměrný muž 212 416 Kč. Výše průměrného vkladu ženy v Česku činila 60,5 % vkladu muže. Pro srovnání, na Slovensku je tento poměr 69,2 % a v Polsku 57,4 %. Uvážíme-li, že Češky vydělávají zhruba o pětinu méně než muži a po pokrytí běžných výdajů jim zbývá výrazně méně volných peněz, jde o velmi slušný výsledek,“ vysvětlil Marek Pokorný, analytik Portu.

Ve výši investovaných částek jsou na tom Češky s průměrným vkladem přes 128 000 Kč nejlépe. Příliš nezaostávají ani investorky ze Slovenska, které měly ke konci února zainvestováno v průměru přes 123 000 Kč, zatímco ženy v Polsku jen necelých 59 000 Kč. „Zde je třeba uvědomit si, že Portu je v Česku dostupné o čtyři roky déle než na Slovensku, zodpovědnost slovenských žen v investování je tak chválehodná. V Polsku je pak investování s Portu dostupné ještě o rok kratší dobu než na Slovensku, je tedy pochopitelné, že zde ženy investorky ve srovnání regionů zaostávají,“ upozornil Marek Pokorný.

Pokud se podíváme na odvahu investorek a jejich akceptování rizika, jsou na tom české a slovenské ženy ve srovnání s muži srovnatelně. Zatímco průměrná rizikovitost portfolií českých investorek je na úrovni sedm z deseti a slovenských na úrovni osm, v obou zemích je toto číslo shodné s mužskou částí investorů. V Polsku je průměrná hodnota rizikovitosti portfolia u žen šest, u mužů sedm z deseti. Podle Marka Pokorného nemusí být vyšší akceptace rizika v případě slovenských a českých investorek na škodu. Ukazuje se totiž, že ženy častěji investují s rozvahou, dlouhodobě a pravidelně – v průměru si na účet pošlou ročně peníze jedenáctkrát.

Skutečnost, že mezi investory je stále výrazně méně žen než mužů, přičítá analytička Portu Anna Kortusová nižšímu sebevědomí v oblasti financí, ale také odlišnému přístupu k riziku



kresba Pixabay / koláž Schneidy

a investičním rozhodnutím. Přesto hodnotí investiční potenciál žen jako velký. „V Česku tvoří ženy 36,7 % klientů Portu, před dvěma lety to bylo 33,5 %, počet investorek tak má jednoznačně vzestupnou tendenci. Na Slovensku je podíl žen investorek v Portu 32,94 %, v Polsku dokonce 47,3 %,“ doplnila Anna Kortusová. Podle Indexu investiční gramotnosti si v roce 2024 v Česku v investování nevěřilo až 82,7 % žen, zatímco v případě mužů to bylo 63,2 %. Ženy jsou na tom hůře i z hlediska samostatných znalostí, neboť jejich hodnota Indexu investiční gramotnosti činila 88 bodů, zatímco u mužů 125,7 bodu. Ženy se zároveň také častěji než muži potýkají s nižšími příjmy, hrozbou ztráty zaměstnání nebo přerušením kariéry z důvodu péče o děti a rodinu. Celosvětové studie podle Anny Kortusové ukazují, že ženy investují jinak než muži. Jsou opatrnější, více diverzifikují své portfolio a dávají přednost dlouhodobým investičním nástrojům s nižší volatilitou. Na rozdíl od mužů, kteří častěji investují do akcií, ženy dávají

přednost fondům. Častěji také vyhledávají investice zaměřené na udržitelnost. Tento přístup jim v průměru přináší stabilnější výnosy a nižší riziko.

„Přehnaná obava z rizika vede k tomu, že se některé ženy investování vyhýbají. I proto je mezi klienty Portu méně žen než mužů. Ty, které se do investování už pustily, si ale vedou dobře. Pozitivním trendem je rostoucí ochota žen nechat si poradit od odborníků. Podle exkluzivního průzkumu společnosti Wood & Company více než 67 % kvalifikovaných investorů a investorek v Česku vyhledává rady ohledně investic, nejčastěji u správců majetku,“ upozornila Anna Kortusová. Pokud by ženy investovaly ve stejné míře jako muži, mohlo by to podle ní vést k významnějšímu nárůstu kapitálu na finančních trzích. Proto je ale potřeba podpořit jejich investiční gramotnost a sebevědomí. Ženský investiční potenciál je velký a jeho využití může mít pozitivní dopad nejen na život žen samotných, ale i na celou ekonomiku. (tz)

Přetížení je často skoro jejich druhé jméno

Zná to patrně každá žena, která se rozhodla vstoupit do businessu. Ať již v manažerské roli, nebo jako podnikatelka. Zpočátku krásné plány a vize, touha něco dokázat, být úspěšná, být šťastná, budovat kariéru, firmu, zanechat stopu, jež bude vypovídat o smysluplnosti snažení. Posléze rozčarování, protože i potenciál člověka má své kapacitní limity. Nelze být úžasnou manželkou, přítelkyní, kamarádkou, kuchařkou, uklízečkou, vychovatelkou, matkou a ozdobou rodiny, a přitom zářit na hvězdném nebi podnikatelském bez ztráty kytičky. Nebo jinak – jde to, ale nepodaří se to každé, která se o to snaží. Která sny obrací ve skutečnost, která má energie na rozdávání. Která odvážně odráží jakoukoli nepřízeň osudu a mění ji v příležitost, jež je krásné zdolávat. Jak tedy ty ideály o kariéře, seberealizaci, radosti a štěstí plnit? Na to musí přijít každý jedinec sám. Ale může si nechat poradit a může pro tu správnou cestu i sám mnohé udělat. Treba otevřít knihu Praktický průvodce transformačním koučinkem a sebekoučinkem, kterou právě vydal Nakladatelský dům GRADA. Zvážit priority, přehodnotit původní zbrkllost a nenahraditelnost. Položit si pár otázek a najít odpovědi. A jak se tedy ze všeho, co bychom chtěli, nezbláznit? Pravdy odkrývá autorka zmíněné publikace Radka Loja:

V jaké psychické kondici jsou dnes ženy z businessu? Máte o tom nějaká data? O čem vypovídají zkušenosti z praxe?

Psychická kondice žen v businessu je dnes často na hranici únosnosti. Samozřejmě to neplatí pro všechny, ale trend je zřejmý. Zkušenosti z praxe i obecné průzkumy zaměřené na duševní zdraví ukazují, že stres, syndrom vyhoření a psychická nepohoda jsou v pracovním prostředí na vzestupu. Ženy čelí nejen klasickým pracovním tlakům, ale i neviditelné zátěži: nutnosti neustále dokazovat, že mají na to být „u stolu“ v prostředí, které ještě pořád není úplně rovnocenné. A to nejen vůči mužům – problémem jsou často i jiné ženy. Často právě ony neúmyslně (nebo velmi úmyslně) zrcadlí staré stereotypy a vlastní vnitřní nejistoty. Namísto podpory se objevují poznámky typu: „Jak může mít čas na děti, když je pořád v práci?“ „Chudák její manžel, to přece nemůže dlouho vydržet.“ „No jo, všechno za ni dělá chůva a uklízečka, to se to buduje business.“ Takové komentáře jen zvyšují tlak a pocit, že žena musí být perfektní ve všech rolích, jinak zklame nejen sebe, ale i své okolí.

Z praxe vidím, že spousta žen nosí masku úspěchu a výkonnosti, zatímco v soukromí bojují s vyčerpáním a vnitřními pochybnostmi. Kombinace perfekcionizmu, pečovatelských rolí a ambicí je koktejl, který chutná hodně hořce. Jedna z mých klientek to vystihla slovy: „Každý den se snažím být perfektní šéfová, máma, partnerka a kamarádka. Ale večer si připadám jako troska, která selhala ve všem.“

Zdá se, že jsou exponované ženy hodně přetížené, když jdou za svým snem a budují firmu nebo se snaží postavit na nohy v roli manažerek podniků, které si jejich péči zaslouží. Nervozita, stres, strach, že nezvládnou, co se od nich očekává, tlak doby... K tomu rodinné povinnosti, výchova dětí... Je to tak?

Ano, je to tak. Přetížení je často skoro jejich druhé jméno. Když si žena postaví za cíl být skvělou manažerkou, podnikatelkou, matkou, manželkou a kamarádkou, dostává se do situace, která není dlouhodobě udržitelná. Místo aby se práce a odpovědnost rozložila mezi víc lidí, ženy často přijímají další a další úkoly s pocitem, že musí všem a všemu stačit – bez ohledu na vlastní kapacity. Výsledek? Neustálý stres, vnitřní tlak a neschopnost se někdy prostě zastavit a říct: „Tohle dneska nedám, a to je



Radka Loja

Foto: archiv Radky Lojy



foto Kateřina Šimková

v pořádku.“ A tohle nastavení je cesta, která často končí vyhořením dřív, než vůbec dojde na „splněné sny“.

