

Madam® BUSINESS

PROSPERITA

únor 2026

Cos mi zapomněl napsat

Eva Brixi

Jsi má rumová pralinka
 Jsi žena
 Která není vzpomínka
 Nezměrná příchut' života
 Jenž mi v žilách klokotá
 Jsi hrst plná vzrušení
 Aniž o tom máš tušení
 Jsi žena
 Plná rozjívěné něhy
 Jak v kabelce povolené stehy
 Jsi žena
 Co pozvedne mi náladu
 A padá naznak dozadu
 Chtěl bych tě zase hýčkat
 Chtěl bych ti zpívat
 Nedopsanou baladu
 Mám rád tvoje tóny
 A nelákám tě v parku na bonbóny
 Hledám tvoje já
 Na dálku ti šeptám
 Ověřené pravdy verše
 Historii nutím do rešerše
 Jsi má tajná modlitební knížka
 Ty jsi čtení pro pány
 Nebojíš se večer ani klekání
 Jsi erotická písťalka
 Holka malá
 Nedbalka

Eva Poláčková

Výzvy přicházejí a člověk musí být
 připraven je nepromarnit
 rozhovor na stranách 10–11

náš tip

Velká knedlíková kuchařka k MDŽ

Blíží se ikonický svátek Mezinárodní den žen. Krásným dárkem pro maminku, babičku, ale i dceru nebo kolegyni může být mimořádná publikace nazvaná Velká knedlíková kuchařka. Knižní poklad, v němž najdete recepty na 144 druhů knedlíků, ale i ty nejužitečnější rady a tipy, jak proniknout do principů jejich přípravy. Pochutnáte si na staročeských i krajových specialitách, zjistíte, v čem se skrývá tajemství nejlhodnějšího karlovarského či posvícenského knedlíku. Naučíte se ty nejvoňavější ovocné a sladké knedlíky, knedlíčky i nočky. Objevíte knedlíkové dobroty z Evropy, Asie i dalších koutů světa. Vydala ji firma Knedlíky Lázníčka a podílel se na ní šéfkuchař a knedlíkový král Petr Kosiner.

Zakoupíte ji u všech velkých knihkupců nebo na www.velka-knedlikova-kucharka.cz.

(tz)



Ráj snů vám pomůže lépe spát



Martina Jalovecká



Petr Vašíček



Miloš Haken

Spánek. V minulosti jsme ho šidili hodně. Ukrajovali jsme z něj, aniž jsme tušili, že si ten deficit bude náš organismus navždy pamatovat. Ještě bylo potřeba udělat to i ono, v noci odpovědět na všechny e-maily, zkontrolovat faktury, připravit svačiny pro děti na příští den, dožehlit, dokoukat detektivku... A spánek byl až na posledním místě našich priorit. Zbytečně. Dnes již víme, jak moc je důležitý a čím vším ho lze podpořit. Obrovský význam hrají například matrace. A právě o nich jsem si povídala se zástupci proslulého výrobce Hilding Anders Česká republika a.s. Martinou Jaloveckou, ředitelkou marketingu, Petrem Vašíčkem, generálním ředitelem, a Milošem Hakenem, obchodním ředitelem:

V minulém roce byla totiž v Praze slavnostně otevřena nová podniková prodejna a partnerský showroom této firmy. Nese jméno Ráj Snů – značka, kterou jmenovaná společnost dlouhodobě vlastní a nyní se rozhodla ji modernizovat, oživit a znovu uvést na trh. Nové prostory nabízejí zákazníkům i firemním partnerům možnost vyzkoušet širokou škálu produktů pro zdravý spánek – od prémiových matrací Tropic, Curem a Spirit přes lamelové i polohovatelné rošty až po designové postele a ložnicové doplňky.

O spánku se dnes mluví jako o fenoménu... Jak na něj nahlíží výrobce matrací?

Martina Jalovecká: Ano, je to tak, ve firmě spánek vnímáme jako jeden ze tří pilířů zdraví – vedle stravy a pohybu. Spánek nebyl dlouho doceněn, ale dnes už víme, že ovlivňuje regeneraci, hormonální rovnováhu, imunitu, psychiku i výkon. My jako výrobce matrací vidíme spánek dennodenně „pod mikroskopem“ – měříme tlakové mapy, zkoumáme ergonomii a sledujeme desítky faktorů, které ovlivňují hluboké fáze spánku. A zjišťujeme, že kvalitní spánek není luxus, ale biologická nutnost.

A pochopili už lidé, proč je potřeba se dobře vyspat?

Martina Jalovecká: Rozhodně si tuto potřebu uvědomují více, než tomu bylo dříve. Dnes

už si málokdo říká „vyspím se v důchodu“. Po pandemii, s trendem well-beingu a díky osvětě spánkových laboratoří lidé vnímají, že únava není normální stav a že se dá aktivně ovlivnit. Pro nás to znamená, že zákazníci kladou víc otázek, zajímají se o složení matrací a nebojí se investovat do zdravého spánku. Je to podobná změna, jaká se stala například u běžec-kých bot, nyní už mnozí dobře vědí, že není dobrý nápad jít běhat v kečkách. U matrací je to velmi podobné, spánek byl vnímán jako přirozenost a samozřejmost, ale dnes si už uvědomujeme, že si špatným spánkem a špatnou regenerací můžeme i ublížit na zdraví. Stejně jako kdybychom běhali v těch obyčejných kečkách.

Z jakých komponentů matrace vyrábíte a co všechno musíte brát v potaz?

Martina Jalovecká: Používáme široké spektrum materiálů od studených HR pěn přes viscoelastické (paměťové) pěny až po přírodní latex, hygienické uhlíkové pěny, pružinové systémy a špičkové hybridní a gelové pěny s otevřenou velice prodyšnou strukturou. Musíme zohlednit ergonomii, termoregulaci, odvod

vlhkosti, hygienu, životnost, ale i různé váhy uživatelů a spánkové polohy. Důležitý je i potah – často s příměsí přírodních vláken, jakými jsou například kašmír, aloe vera nebo bambus. Velmi důležitým faktorem je praní potahu, díky vyšším teplotám je možné matrace udržet dostatečně čisté a bezpečné i pro alergiky. Každá matrace je originální kombinací materiálů a konstrukce – tam vzniká know-how každého výrobce. Při konstrukci musíme brát v potaz spoustu faktorů – například rozdílnou stavbu těla, váhové kategorie i více či méně obvyklé zdravotní komplikace. Využíváme nejen vlastní laboratoře, ale také akreditovaná zkušební zařízení.

Vaše portfolio sestává z několika značek. Čím se liší a která je ta prémiová?

Miloš Haken: Tropic je naše vlajková loď, ikona pro kvalitní matrace do českých domácností. Je to značka stvořená pro rodiny, má matrace pro děti, seniory se zdravotními potížemi, ale i běžné partnerské matrace. Matrace Tropic kladou důraz na ergonomii, hygienu a dlouhou životnost za dostupnou cenu. Tropic je značkou s tradicí přes 25 let. Spirit je značka pro náročné zákazníky, kteří chtějí jen to nejlepší – vysoký komfort bez kompromisů, dokonalou termoregulaci a ergonomii. Kombinací špičkových materiálů a velmi sofistikovaných konstrukčních řešení můžeme matrace Spirit hrdě označit za prémiové. Matrace Spirit jsou naší královskou značkou, a to už více než deset let. Curem matrace pracují s hi-tech visco materiály Curemfoam, zdravotní ergonomií a uni-

My jako výrobce matrací vidíme spánek dennodenně „pod mikroskopem“ – měříme tlakové mapy, zkoumáme ergonomii a sledujeme desítky faktorů, které ovlivňují hluboké fáze spánku. A zjišťujeme, že kvalitní spánek není luxus, ale biologická nutnost.

kátní termoregulací. Rádi používáme claim „Jen stín kopíruje vaše tělo lépe.“ A toto je pro nás opravdu nejvýstižnější popsání značky, která právem drží své renomé již takřka 20 let. Matrace Curem se dokonale přizpůsobí lidskému tělu, a díky tomu zažijete pocit, jako kdybyste spali na obláčku. Pokud hledáte maximální pohodlí nebo dokonalou úlevu pro bolavé klouby a svalstvo, zkuste Curem. Každá značka cílí na trochu jiný typ zákazníka, ale všem je společné české know-how a výroba v Jilemnici v podkrkonoší.