Vy sama jste pracovala ve velkých společnostech. Proč jste se nakonec rozhodla jít vlastní cestou?

Velké korporace mi daly pevné základy – naučily mě systematickosti, práci v týmu i strategickému myšlení. Zároveň mi ale ukázaly i mé limity: jak moc se smím rozvíjet, jak rychle a jakým směrem růst, jaké hodnoty bych měla sdílet. Poměrně brzy jsem pochopila, a hlavně pocítila na vlastní kůži, že moje energie je příliš živelná na to, aby ji bylo možné dlouhodobě dusit v předem daných šablonách. Chtěla jsem pracovat autenticky, tvořit projekty, které mají smysl, a být pánem svého času i svého profesního směřování.

Vlastní cesta není jednoduchá. Často je plná nejistoty, rozhodnutí bez záchranné sítě a momentů, kdy se ptám sama sebe, proč to vlastně dělám. Ale zároveň mi dává to nejcennější: možnost tvořit podle vlastních pravidel a hodnot, skutečně pomáhat lidem, ne jen číslicům v tabulce.

Plyne mi z toho, že něco dělá něžná polovina lidstva špatně, přitom by to tak nemuselo být. Jenže, jak se říká, dobrá rada drahá. Jak to změnit?

Ne, ženy nedělají nic „špatně“. Jen velmi často bojují s očekáváními, která si na sebe samy naložily. A s těmi, která jim společnost ochotně podsunula. Cesta ke změně vede přes vědomou práci s prioritami a vlastní hodnotou. Nepotřebujeme být všemocné superhrdinky – to je role,

kterou nám nikdo nemůže vnutit, pokud ji samy nepřijmeme. Potřebujeme odvahu zvolit si, kde chceme skutečně zářit, a kde je v pořádku „jen“ existovat. Klíčem je naučit se říkat „dost“ – nejen ostatním, ale především sobě.

Hodně se mluví o tom, že neumíme odpočívat. Že si nedokážeme vyhradit čas jen samy pro sebe. Ale asi je příčin problémů více. Proto pak trpíme nespavostí, stoupá krevní tlak, neumíme se koncentrovat, být příjemné. Jak z toho ven?

Odpočinek není slabost, je to investice. Ale ženy jsou často naučené, že jejich hodnota se odvíjí od výkonu. Proto si mu-

síme odpočinek zasloužit – až když je doma čisto, děti nakrmené, manžel v klidu, klienti spokojení. Jenže tělo nepočká, až na seznamu úkolů bude „nic“. Pokud si nenaplánujeme vědomý čas na oddech, organizmus si ho vybere sám – skrze nemoc, únavový kolaps nebo vyhoření.

Z vlastní praxe vím, že mnohé klientky ke mně přicházejí až ve chvíli, kdy je tělo doslova zastaví – například náhlou nespavostí, bolestmi hlavy nebo panickými atakami, které nikdy předtím nezažily.

Typická věta, kterou slyším, je: „Já přece nemůžu odpočívat, mě to ani nebaví, vždyť je potřeba...“ A ten seznam „je potřeba“ nemá nikdy konec. Cesta ven vede přes vědomé plánování odpočinku – dát si právo zastavit se dřív, než nás k tomu donutí vlastní zdraví.

Neznáme a přeceňujeme své limity?

Ano, a to na denní bázi. Jsme mistry v ignorování signálů těla, v přehnaném optimizmu („ještě tohle zvládnou“) a v následném překva-

pení, když nás tělo vypne jako přetížený počítač. Znalost svých limitů není známkou slabosti, ale sebeúcty. Znamená to vědět, kdy se chránit, kdy požádat o pomoc a kdy si přiznat, že „více“ není vždycky lepší.

Fenoménem současnosti je čas. Jeho správné využití, dobrá organizace. Jak s ním ale ještě lépe hospodařit? Je na to řada pravidel, ale... Dobré hospodaření s časem není o tom dělat víc – ale dělat lépe a míň. Neustálé plánování, tabulky a seznamy jsou fajn, ale pokud nevíme, co je pro nás opravdu důležité, skončíme jen zahlcení vlastní produktivitou. Z vlastní praxe vím, že mnoho klientek má perfektně naplánované dny – a přesto zůstávají večer vyčerpané. Ne proto, že by nebyly efektivní, ale protože mezi úkoly nenajdou žádný skutečný čas pro sebe. A i když si ho naplánují, většinou ho obětují – pracovní úkoly se protáhnou a nahodile přibydou požadavky druhých, které se ve chvíli zdají samozřejmě „důležitější“





Radka Loja

je psycholožka, lektorka a koučka. Ráda píše a ve svém volném čase se věnuje rodině, meditaci a sportu. Vytvořila a vede akreditované kurzy Kouč se zaměřením na osobní rozvoj a Kouč se zaměřením na leadership.

Věnuje se přednáškám a workshopům zaměřeným na podporu duševního zdraví, práci s emocemi, psychickou odolností a osobní rozvoj. Ve své psychologické praxi a koučinku využívá hypnózu a hypnotherapie a zaměřuje se na přístupy orientované na řešení.

Radka Loja je autorkou knih *Myšlení pod kontrolou* (Grada Publishing, 2022), *Emoce pod kontrolou* (Grada Publishing, 2019) a spoluautorkou knihy *Jak získat úspěch, klid a vyrovnanost v hektické současnosti* (Grada Publishing, 2017). Stojí za webem mindtrix.cz, zaměřeným na osobní rozvoj, kde najdete články, kurzy koučinku, online kurzy a semináře.

Původně vystudovala Fakultu elektrotechnickou na Českém vysokém učení technickém v Praze a později jednooborovou psychologii na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Dříve pracovala v nadnárodních auditorských společnostech PriceWaterhouseCoopers a Ernst & Young.

než jejich vlastní pohoda. Řešením je méně multitaskingu, více soustředění na jednu věc. Spoustu toho vědomě vypustit. Kratší seznam úkolů, ale s reálným dosahem. A hlavně: vědomé plánování i nečinnosti. Protože prázdný čas není ztracený čas – je to čas k regeneraci.

Co se osvědčilo vám?

Trvalo to dlouho, ale osvědčilo se mi přestat bojovat sama se sebou. Přijmout fakt, že nejsem stroj – a že můj den nikdy nebude mít třicet hodin, ať se budu snažit sebevíc.

Každý den začínám krátkým zamyšlením: „Co je dneska skutečně důležité?“ A pokud je odpověď „Být v klidu“, pak tomu přizpůsobím i pracovní výkon.

Protože bez duševní pohody se úspěch stává jen prázdnou skořápkou, na kterou máte čas-to chuť šlápnout a slyšet, jak praskne.

Také jsem spoustu pracovních věcí vědomě

vypustila. Místo dalšího „to-do listu“ jsem do života pravidelně v dopoledních hodinách zařadila fitness trenéra a masáže – a tím jsem si vlastně poprvé v životě aspoň trochu strukturovala diář. A kdykoliv mám tendenci znovu podlehnout tlaku, připomenu si: když se celá ta složitá „forma“ sesype... co se vlastně stane? Ve skutečnosti možná nic dramatického. Jen se tím otevrou dveře novým příležitostem.

Poskytujete služby i firmám. Oč mají osvědčení zaměstnavatelé největší zájem?

Osvícení zaměstnavatelé dnes hledají reálné cesty, jak podpořit duševní zdraví svých lidí. Poptávají workshopy zaměřené například na zvládání stresu, emocí, efektivní komunikaci, psychohygienu nebo rozvoj rezilience. Chtějí pomoci svým týmům lépe komunikovat, nastavovat hranice a hledat balanc mezi výkonem a zdravím.

Firmy si stále více uvědomují, že investice do psychické pohody zaměstnanců je strategická investice – do stability, kreativity a dlouhodobé produktivity celé organizace.

Je téma duševního zdraví opravdu aktuální v souvislosti s výkonem managementu?

Ano, a dnes více než kdy dřív. Manažeři jsou často prvními oběťmi chronického stresu a dlouhodobého přetížení. A pokud lídři nezvládají sami sebe, jejich týmy tím trpí jako první. Proto firmy začínají chápat, že péče o duševní zdraví managementu není luxus, ale nezbytnost. A že psychicky odolný lídr je klíčem k odolnému týmu.

Jak tedy jít zdraví a spokojenosti naproti a nesplést se?

Začít malými kroky, každý den. Přestat vnímat péči o sebe jako sobectví a začít ji chápat jako základní stavební kámen vlastního života – s dopadem na život druhých. (Já jsem OK – ty jsi OK.) Kam investujeme svůj čas, z toho se skládá náš život. A proto stojí za to se každý den sama sebe zeptat: „Co je dnes skutečně důležité? Co dnes potřebuji, abych se cítila dobře? Co potřebují druzí?“ A podle toho se rozhodovat a jednat.