Kde se dají vaše matrace koupit?

Miloš Haken: V síti vybraných specializovaných prodejců po celé republice, v e-shopech se zaměřením na zdravý spánek a samozřejmě i u nás v novém showroomu Ráj snů v centru Prahy. Ale také v řetězcích v rámci privátních edic značek Tropicco a Curem.

Ráj snů – co zde zájemci najdou a k čemu prostory slouží?

Miloš Haken: Je to místo, kde si lidé mohou matraci v klidu vyzkoušet – v reálném čase, s odborným průvodcem, bez spěchu a bez nátlaku. Proto jsme otevřeli v centru Prahy dvoupatrový showroom nás, jako výrobce, kde chceme odprezentovat co nejširší portfolio našich produktů, ale hlavně v příjemném prostředí a se zkušenými spánkovými poradci, kteří zákazníkovi opravdu pomohou a poradí. Zároveň prostory využíváme nejen my, ale i naši odběratelé. Pořádáme zde také odborné semináře a setkávání se spánkovými specialisty a fyzioterapeuty.

Dají se matrace stále ještě inovovat? Jaké jsou trendy?

Miloš Haken: Ano – a poměrně výrazně. Aktuální nejvýraznější trendy jsou dnes tři:

- Termoregulace – materiály, které aktivně odvádějí teplo nebo pracují s fázovou změnou (PCM).
- Ergonomie na míru – různé tuhosti na jedné matraci, individualizace pro partnery.
- Udržitelnost a biochemie materiálů – recyklovatelné materiály, hygienické úpravy bez chemických emisí nebo třeba dlouhá životnost s nižší zátěží pro planetu.



Velký posun je také v digitalizaci – testování, tlakové mapy a spánek jako měřitelná veličina.

V čem jste napřed před konkurencí?

Petr Vašíček: V kombinaci výzkumu spánku, české výroby a vlastního vývoje materiálů. Máme testovací laboratoř, děláme dlouhé životnostní cykly, tlakové mapy a spolupracujeme s fyzioterapeuty. Díky tomu nevyrábíme „jen matrace“, ale ergonomické systémy. A další velkou výhodou je široké portfolio, takže umíme doporučit řešení pro děti, seniory, sportovce i partnery s rozdílnou hmotností. A za zvláštní pozornost stojí matrace vyvinuté s technologiemi pro zdravotnická zařízení, které minimalizují riziko tvorby proleženin, ulehčují vstávání z lůžka nemocným lidem a mají další specifické vlastnosti. Vývoj i výroba jsou ryze české – vše vzniká u nás, ve výrobním závodě v Jilemnici.

Mohou dnes používané materiály ničit například roztoče?

Martina Jalovecká: Samotný materiál roztoče neničí, ale umí vytvořit prostředí, které jim nesvědčí – tedy suché, prodyšné a hygienické. To umí například otevřeně pěny, latex nebo úpravy potahů s antibakteriálními vlákny.

Navíc moderní potahy jsou často pratelné na 60 °C, což je pro alergiky zásadní. A dobrá matrace by měla umět odvést vlhkost – vlhko je totiž pro roztoče ideální „wellness“.

Podle jakých parametrů si matraci vybírá žena a podle jakých muži?

Martina Jalovecká: Je to úsměvná, ale poměrně přesná zkušenost. Ženy se více ptají na pohodlí, pocit, potahy, materiály, alergie a hygieny, často řeší i termiku – bývají zimomřivější. Muži řeší rozměr, nosnost, konstrukci, tuhost, technologie, životnost a často chtějí „konkrétní parametry“.

A spí ženy jinak než jejich protějšky?

Martina Jalovecká: Ano, praxe i výzkum ukazují několik rozdílů. Ženy častěji spí na boku, jsou citlivější na chlad a rušivé podněty, a během života se jim spánek mění výrazněji kvůli hormonům (těhotenství, menopauza). Muži častěji spí na zádech a řeší například chrápání nebo přehřívání. Proto jsou dnes trendem partnerské matrace, kde má každá strana jinou tuhost a jiné vlastnosti, ale společný komfort.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl





Jak jiskří dobrá nálada

Venku mrzlo, až praštělo. Většina lidí byla naštvaná. Brblali, že to venku klouže, že se musí chodit opatrně. Že jim je zima a že to počasí nestojí za nic. Ač se sama z bodu A do bodu B přesouvám taky pomalu, abych sebou nevlákla, zas tolik mi to nevádí. Holt je leden, tak si ho užijeme! Kdy se nám, Čechům, přihodí, že nasněží i v nížinách a zamrznou všechny rybníky? Vracela jsem se z procházky a v kapse mi zazvonil mobil. Ozvalo se z něj: Jedu po dálnici, je nádherně, kéž by to tak ještě pár dní vydrželo! Konečně se z královny zimy taky někdo radoval! Přidala jsem do kroku a tvář nastavila slunci. Rampouchy psaly veselý vzkaz a hrály v duši.

Eva Brixi, šéfredaktorka



Tip Grady

Jak se vymanit z nekonečných diet a emočního přejídání

Judith Matz, Amy Pershing, Christy Harrison



Už vás nebaví začínat stále nové diety, které stejně nefungují? Objevte cestu, na které už není místo pro diktát dietní kultury. Tento laskavý a empatický průvodce vám pomůže přijmout sebe samé – a najít klid i spokojenost ve vlastním těle.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 20, únor 2026

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

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@iprospersita.cz, mobil: 602 618 008

Redakční tým:

Bc. Kateřina Medová Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

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

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitiveidiary.com naší redaktorky Kateřiny Medové 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 děláte pro dobrý spánek?

Jaroslava Rezlerová
ManpowerGroup
generální ředitelka

Spím dobře, protože i pod silným tlakem umím zvládat stres a večer dokážu poměrně spolehlivě přepnout hlavu do soukromého režimu. Práci se snažím nenechat dojít až do postele, což považuji za jednu ze svých nejdůležitějších psychohygienických dovedností. Téměř každý večer jsem buď na nějaké společenské akci, koncertě, nebo v divadle, a obvykle potom ještě dlouho do noci čtu. Je to pro mě přirozený způsob, jak uzavřít den a dát mozku jasný signál, že pracovní část skončila. Kolegové tak dobře vědí, že meeting před devátou ráno je spíše velkou výjimkou.



V jakých oborech by mohly být ženy v roli podnikatelky nebo manažerky více zastoupeny?

RNDr. Jan Nedělník, Ph.D.
Výzkumný ústav picinářský, spol. s r. o.
ředitel

Nedělal jsem si žádnou statistiku, v jakých oborech jsou více či méně ženy zastoupeny. Myslím ale, že neexistuje odvětví, ve kterém by nemohly v roli podnikatelky či manažerky fungovat. Vždycky bude záležet jen na tom, jestli se žena v daném oboru angažovat chce. Podle mého názoru nejsou dnes žádné bariéry ve vzdělávání či přístupu k informacím, které by bránily ženám v těchto pozicích vystupovat. Nejsem příznivcem regulatorního nařizování poměru žen a mužů v jakýchkoliv rolích. Ženský element vždy vnáší do každého kolektivu určitou míru nadhledu a mnohdy empatictějšího pohledu na věci, které muži vidí mnohdy odlišným prizmatem. Základem ale je, aby ženy měly o takovéto aktivity zájem.