Až se jednou ohlédneme zpět, bude právě tento každodenní soubor malých rozhodnutí tím, co nám umožní říci: „Dělala jsem dobré volby.“ Nebo: „Hrála jsem tu hru života dobře.“ Žádné univerzální návody neexistují – ale existuje vlastní

A pokud lídři nezvládají sami sebe, jejich týmy tím trpí jako první. Proto firmy začínají chápat, že péče o duševní zdraví managementu není luxus, ale nezbytnost. A že psychicky odolný lídr je klíčem k odolnému týmu.

vnitřní kompas, který nám v tichu napoví, kam dál.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Zdraví: informační metoda

Joalis slaví 25 let



Přední český
výrobce
přírodních
doplňků stravy
Joalis letos slaví

25 let. Od svého založení v roce 1999 firma vypěla a stala se průkopníkem holistického směru s názvem informační metoda, medicína. Díky svým informačním přípravkům, které si Joalis sám vyrábí v moderním výrobním závodě ve Staré Huti u Dobříše, přibývá spokojených klientů nejen v České republice, ale také na Slovensku, v Polsku, Maďarsku, Rakousku, Německu a dalších zemích, kde tato společnost působí.



Mgr. Marie Vilánková a Ing. Vladimír Jelínek

Během své existence vytvořil Joalis širokou nabídku inovativních přírodních doplňků stravy, které pomáhají lidem udržet harmonii těla i duše. Trh, nálady společnosti se neustále mění, jsou módní vlny v oblasti výživy, populárních doplňků stravy, různých bylin, alternativních postupů, ale význam detoxikačních kapek je pro lidi tak důležitý, že módě nepodléhají a stále jsou velmi žádané. O kvalitě a funkčnosti přípravků hovoří nejen čtvrtstoletí úspěšného fungování na trhu, ale také fakt, že se dnes směr informační metody považuje za důležitou součást tzv. komplementární medicíny a doplňky stravy Joalis ke své praxi využívá také čím dál více lékařů.

„Jsme hrdí na to, že jsme za dvacet pět let našeho působení na trhu pomohli statisícům klientů zlepšit a zharmonizovat jejich zdraví přirozeným a bezpečným způsobem,“ řekl Ing. Vladimír Jelínek, jednatel firmy. „Naše filozofie spočívá v tom, že zdraví je základem každodenního života, a my se i nadále budeme snažit při-

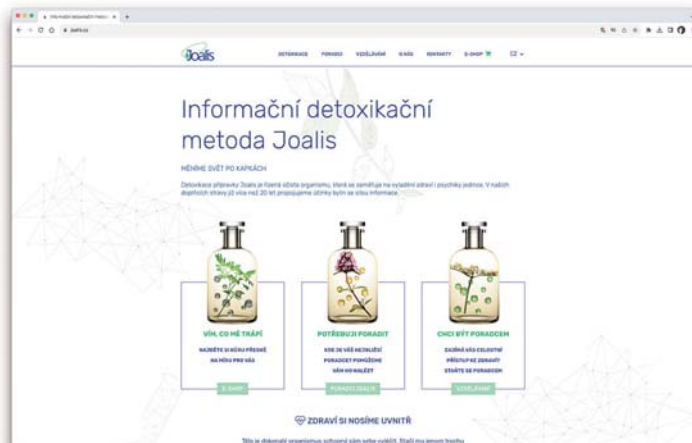
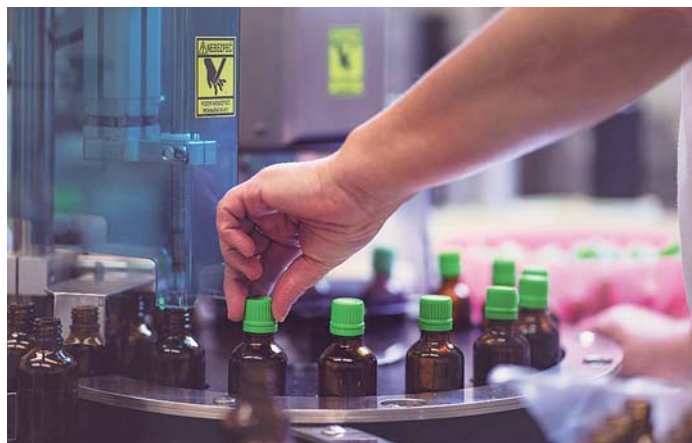
našet inovace, které klientům umožní cítit se co nejlépe – po fyzické i duševní stránce,“ dodal. Informační metoda Joalis je charakteristická tím, že ke klientovi přistupuje celostně a svými šetrnými doplňky stravy cílí na příčiny zdravotních obtíží. Přípravky fungují jako určitá nápověda imunitnímu systému, na co se má zaměřit. „Chceme si být jistí prvotřídní kvalitou našich přípravků, proto jsme v roce 2008 vybudovali vlastní výrobní závod, kde si můžeme vše kontrolovat,“ sdělila Mgr. Marie Vilánková, jednatelka společnosti. „Snažíme si hlídat opravdu všechny procesy výroby, zajímá nás kvalita bylinek (vybíráme si lokální české dodavatele), a máme tak celý průběh pod kontrolou,“ objasnila.

Česká firma Joalis nabízí přes dvě stě druhů doplňků stravy, které nejlépe působí v tzv. kúrách – setech několika (zpravidla tří) přípravků. Nejlepší cestou, jak si vyzkoušet informační metodu, je obrátit se na vyškoleného poradce a provést proces odstranění toxinů z organismu

pod jeho dohledem. Všechny přípravky Joalis mají certifikace o zdravotní nezávadnosti od Státního zdravotního ústavu. Za každým produktem informační medicíny stojí dlouhodobý výzkum a bádání na poli lidského zdraví. (tz)

Joalis v číslech:

- více než 10 000 poradců po celém světě
- výhradní zastoupení ve čtyřech zemích
- více než 200 informačních přípravků
- více než 100 bylinek v přípravcích
- více než 100 000 spokojených klientů na celém světě
- za ty roky prodáno více než pět miliónů produktů
- okolo 20 stálých zaměstnanců plus tým externistů
- bulletiny Joalis Info vycházející v pěti zemích





Chceme budovat vášeň k náročné profesi



Lenka Slezáková

Zařadil se mezi setkání, na která se nezapomíná. MAKRO Czech Gastro Fest 2025, největší gastronomická událost v České republice, který se konal 4.–5. dubna, přilákal rekordních 16 000 návštěvníků.

Na festivalu vystoupilo přes 200 odborníků a řečníků, zúčastnilo se ho více než 100 partnerů a vystavovatelů, a rozdaly se desítky tisíc degustačních porcí. Vyprodané O2 universum v Praze se díky tomu na dva dny proměnilo ve středobod české i světové gastronomie.

„Vybudovali jsme národní gastronomickou platformu, která propojuje profesionály, inspiroje mladé talenty a nastavuje trendy pro českou gastronomii. Akcentovali jsme důležitá témata, jako jsou regionální potraviny, rozvoj gastro turizmu nebo vaření z kvalitních surovin ve veřejných institucích. Letošní ročník byl speciální v tom, že jsme do jeho programu aktivně zapojili naše partnery – dodavatele a zákazníky, protože právě v tomto spojení vidíme budoucnost oboru. Zákazníkům jsme zároveň ukázali, že makro ČR nabízí kvalitní produkty, inovativní přístupy a ucelená řešení šitá na míru jejich potřebám,“ řekl Jiří Nehasil, generální ředitel makro ČR a prezident festivalu.

Festival poprvé udělil Cenu za celoživotní přínos české gastronomii, kterou získal šéfkuchař Zdeněk Pohlreich jako uznání ze jeho mnohaletou práci v oblasti vzdělávání a propagace

kvality české kuchyně napříč regiony České republiky. Cena se bude udělovat každý rok výjimečné osobnosti české gastronomie.

Na náměstí plném chutí – MAKRO Square si návštěvníci mohli vychutnat na desítky tisíc degustačních porcí – od šťavnatých grilovaných specialit a burgerů od Maso Made by makro přes poké z čerstvé ryby až po signaturní dezert z krvavého pomeranče od Ivety Fabešové. Kuchařská show s trimováním sedmdesátikilového tuňáka patřila k nejnavštěvovanějším momentům obou dní.