Informace do kabelky

Vyzrát nad tichým zlodějem nadhledu

Důvtip propojený s tvůrčím tahem na branku ženy v roli podnikatelek či manažerek nejednou dovedl k cíli a pomohl jim přeměnit nesnáze v příležitosti. Někdy však tuto schopnost může oslabit stres, který se chová jako tichý zloděj energie a nadhledu. Vyčerpává a udržuje tělo i mysl ve střehu i během chvilky odpočinku. Klíčové je zareagovat na signály těla včas. Čím dříve na stres odpovíme, tím snazší je návrat k rovnováze, a tím blíže je i možnost vychutnat sladkou odměnu po svém, ať už jde o relaxaci, nebo kreativní momenty v práci. Duševní a spánková hygiena, omezení modrého záření, aromaterapie a také cílená suplementace mohou sehrát důležitou roli. V tento moment se může uplatnit i promyšlený biohacking. Například doplněk stravy Stress Control od značky GERnétic. Snoubí se v něm výtažek z Rozchodnice růžové, Meduňky lékařské, hořčička a vitamín B6. Všechny tyto látky přispívají k normální funkci nervové soustavy a podporují psychickou pohodu v náročných obdobích, když se snaží tělo obnovit svůj vnitřní balanc. Vyzrát nad nenápadným sabotérem plánu je strategická volba.



Kateřina Medová Šimková

Letošní rok bude z pohledu účetnictví i podnikatelského prostředí velmi významný

Všichni jsme zvědaví na vývoj roku 2026. Mnohé se dá odvodit už z toho, jak jsme zvládli rok uplynulý. Mnozí z nás právě nyní analyzují dosavadní výsledky. Co tedy přinesl rok 2025 společnosti UOL Účetnictví? S radostí mohu potvrdit, že byl mimořádně úspěšný a ukázal, že dlouhodobá strategie postavená na kvalitních službách, vzdělávání a inovacích funguje. Dosáhli jsme řady důležitých milníků, které nás posouvají blíže k našemu cíli stát se lídrem v oblasti účetnictví a systematického vzdělávání v oboru.



Jana Jáčová

Jedním z nejvýraznějších výsledků uplynulého období byl rekordní nárůst klientů. V průběhu roku 2025 jsme získali celkem 1105 nových klientů, což potvrzuje rostoucí důvěru podnikatelů i firem v naše služby. Významnou roli v tomto růstu sehrály také naše vzdělávací aktivity, které dlouhodobě posilují značku UOL a zároveň zvyšují odbornou úroveň celého účetního trhu.

Klíčovou oblastí zůstává vzdělávání pod značkou UOL Akademie. Rok 2025 prověřil náš koncept a potvrdil, že jdeme správným směrem. Prostřednictvím vzdělávacích kurzů zaměřených na účetnictví, mzdy a daně jsme vyškolili více než 2000 účetních, podnikatelů a dalších odborníků. Kurzy se těšily vysokému a stabilnímu zájmu nejen mezi našimi klienty, ale i mezi odbornou veřejností. Na konci roku 2025 jsme zároveň spustili nový vzdělávací portál uolakademie.cz, který přinesl unikátní koncept vzdělávání za jednu platbu s doživotním přístupem. Tím jsme výrazně posílili naši vizi dostupného a dlouhodobého vzdělávání. Sdílení know-how a systematický rozvoj odbornosti považujeme za zásadní, protože právě kvalita znalostí je podle nás klíčem k posunu celého oboru účetnictví a daní.

Významným krokem byl také start projektu Nebuď poseroutka a pojď to zkusit, který jsme v roce 2025 úspěšně rozjeli jako inovativní náborový a vzdělávací program pro lidi zvažující změnu kariéry. Účastníkům jsme nabídli možnost vyzkoušet si práci v účetnictví v praxi, v předem domluveném rozsahu, a teprve poté se rozhodnout, zda je pro ně tato profese

vhodná. Programem prošlo více než 30 účastníků a díky tomuto otevřenému a férovému přístupu jsme získali 7 nových kolegů do našeho týmu. V roce 2026 plánujeme do programu zapojit přibližně dvojnásobný počet lidí a projekt dále rozvíjet.