Velkou pozornost si zasloužila i kuchařská show na hlavní MAKRO Stage, kde své umění předvedli michelinští šéfkuchaři, finalisté světové soutěže Bocuse d'Or, ale i české kuchařské špičky. Mezi nimi nechyběli: Sebastian Gi-brand, vicemistr světa z Bocuse d'Or a kulinářský ředitel týmu USA pro Bocuse d'Or, Martino Ruggieri, šéfkuchař michelinské restaurace Maison Ruggieri, Jimmi Eriksson, vítěz zlaté medaile Culinary World Cup a čestný vítěz Bocuse d'Or, Peter Duranský, první slovenský michelinský šéfkuchař a kapitán slovenského národního týmu Bocuse d'Or, Zdeněk Pohlreich, ikona české gastronomie a hlavní ambasador festivalu MAKRO Czech Gastro Fest, Daren Liew, dvojnásobný držitel michelinské hvězdy, Kevin Ngu, souschef restaurace Sia, Petr Svoreň, šéfkuchař Restaurant Passage nebo Kristína Nemčková, mladá talentovaná kuchařka se zkušenostmi

z top světových restaurací. Svou první kuchařskou show, společně s vítězem národního kola Bocuse d'Or Dominikem Unčovským, měl i ambasador festivalu Karel „Kovy“ Kovář. Nad tím, aby se vše podařilo, bděla se svým týmem osobnost sršící energií, Lenka Slezáková, vedou-

Pro mě je tento projekt srdeční záležitostí, kterou si užívám a hrozně mě baví, a pokud tuto energii posíláte mezi ostatní, je to jeden ze základních kamenů úspěchu.

cí marketingu makro ČR a výkonná ředitelka festivalu MAKRO Czech Gastro Fest 2025. Jak hodnotí vynaložené úsilí?

makro má za sebou třetí ročník velkolepého projektu zaměřeného na vaření, pečení, dodavatele, zákazníky, milovníky gastronomie, fandy lokálních surovin, kreativce, běžné spotřebitele a inovátory. Podle všech ohlasů se akce víc než vydařila...

Ano, letošní ročník byl pro nás úspěšný. Poprvé jsme zdolali milník – vyprodali jsme

O2 universum. Výborné ohlasy máme i od vystavovatelů, vystupujících, a samozřejmě návštěvníků.

Co vás osobně nejvíce potěšilo? Co bylo zaslouženou odměnou za úsilí, které jste se svým týmem této záležitosti věnovala?

Atmosféra plná pozitivní energie, nadšení účastníků ze setkávání, zjišťování nových informací a ochutnávek skvělé gastronomie. A samozřejmě to, že přišlo tolik lidí jak z oboru gastronomie, tak těch, kteří milují jídlo – tohle vše vás přesvědčí, že dělat takovouto akci má smysl.

A naopak, čemu byste se rádi v příštím ročníku vyhnuli, co byste udělali jinak?

My si spíš klademe otázku, jak udržet atraktivitu a každý rok přinášet to, co rezonuje a dává lidem důvod přijít. Takže naším cílem je udržet kvalitu festivalu, který jsme vybudovali, a obohatit ho dalšími lákavými tématy.

Kuchařské umění zajímá stále více lidí, do jeho tajů pronikají i ti, kdož jsou časově hodně zaneprázdnění, kteří vydávání kuchařských knih považovali dříve za bezpředmětné, kteří netušili, jak ohřát párek. Dnes jej volí jako výborný relax a báječnou užitečnou zábavu. Projevilo se to letos?

Určitě to bylo vidět zejména v sobotu, kdy je festival určen právě lidem, kteří milují jídlo a rádi doma vaří. Jejich zájem o programové části, touha ochutnat, ale i diskutovat s odborníky na stáncích byla opravdu velká. Myslím, že i dobrým příkladem je náš program Cook like a pro, kde spolupracujeme druhý rok s Karlem „Kovy“ Kovářem, který dokonce předvedl svoje první kuchařské vystoupení –





a to je určitě motivující pro ty, kteří s pokusy v kuchyni zatím váhají.

Avšak organizačně zvládnout a do praxe bezchybně přenést takové množství setkání, ukázek, soutěží, prezentací, to není jen tak. Co jste měla především na paměti od chvíle, kdy jste se stala ředitelkou festivalu?

Vzhledem k tomu, že akci pořádá firma makro ČR, pak hlavním cílem bylo nezničit image značky, a naopak potvrdit, že jsme jednička na trhu. Takže naším cílem bylo vybudovat národní platformu propojující gastro, která má přidanou hodnotu. Tedy udělat program tak atraktivní, aby profesionálové ze segmentu Horeca byli ochotni opustit provoz a čas věnovat nám a naší akci, a hlavně aby odcházeli s pocitem, že jim to něco dalo.

Byla jste několik dní stále na nohou. Kdy vás nejvíce bolely?

Paradoxně den před festivalem. Asi tam i působí psychika, kdy přeci jenom jste nervózní, jak to dopadne. Jakmile festival začne, vše z vás spadne a už jen letí čas a nemáte sílu myslet na to, zda něco bolí.

Neuvažovali jste o tom, že byste jako partnera přibrali právě nějakého výrobce obuvi? Který by management vybavil tak, že byste dolní končetiny měli jako v bavlnce? Nebo maséry, fyzioterapeuty, kteří by ulevili nadměru vytíženému organizmu vašeho štábu?

Tak to je velmi zajímavý nápad. Zamyslíme se nad tím. Děkuji...

Určitě jste i vy sama ochutnala nějaké dobroty, které se zde nabízely. Jakou známku hodnotíte?

Za mě prostě top, takže jednička ne s jednou, ale několika hvězdičkami. Všichni na festivalu předvádějí skvělé kulinářské výkony, ať je to michelinský kuchař, nebo zástupce street foodu.

Přehlídky kuchařského umění působily podle všech sdělení impozantně. Bylo těžké uřídit tak svéráznou komunitu, již představují špičky tohoto řemesla, včetně mezinárodních celebrit?

Naopak, pracujeme s profesionály, kteří mají profesionální vystupování. Jak jsem říkala, přistupují k přípravě velmi zodpovědně, nikdo nechce zklamat jak kolegy, tak potenciální zákazníky. Je to jejich sebe prezentace.

Jiří Nehasil, generální ředitel společnosti makro ČR, řekl, že jste vybudovali národní gastronomickou platformu, která propojuje profesionály, inspirovuje mladé talenty a nastavuje trendy. Jak byste tuto charakteristiku doplnila?

Rozvíjí a posouvá českou gastronomii a navazuje cenná partnerství po celý rok. Ono nejde jen o to, že se všichni jednou za rok sejdou na MAKRO Czech Gastro Festu, ale s velkým

množstvím partnerů pracujeme v průběhu celého roku, radíme se s nimi, rozvíjíme komunitu, inspirujeme, vzděláváme a snažíme se budovat vášeň k této náročné profesi.

Zkušenosti, jež jste získala, budou odrazovým můstkem pro další ročník. Které jsou ty podstatné?

Mít dobrý tým, to je základ a není to žádné kliše, a také naslouchat jeho nápadům a podnětům. Nebát se zkoušet věci jinak, a když se něco nepovede, tak se zastavit a zamyslet se, jak na to jiným způsobem. Je to o tom, že nic není nemožné a hroudit se je až to poslední, co je třeba. Pro mě je tento projekt srdeční záležitost, kterou si užívám a hrozně mě baví, a pokud tuto energii posíláte mezi ostatní, je to jeden ze základních kamenů úspěchu.

Datum příštího ročníku jste oznámili. Rýsuje se již nyní, jakou novinku na program zařadíte?

Ano datum je 10. až 11. dubna 2026 a místo činu zůstává stejné, tedy O2 uni-

versum. Koncept je již v diskuzi a novinky určitě budou, jen jsou zatím ještě v nejasných obrysech. Ale jedno přeci jenom prozradím, chceme do programu zařadit atraktivní kuchařskou soutěž.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Odvaha je podmínkou kvality, říká šéfka rodinné firmy Kv.Řezáč



Jihomoravský Tišnov je spojený s textilní výrobou. Sídli zde i rodinná firma, jejíž kořeny sahají až do počátku 20. století. Kv.Řezáč, s.r.o., je největším ryze českým výrobcem uzlových sítí a svou tradici propojuje s moderním přístupem k podnikání. Specializuje se na vytváření a prodej sportovních, ochranných, dekoračních i technických sítí. Třetinu produkce exportuje do dalších zemí Evropy, kde si její výrobky získaly dobré jméno díky své kvalitě, spolehlivosti a dlouhé životnosti.

V čele firmy dnes stojí Ing. Martina Kyselková, pravnučka Aloise Řezáče, který podnik na počátku minulého století založil. Firma pod jejím vedením rozvíjí rodinný odkaz a zároveň buduje značku orientovanou na současného zákazníka. „Naším cílem je, aby síť držela — nejen ta, kterou vyrobíme, ale i ta vztahová. Mezi generacemi, mezi firmou a zákazníky, mezi řemeslem a budoucností,“ řekla Martina Kyselková.

Příběh o houževnatosti napříč generacemi

Textilní továrnu po zakladateli převzal jeho syn Jiří Řezáč. Krizová léta po druhé světové válce ale přinesla těžké podmínky. Aby podnik nepadl do nesprávných rukou, převedl jej na svou ženu Květu Řezáčovou a od té doby nese název Kv.Řezáč na její počest. Přesto se nepodařilo zabránit jeho znárodnění v roce 1948. Zařadil se tak mezi úspěšné firmy, jejichž kontinuita byla zprůtrhána nově nastupujícím režimem.

Nejprve se továrna stala součástí státního podniku VLNAP, a posléze byla začleněna do Závodu S. K. Neumanna. Od původního výrobního programu zaměřeného na lehké vlněné látky se upustilo a fabrika od 60. let minulého století vyráběla sítě, zejména pak maskovací pro Československou armádu a ty určené pro rybolov.

V roce 1991 dcery někdejších majitelů zažádaly o navrácení podniku. Neobešlo se to bez potíží. Továrnu v restituci sice získaly, ale stroje bylo nutné odkoupit. Již následujícího roku



Ing. Martina Kyselková

začala společnost opět fungovat pod názvem Kv.Řezáč, a navázala tak na mnohaletou tradici. K výrobě vlněných šatovek, šál a šátků už se však nevrátila. Dnes je největším producentem uzlových sítí v České republice.

Síla řemesla téměř na každém kroku

Firma zaměstnává kolem 40 lidí a funguje v původních prostorách, které prošly rozsáhlou rekonstrukcí. Stojí na dlouholetých zkušenostech místních šiček a tkalců, na vztahu k řemeslu i lokalitě. Produkty z tišnovské továrny slouží pro rekreační i bezpečnostní účely nejen v České či Slovenské republice, ale ta-

ké v dalších zemích Evropy, kde si dobrou pověst získaly především pro svou kvalitu, spolehlivost a dlouhou životnost.

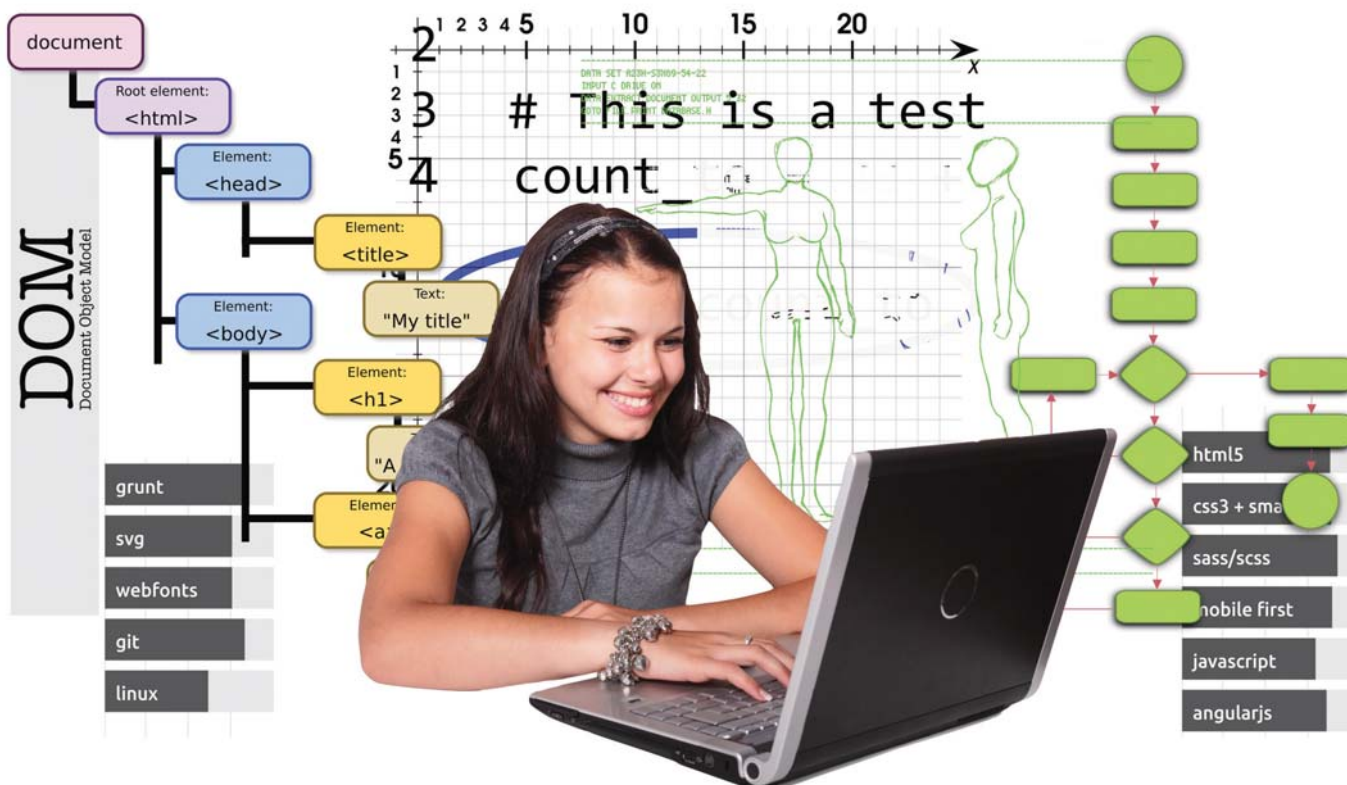
Kv.Řezáč dodává sítě doslova pro všechny a na všechno. Například pro rozmanité druhy sportů. Od sítí volejbalových přes tenisové až po sítě v brankovištích, do nichž góly sázejí přední fotbaloví, florbaloví či hokejoví mistři. Každý takový produkt musí splňovat mezinárodní herní pravidla. V sítích je tak víc know-how, než by se na první pohled mohlo zdát. I dětská hřiště opatřená řadou atrakcí, jako jsou šplhací sítě, lana a žebříky, bývají vybavena produkty z tišnovské textilní firmy, jež splňují přísné bezpečnostní normy.

Bez specializovaných druhů sítí se ale neobejdou ani některé přírodní památky, historické, bytové či průmyslové objekty, zoologické zahrady, nákladní vozy převážející šrot či odpad nebo kamenité svahy čnící nad dopravními tahy. Všechny jsou dílem šikovných lidí z Kv.Řezáč. Aby firma svým zákazníkům z Česka a Slovenska ulehčila nákup, provozuje také e-shop.

Jako jedna z mála českých fabrik odolává díky své špičkové jakosti a množství precizní ruční práce levné konkurenci z asijských zemí, ač je to podle majitelky a ředitelky Martiny Kyselkové někdy velmi složité. Navazuje tak na rodinné hodnoty s otevřeností k moderním výzvám: „Věřím, že odvaha je podmínkou kvality. Jsem raději upřímná než dokonalá. A vím, že za každou silnou značkou stojí silní lidé, kteří jsou ochotni se měnit, i když to bolí.“ Firma Kv.Řezáč tak reprezentuje nejen poctivé řemeslo a českou výrobu, ale i sílu lidského příběhu, který propojuje minulost s budoucností.

připravila Kateřina Šimková





České IT: roste počet žen, dominují třicátníci

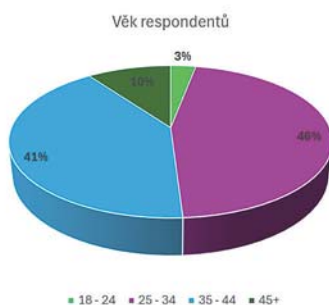
Společnost smitio realizovala během dubna rozsáhlý průzkum, jehož cílem bylo zmapovat podobu informačních technologií v Česku. Z výsledků dotazníkového šetření, kterého se účastnilo 453 respondentů, například vyplývá, že do světa jedniček a nul míří stále více žen, vysokoškolské vzdělání není podmínkou úspěchu nebo že prací v IT se živí převážně mileniálové.

Kdo se zapojil do průzkumu?

Průzkumu se zúčastnilo celkem 453 respondentů, z toho:

- 210 žen (46 %),
- 235 mužů (52 %),
- a 8 osoby, které své pohlaví nechtěly uvést.

Nejčastější věková skupina byla 25–34 let (46 %), následovaná skupinou 35–44 let (41 %). Lidé nad 45 let tvořili přibližně 10 %, zatímco mladí do 24 let jen 3 %. Jasně se tak ukazuje, že vstup do IT není doménou pouze mladých absolventů – naopak, často jde o nový začátek v pozdější fázi kariéry.