Letošní rok bude z pohledu účetnictví i podnikatelského prostředí velmi významný. Očekávám pokračující legislativní změny, zejména v souvislosti s připravovaným novým zákonem o účetnictví. Ten byl vládou schválen, odborná veřejnost k němu však vznáší řadu při-

skou sféru, a kladou vysoké nároky na připravenost firem i jejich poradců. Účetní obor se proto musí na nové podmínky adaptovat včas, aby byl přechod pro klienty co nejplynulejší. Dalším silným trendem je pronikání moderních technologií a umělé inteligence do účetnictví. V roce 2026 předpokládáme další posun směrem k automatizaci rutinních procesů a efektivnějšímu zpracování dat. V UOL vnímáme umělou inteligenci jako velkou příležitost, která může přinést vyšší produktivitu a zároveň umožnit účetním soustředit se více na poradenské, analytické a strategické činnosti.

Také samotná společnost UOL Účetnictví plánuje v roce 2026 pokračovat v růstu. Počítáme s otevřením pěti nových poboček, díky čemuž by jejich počet měl na konci roku dosáhnout 85. Naším cílem je být ještě blíže klientům ve všech regionech České republiky.

Vedle toho zahájíme přípravu vlastního mzdového systému, který bude plně přizpůsoben potřebám našich klientů a interních účetních týmů.

Chceme tím zjednodušit mzdovou agendu, zvýšit efektivitu zpracování mezd a nabídnout moderní a uživa-

telsky přívětivé řešení. Rok 2026 tak vnímáme jako období dalšího růstu, technologického posunu a zvýšených nároků na odbornost. Jsme přesvědčeni, že kombinace kvalitních služeb, vzdělávání a inovací nám umožní tyto výzvy zvládnout a dále posilovat pozici UOL jako jednoho z klíčových hráčů na trhu účetních služeb.

Jana Jáčová
ředitelka UOL Účetnictví



řadění, a proto bude důležité sledovat jeho konečnou podobu i termín účinnosti. Na změny v účetnictví by následně měly navazovat i úpravy v oblasti daní z příjmů.

Významným tématem zůstává také novela zákona o DPH, která vstoupila v platnost od 1. ledna 2025 a jejíž dopady se budou naplno projevovat právě v roce 2026. Tyto změny ovlivňují nejen účetní, ale celou podnikatel-

I společný nedělní oběd se často změní ve firemní poradu



Romana Bartschová

Začínala jste před krásnými 30 lety distribucí tehdy populárních švédských kapek a brzy k tomu přibyly další doplňky stravy a kosmetika od zahraničních producentů. Co vás však k podnikání přivedlo?

Bylo to období společenské turbulence a nově nabyté svobody, zejména v myšlení. S tím se pojí i podnikání. Spousta z nás se počátkem devadesátých let chtěla postavit na vlastní nohy. Doba tomu přála, třeba jen tím, že pravidla byla hodně volná, v podstatě si každý mohl dělat to svoje, bez různých regulací, nařízení, byrokracie a všemožných stresujících kontrol. Založit firmu byla otázka několika dní, domluvit zboží také, pak se dohodnout na podmínkách splatnosti a začít prodávat. Obchodovali jsme tehdy zejména s německými dodavateli a věděli jsme, že je nesmíme zklamat. Obchod byl domluven na dobré slovo, žádná smlouva o smlouvě budoucí. Jeden den jsme udělali dohodu a za týden už se v naší ulici snažil projet první kamion. Takže velká odpovědnost. Začínali jsme v rodinné řadovce v Havířově, v ulici Rodinná. Tak se zrodila naše rodinná firma. Celé obytné i neobytné prostory se změnily v jeden velký sklad, maminka tomu velela z kuchyně, kde měla kancelář. Bylo to náročné a krásné. Jako ostatně všechno, na co se ohlížíte zpětně. Učili jsme se za pochodu a to