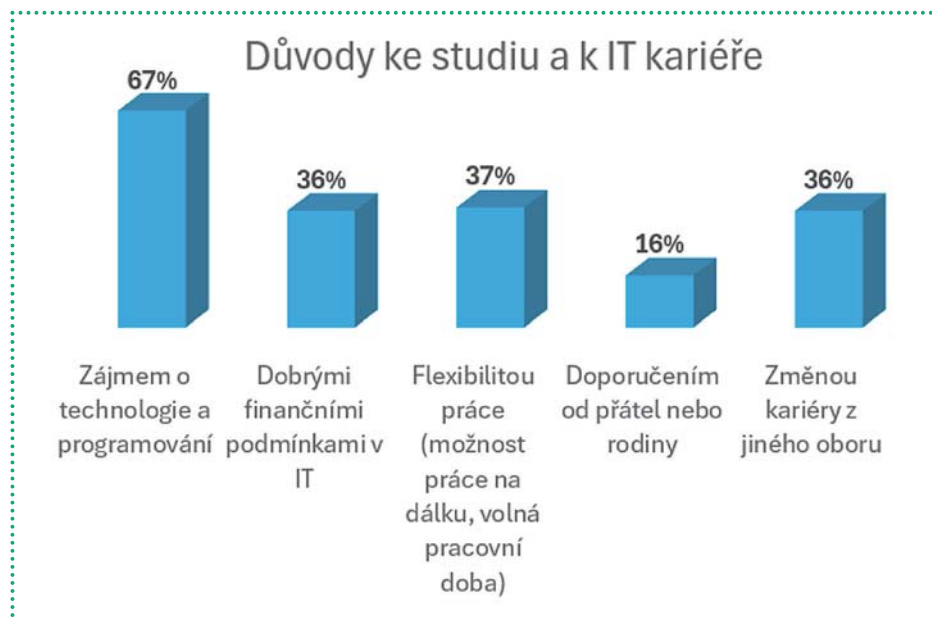
Z celkového počtu 453 respondentů bylo 52 % mužů a 46 % žen, zbylá 2 % dotázaných pohlaví neuvedla. „Téměř polovina účastníků průzkumu byly ženy, což svědčí o měnící se tváři IT profesí v Česku. Z průzkumu vyplynulo, že pro ženy hraje klíčovou roli podpůrná komunita, přístup k reálným projektům a mentoring – nejen technický, ale i kariérní. Když mají někoho, kdo je provede prvními kroky, ztrácejí strach a získávají sebevědomí. Z odpovědí dále vyplynulo, že právě ženy tvoří významnou část těch, kteří do IT přicházejí z jiných profesí, nejčastěji z oblastí jako administrativa, školství, personalistika nebo marketing.“ popsala Denisa Janatová, ředitelka společnosti smitio.

Jedním z předsudků, který kolem informačních technologií panuje, je ten, že svět jedniček a nul patří mladé generaci. Lidem nad 30 let s nástupem nových technologií „ujel vlak“ a informační technologie tak pro ně nejsou. Z průzkumu ale vyplývá opak. „Více než třetina respondentů vstoupila do IT po třicítce. Nejčastější zastoupení měla v dotazníkovém šetření věková skupina 25–34 let, ta tvořila celých 46 %. Následovaná byla věkovou skupinou 35–44 let, která tvořila 41 %. Lidé nad 45 let tvořili přibližně 10 % respondentů, zatímco mladí lidé do 24 let pouze 3 %. To ukazuje, že vstup do IT není výhradní doménou mladých absolventů – naopak, mnoho lidí přechází do IT ve zralejším

věku a právě zde hledá novou kariérní příležitost," uvedla Denisa Janatová.

Vysokoškolské vzdělání není v informačních technologiích nutnost, cení se praxe a nabyté zkušenosti. „V našem průzkumu uvedlo 42 % respondentů jako nejvyšší dosažené vzdělání střední školu, to s 39 % následovalo vysokoškolské magisterské studium a se 14 % bakalářské. Menší část má doktorské vzdělání nebo studovala vyšší odbornou školu. Zaměření vzdělání respondentů bylo velmi pestré – od IT a technických oborů po humanitní studia, ekonomii nebo zdravotnictví," vyjmenovala Denisa Janatová.

Mezi klíčové faktory pro získání první IT pozice patřily v průzkumu praktické zkušenosti – projekty, stáže, samostatné programování, měkké dovednosti – komunikace, týmová spolupráce a samostudium nebo kurzy. „Většina respondentů se označuje za juniory i několik let po nástupu do oboru. Na trhu totiž často narážejí na začarovaný kruh: firmy chtějí zkušenosti, ale není šance je získat. Průměrná doba hledání první IT práce se pohybuje kolem tří až šesti měsíců, u některých i déle. Firmy, které umí s juniory dlouhodobě pracovat, sklízí výsledky. Nejen v podobě loajality, ale i růstu v rámci týmu," řekla Kateřina Marešová, ředitelka obchodního oddělení a oddělení péče o zákazníky společnosti smitio. Flexibilita, možnosti rozvoje a zajímavé výděly – to jsou hlavní taháky, které lidi do IT



přitahují. Zároveň však upozorňují na potřebu neustálého učení a tlak na výkon. „Mezi výhodami, které práce v IT nejčastěji přináší, respondenti uváděli na prvním místě flexibilitu, jako je možnost práce odkudkoli nebo pružná pracovní doba. Jako výhodu vnímají také možnost neustálého rozvoje, různorodost projektů a technologií. V neposlední řadě je to pak dobré finanční ohodnocení. Jako nevýho-

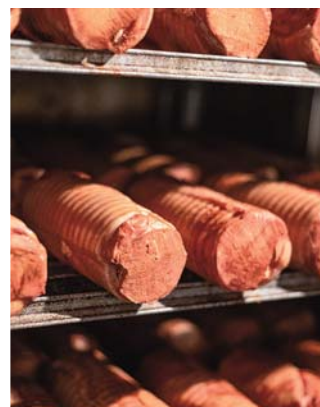
dy naopak uváděli vysokou konkurenci v oboru nebo náročné pracovní podmínky spojené se sedavým zaměstnáním a vyšší mírou stresu. Nutnost neustálého vzdělávání uvedlo několik respondentů jako nevýhodu, je zajímavé, že udržení kroku s měnícími se technologiemi chápe jedna skupina respondentů jako plus, a druhá naopak jako negativum," uzavřela Denisa Janatová. (tz)

INZERCE



Maso, které chutná.

Párky, klobásky, paštiky, salámy, tlačanky, škvarky i sádlo, uzené a mnohé speciality. Dvě vlastní prodejny ve Skupicích a Sobětuchách. Další v Chrudimi, Hlinsku, Slatiňanech a čtyři v Pardubicích.



Řeznictví-uzenářství Francouz, s.r.o., vizitka poctivého podnikání a kvality ze Skupic

www.maso-francouz.cz



kresba Pixabay

Podnikatelky v Evropě brzdí byrokracie, nedostatek financí a potíže se skloubením práce a rodiny

Podnikatelky v Evropě nejvíce brzdí byrokracie, obtížný přístup k financím a složité skloubení práce s rodinou. Potvrzuje to nový průzkum Eurochambres a UN Women, do kterého se zapojily i české podnikatelky. Hospodářská komora ČR výsledky vnímá jako potvrzení svých dlouhodobých zjištění o překážkách v podnikání žen. Z šetření mimo jiné vyplynulo, že ženy často volí podnikání jako cestu k větší finanční a časové svobodě a seberealizaci.

Přebujelá byrokracie, obtížný přístup k financím, náročné skloubení pracovního a rodinného života – to jsou podle nového průzkumu Eurochambres a UN Women hlavní překážky, kterým čelí podnikatelky napříč Evropou. Hospodářská komora ČR upozorňuje na to, že alarmující výsledky plně potvrzují její dlouhodobá zjištění a výzvy směrem k vládě. Průzkumu, který probíhal od ledna do poloviny března, se zúčastnilo celkem 897 respondentek ze 34 evropských zemí, včetně České republiky. „Byrokratická zátěž je opakovaně zmiňována jako hlavní překážka. Mikropodniky, které často vedou právě ženy, nemají kapacity na to, aby se vypořádaly s komplikovanou admini-

strativou. Tato situace je dlouhodobě neudržitelná,“ uvedla viceprezidentka Hospodářské komory Jana Havrdová.

Z průzkumu vyplývá, že až 43 % podnikatelek označilo byrokracií a administrativní zátěží za největší překážku v podnikání. Dalšími významnými problémy jsou obtížné získávání zákazníků (43 %), problémy se sladěním pracovního a rodinného života (41 %), dále nedostatek finančních prostředků (36 %) a přístup k financím (32 %). Významná část respondentek také upozornila na nedostatek času na dal-

ší vzdělávání a rozvoj digitálních dovedností, které jsou v současné době klíčové pro konkurenceschopnost.

Zajímavé je také zjištění, že ženy často volí podnikání z toho důvodu, aby mohly lépe skloubit osobní a pracovní život. Nikoli kvůli financím. Část žen do podnikání vstoupila z důvodu nevyhovujících podmínek na pracovním trhu – například kvůli nedostatečné flexibilitě nebo diskriminačním zkušenostem. Alena Mastantuono, zástupkyně Hospodářské komory ČR v Bruselu, k výsledkům dodala: „Evropa potřebuje příznivé podnikatelské prostředí, které motivuje občany podnikat. Podnikatelé přispívají k růstu ekonomiky, vytvářejí bohatství a také pracovní místa. Aby mohli podnikatelé naplno rozvinout svůj potenciál, je pro ně třeba vytvořit vhodné podmínky – ať už jde o snížení byrokratické zátěže, zajištění lepšího přístupu k financím, nebo v případě podnikatelek především podporu infrastruktury péče o děti. Vítejme, že data průzkumu Eurochambres a UN Women pomáhají osvětlit konkrétní oblasti, kde může vláda efektivně zasáhnout.“

V kontextu těchto dat Hospodářská komora znovu zdůraznila potřebu byrokratického detoxu, podpory podnikatelského prostředí prostřednictvím nástrojů, jako je například PES, a větší flexibility systému podpory podnikání pro ženy. Současně apeluje na rozšíření kapacit předškolní péče, která je klíčová pro rovné zapojení žen do podnikatelského života. (tz)



foto Kateřina Šimková

Úspěšná dakarská závodnice Barbora Holická je tváří Citroënu C3

Značka Citroën s hrdostí oznámila, že její novou ambasadorkou se stala Barbora Holická. Tato energická a odhodlaná závodnice se proslavila společně se svou spolujezdkyní Lucií Engovou a jejich Duckar týmem dvěma úspěšnými účastmi v závodu Dakar Classic. Nový vůz Citroën C3 MAX Turbo 100 S&S MAN6, který bude v rámci partnerství se značkou Citroën používat, si Bára převzala při příležitosti tiskové konference k závodu Dakar Classic 2025. Konference se konala 25. února v pražském showroomu Herbadent, kam za Bárou dorazily desítky nadšených fanoušků, aby si poslechli barvitě vyprávění z tohoto neopakovatelného dobrodružství, a současně se tak osobně setkali se skutečnou ženskou ikonou dakarské rallye.

„Každé setkání s fanoušky, přáteli, ‚kachňáky‘ mi připomíná, že jsem se na začátku, kdy jsem dostala šanci od Ollie Roučkové se Dakaru Classic zúčastnit v jejím týmu, rozhodla správně. Zvolila jsem si značku Citroën, která mě provází závodní kariérou od mých začátků. A to, že jsem si následně vybrala model 2CV neboli ‚kachnu‘, která na takový závod byla asi nejméně vhodná, je osud. Šťastný osud. Dal mi skvělou spolupráci se značkou



Citroën, a především obrovské fanouškovské zázemí této značky i jejího modelu 2CV, a to napříč Českem i celým světem. Komunita příznivců Citroënu je neuvěřitelně soudržná a přátelská, a miluje původní i nové technologie této automobilky. Je mi ctí být ambasadorkou nejen Citroënu, ale i celé této komunity,“ řekla Bára Holická.

„Bára má jedinečný charakter, srší energií, nezlomnou odhodlaností a obrovskou touhou vítězit. Navíc je dlouholetou nadšenou fanynkou Citroënu. Lepší osobnost pro reprezentaci svěží a dynamické image nového modelu C3 bychom hledali jen stěží. Bára a C3 tvoří skvělou dvojku, a proto mě toto partnerství opravdu těší,“ prohlásila Lenka Martinová, marketingová ředitelka značky Citroën v ČR.

Barbora Holická bude svůj nový Citroën C3 využívat v každodenním životě a už nyní je nadšená z jeho komfortu, výbavy a stylu. Navíc od Citroënu dostala „zelenou“ k personalizaci designu vozu, což jí umožnilo přizpůsobit ho svému vkusu. A jak jinak než v duchu Dakaru! Bára dá vozu nepřehlédnutelný dakarský převlek. Ten bude identický s designem dvoumotorové 2CV Sahara, se kterou tým Duckar absolvoval letošní závod, a každý den tak Báře bude připomínat nezapomenutelné zážitky v jedné z nejnáročnějších a zároveň nejpříťažlivějších rallye světa. Tato spolupráce je důkazem propojení mezi značkou Citroën a lidmi, kteří sdílejí její hodnoty – odvahu, kreativitu a smysl pro výzvy.

„Na novou C3 se ohromně těším. Je to kompaktní a svižné auto, a současně pohodlné i na dlouhé cesty. A to já potřebuji, protože často jezdím trasy typu Praha-Ostrava-Praha v jednom dni. A ještě víc mě těší, že C3 dostane kabát duckarky, dakarské 2CV, z letošního Dakaru, designu Josefa Rataje,“ dodala Bára Holická. Ta již přes deset let vkládá veškerý volný čas a finance do svého oblíbeného sportu – automobilových závodů. Do světa motorsportu vstoupila po účasti v projektu Citroën Women Talent, v němž skončila na 4. místě. Následně si koupila závodní vůz – speciální rallye vůz Citroën DS3 R1, se kterým závodila přes deset sezón v Mistrovství ČR v rallye. Během této doby do jejího vozového parku přibyl i vůz Citroën Saxo, upravený pro závody do vrchu. A nyní je majitelkou nového užitkového vozu Citroën Jumper s přestavbou v Neo-Retro designu na Typ-H a dvou Citroënů 2CV, které se úspěšně účastnily Dakar Classic rally.

(tz)



Trh práce a nízká porodnost



Za nízkou porodností v České republice je zejména změna reprodukčních plánů českých žen. Svou roli v posledních letech hraje také ekonomická nejistota, potvrdila Jitka Slabá z Národního institutu SYRI, která se plodností v Česku dlouhodobě zabývá. Také přirozený úbytek populace byl loni jedním z nejvyšších v historii, ukázala to nedávno zveřejněná data Českého statistického úřadu.

„Pokles plodnosti sledujeme v řadě vyspělých zemí Evropy v posledních dvou dekádách. U nás je opravdu razantní od roku 2022. Loni se dokonce narodilo historicky vůbec nejméně dětí, což je zčásti dáno skutečností, že se nyní na reprodukci dominantně podílejí početně slábnoucí ročníky z první poloviny 90. let. V druhé polovině 90. let byla jejich početnost ještě výrazně nižší, takže v absolutních hodnotách počtu živě narozených nelze do budoucna očekávat výrazný nárůst. Zatímco v roce 2021 byla úhrnná plodnost na jednu ženu 1,83 dítě-

te, loni to bylo pouze 1,37,“ uvedla Jitka Slabá. Pokles je podle ní součástí dlouhodobého procesu reflektujícího zásadní změny v reprodukčním chování současných generací.

„Tento trend je ovlivněn mnoha společenskými, ekonomickými a kulturními faktory. Začal už za pandemie covidu-19, která tyto procesy pravděpodobně urychlila, ale nebyla jejich primární příčinou,“ upozornila Jitka Slabá. Z odborných studií vyplývá, že k nejvýraznějšímu poklesu plodnosti došlo v regionech, kde se v období recese nejvíce zhoršily podmínky na trhu práce, což se týká i zemí střední Evropy a Česka.

Současný stav se podle Jitky Slabé v mnohém podobá situaci z 90. let 20. století, kdy otevření hranic a nárůst možností seberealizace vedly k upozaďování reprodukce a odkladu zakládání rodin do pozdějšího věku. To můžeme pozorovat i nyní. Dochází dokonce k paradoxní situaci, kdy české ženy při odsouvání početí prvního dítěte do vyššího věku nakonec mají méně potomků, než by samy chtěly, protože ten čas, který jim na naplnění jejich reprodukčních plánů zbývá, je podstatně kratší, než tomu bylo u žen, které měly děti v průběhu 90. let. (tz)



Fejeton

Máte ztučnělá játra, jste netvor

Někdy mne přepadají chmurné myšlenky. Zejména poté, co navštívím lékaře, který mi svým způsobem sdělí, že jsem vlastně já, človíček, zdravý, ale že by bylo dobré, abych byl nemocen a mohl se léčit. Berte mne s nadsázkou. Ale mám pocit, že doktor musí za každou cenu na pacientovi něco najít, čím ho nepotěší. Skrytý úděl prevence. Místo toho, aby ho autorita v bílém plášti povzbudila do života a řekla, že to s ním není ještě tak zlé, tváří se přísně a jen hledá, co je v něm špatné, co je třeba přenastavit, zničit, dát pod kontrolu a vepsat do normovaných tabulek. Místo toho, aby lékařka pohládila zdeptanou duši klienta nebo aby se zasmála vtipu, který utrousí bojácně ku zlepšení komunikace, srazí ho na zem jasnou diagnózou. Máte vysoký tlak. Máte ztučnělá játra. Jste tlustoch. Jste netvor. Jste ožrala a kuřák, večeríte určitě v deset večer. Co naplat, že se vám snížily tuky v krvi a nemáte osteoporózu, že jste intolerantní k alkoholu a první i poslední cigáro jste kouřili v patnácti.

Ne, to se v ordinacích moc nekoná. Optimismus zde do žil nenalévají, ale infuze strachu ano. Jak rádi bychom chodili tam, kde slovo léčí. Kde by se nám ulevilo, kde bychom byli za drobnost pochváleni a stali se navzdory všem průšvihům důstojnými čekateli na zázrak. Tak třeba onehdy. Absolvovala jsem několik preventivních vyšetření, aby se cosi zjistilo, aby se vypátrala příčina jisté skutečnosti. Co čert

nechtěl, všechny rentgeny, odběry, měření a pohovory dopadly vzhledem k mému pozeňnanému věku velmi dobře. Chtěla jsem se radovat, skákat metr dvacet. Osud mne zbrzdil. Praktik se rozhodl mne týrat dál. Ještě musíte absolvovat další sono a za dva měsíce půjdete na nové odběry, pořád se mi něco nezdá, slyšela jsem jako ozvěnu k mé perfektní kondici.



foto Martin Šimek

A měla byste skutečně brát něco na ředění krve... Tohle sdělení mi sevřelo hruď, která se jinak dme pýchou, že přečkala již řadu životních pohrom bez úhony. Proč ředit krev, když nevykazuje dle výsledků všelijakých analýz známky patologie? Když mi lékař cévař požeňnal, že nemusím užívat, co mi původně zamýšlel předepsat, ale místo léku mohu brát jistý doplněk stravy, který je údajně výtečnou alternativou?

Když denně pojídám k obědu česnek a věřím v jeho sílu? Když jsem maslo vyměnila za olivový olej? Když labužnický pojídám nyní zjara všechno zelené, co mi na zahradě vyrostlo, počínaje brblíci přes pampeliškové listy, medvědí česnek, kadeřavou petrželku, libeček až po křehké krajkové koriandru, protože je to zdravé a chutné, a údajně to i ředí krev, i když lupení v sobě ukrývá i vysoké množství vitamínu K,

který rudou tekutinu zase zahušťuje? Na druhé straně obsahují tyhle dobroty i množství vitamínu C, a ten krev ředí. No, osoba neznalá, vymáchej se v tom dokonale...

Nemyslím na poplašné zprávy o tom, že podle jednoho materiálu maliny krev ředí, podle jiného zahušťují. Odmítám se brodit záplavou zpráv na téma, co je zdravé, a co nikoli. A že nám škodí všechno, co do úst dáme. Blahořečím cukru, jenž konzervuje. Děkuji soli, která dává moučníkům šmrnc.

Vyhýbám se přísným konstatováním, že jsem určitě nemocná, když mám sílu se smát. Vcháším do čekárny ve špitále a myslím na sukni, kterou si hodlám koupit. Nepropadám fanatismu a klidně zítra zamiluji na nezdravou zmrzlinu a k snídani si natrhám listí kadeřávků. Vzpomínám na lékařku, s níž jsme si vyprávěly vtipy na chlapské ego a vymýšlely scénky, díky nimž mělo být na světě veselejší. A bylo. Od ní jsem odcházela s hlavou plnou ideálů o sobě samé. Zlověstné zprávy se tady nekonaly. Věřila jsem jí a nemarodila. Eva Brixí

Kia EV3 ví, jak ženám ulehčit

Kompaktní SUV, které by si směle mohlo troufnout na hlavní auto do rodiny. Elektromobil s futuristickým designem, který vás nabije nevšedním zážitkem z jízdy a ulehčí vám všechny podnikatelské i manažerské cesty. Málokterý vůz dokáže pro ženy, které toho musí mnoho stihnout, udělat tolik jako Kia EV3. V redakci jsme se o tom přesvědčili během pár dnů, kdy jsme model v úrovni výbavy GT-Line testovali.

Jestli hledáte vůz, který podtrhne vaši kreativní image a pomůže vám v podnikatelském nasazení i seberealizaci, máte se s tímto modelem korejské automobilky na co těšit. Sympatie počínají už na povrchu. Karoserie lakovaná v odstínu Terra Cotta s lesklými černými doplňky vypadá skvěle. Design vozu v sobě spojuje hru protikladů, kdy se hranaté tvary mísí až se zenově vyhlížejícími oblinami. Předek karoserie působí dynamicky, ale zároveň uhlazeně a elegantně. Svým vzezřením rozhodně nezapadne. Interiér je minimalistický a oku lahodící obýváček. Promyšlená kombinace materiálů a barevné ladění potěší oko náročných estétů. Výběr a kombinace odstínů i materiálů působí vkusně. Dá se shrnout, že Kia odvedla na dílenském zpracování vnitřku vozu velmi dobrou práci. Napovídá tomu i vynikající uspořádání vnitřního prostoru, kde je na kompaktní rozměry auta nebyvalé množství místa. Ano, sem se skutečně vejde čtyřčlenný pracovní tým i rodina. Vpředu se dočkal nového zpracování středový tunel, který je pojat netradičně. Vzniklo tak velkorysé místo pro kolena spolujezdce i řidiče. Jen ukládání nápojů je trochu neobvyklé. Abyste si svůj kelímek s oblíbeným dýňovým latté mohli vzít i během jízdy, budete se muset natáhnout. Zajímavým řešením je pak opěrka mezi sedadly řidiče a spolujezdce, kterou lze vysunout v jakýsi maličký stolek. Pokud zrovna čekáte na dítě, než dorazí z kroužku, v klidu můžete vytáhnout svůj macbook a vyřizovat e-maily i konferenční hovory, zapisovat do CRM systému nebo řešit další podnikatelské radosti. Sedadla jsou nesmírně příjemná a mají dobře zvládnutou ergonomii. Ta přední pak působí až



foto Kateřina Šimková

relaxačně a dají se odvětrávat i vyhřívat. Mají dvojsměrně nastavitelné hlavové opěrky a jsou příjemně měkká, což rozhodně přispívá ke snížení únavy za volantem. Do auta se velmi dobře nastupuje a posez za volantem je excelentní stejně jako výhled z kabiny. Uspořádání prostoru před řidičkou je přehledné a příjemné. Až na jednu drobnost. Část sdruženého dotykového panelu zakrývá volant. Doporučili bychom, abyste si s uspořádáním widgetů pohráli po svém a do tohoto místa situovali něco, co pro vás není zase tak nezbytné. Jinak je ale infotainment vozu velmi dobře vyladěný, ať už co se rozvržení, nebo rychlosti odezvy týče. Tradičních ovládacích prvků a voličů zde už v kabině moc nenajdete. Alespoň klimatizaci ovládat „postaru“ lze. Je tu zachováno také několik ovladačů s haptickou odezvou. Nejružnější voliči multimédií a dalších funkcí je vybaven rovněž volant, na kterém dokonce můžete navolit jízdní režim. A všichni nejspíš ocení, že si mohou svůj smartphone nabít i cestující na zadních sedadlech. Zklidnit se před náročným jednáním nebo po něm můžete díky vynikajícímu audiozážitku v kabině, která je osazena sound systémem od Harman/Kardon. Je libo pustit si podcast, afirmace, hudbu nebo zkusit integrované zvuky přírody přímo od Kia? Co však na klidu nepřidává, je plejáda nejrůznějších zvukových signalizací. Doteď si v redakci nejsme jistí, co který

zvuk znamenal. Ale je to zkrátka nová bezpečnostní realita, již si žádá EU. Jízda s modelem EV3 je nesmírně příjemná. Cítíte dokonalou stabilitu, vnímáte robustnost, komfort. Výborně zvládá odpružit nerovnosti na silnici. Předokolka má 204 koní, což je dost síly i na svižnější manévry, ale pořád je potřeba počítat s tím, že i na tento vůz fyzika působí, i když vás svým jízdním projevem často téměř ukolébá. A spotřeba? Ta se u nás pohybovala kolem 18,7 kWh, což je hodnota v kombinovaném provozu víc než potěšující. Tato Kia je vybavená řadou velmi užitečných gadgetů. Předně pochvalu zasluhují kamery, kterými je vozidlo osázené kolem dokola. Zadní parkovací kamera je fantastická stejně jako řešení, když vyhodíte blinkr. Na přístrojovém panelu uvidíte obraz promítaný kamerou v příslušném zrcátku, což je nesmírně užitečná prevence proti odření disků při parkování. EV3 je vybavené řadou dalších asistentů, kdy už si říkáte, že doba autonomně řízených vozidel se začíná nezadržitelně přibližovat. Bezdrátová dobíječka telefonu Qi v autě funguje bezvadně a spárování vozu s telefony Apple je záležitost několika málo vteřin, přičemž zrcadlení mobilního zařízení je v bezdrátovém modu stabilní a svižné. Při hektickém tempu podnikatelských dní oceníte také aplikaci My Kia, která vám život rozhodně ulehčí, zvláště je-li vaše hlava už všemi podnikatelskými starostmi i příjemnostmi trochu přeplněná. Zavazadelník EV3 s 460 litry je šikovně konstruovaný. Pod podlahou do něj uložíte pohodlně veškerou kabeláž, která nebude nikde nevkusně překážet. Na víkendový výlet pro čtyřčlennou rodinu bude kufr tak akorát, stejně jako v případě delší služební cesty spojené s výbavou rozmanitého oblečení. Jezdit s Kia EV3 je zenový zážitek. Asi tak si představujeme v redakci elektromobilitu, která ulehčuje vytíženým ženám každodenní shon. A která jim umožní za volantem skutečně taky relaxovat.

Kateřina Šimková





FineTASTICKÁ ZMRZLINA ZA FANTASTICKÉ CENY

STARNUK



FAJNUK



NUKNUK



KORNUK



Více o zmrzlinách



makro

VÁŠ ÚSPĚCH JE NÁŠ CÍL