Když jsem připravovala otázky pro Romanu Bartschovou, spolujitelku firmy Naturprodukt CZ, spol. s r.o., a reprezentantku značky a e-shopu téhož jména, nebyla jsem si jistá, jestli se ptám správně, jestli jsem to trefila. Původně to mělo být povídání jen o doplňcích stravy, přírodních sirupech, o síle bylinek, ale nakonec se ze všech těch informací vyklubal rozhovor o podnikání, zkušenostech, optimistické energii a touze dělat věci, které mají smysl. Tedy nabízet zákazníkům kvalitu, jistotu, spolehlivost. To je dost velký závazek na to, aby člověka denně osud zkoušel, zda to vydrží, aby mu do cesty kladl překážky, jež mají být zdolány. Romaně Bartschové se to daří. S rodinou a svým týmem den co den hledá řešení, východiska, mění svět. Proč? Protože ji to baví:

byla skutečná škola života, promiňte mi to klišé. Jako firma jsme si hned od počátku nastavili striktní vnitřní pravidla, chtěli jsme zákazníkům nabízet tu nejvyšší tehdy dosažitelnou kvalitu a současně jsme pracovali na nadstandardně dobrých vztazích s našimi dodavateli. Toho se vlastně držíme dodnes.

Za ta tři desetiletí jste jistě získala řadu zkušeností. Která je ta nejceněnější?

Každý den pro mě a potažmo firmu znamená novou výzvu. Ale kdybych měla vzpomenout na to, co nás skutečně formovalo, byla by to záplavová vlna, která v roce 1997 odnesla naše tehdejší sklady ve Vratimově. Nebo v roce 2011, když maminka, která tehdy byla mozkiem a hnačím motorem našeho businessu, v důsledku úrazu náhle odešla. To nastala opravdu obtížná doba. Pak se stabilní zahraniční dodavatelé rozhodli, že si svůj obchod tady na českém trhu povedou sami, a bylo třeba nějak zajistit obrat. Nebo když jsme začali budovat v Havířově na zelené louce restauraci a vrhli se na gastro bez prvotních zkušeností. Pak do toho přišla potravinářská výroba, tak nějak samozřejmě. A s tím nezbytná certifikace, abychom mohli kvalitu produktů a hygienu provozu doložit našim stěžejním odběratelům... Z toho plyne zásadní zkušenost – totiž že každý problém má řešení.

Brzy jste zatoužila i po vlastních výrobcích. Jakými jste sortiment doplnila nejprve?

Byly to rostlinné pastilky proti kašli, následovaly geniálně navržené produkty pro kondici jater, revoluční zubní pasta s beta glukánem, unikátní hořčičková řada, pak samozřejmě bylinné a ovocné sirupy...

Zahájení výrobního programu bývá zpravidla založeno na odvaze, vizi, velkém snu. Nebo jste to měla jinak?

Když máte firmu, která se neustále rozrůstá, chcete ruku v ruce mít průběžnou kontrolu nad kvalitou výrobků i služeb. Z toho důvodu jsme se rozhodli pro vlastní výrobu. Ať víme, z čeho vyrábíme, jak vyrábíme, za co ručíme. To je opravdu „jít s kůží na trh“. Vlastní výroba tak byla jen logickým vyústěním celého našeho snažení. Když už je na výrobku napsáno Naturprodukt, tak ať má zákazník jistotu, že s výrobkem zakoupil přesně to, co je deklarováno na obalu. Zůstáváme významným distributorem na českém a slovenském trhu. V našem distribučním portfoliu naleznete řadu renomovaných značek, mezi kterými se nachází i mnoho rodinných firem. V tomto

společenství rodinného podnikání si vyjadřujeme vzájemnou podporu a spolupracujeme.

Hodně si zakládáte na kvalitě, důvěře zákazníků, serióznosti. Není to až příliš velký závazek?

Závazek to je. A velká odpovědnost. Protože vztah se zákazníkem se buduje dlouhodobě, ale ztratit jej můžete v jednom malém okamžiku. Nesmíte zklamat jak v jakosti, tak v komunikaci a v celkovém přístupu. Je to komplexní proces, který nikdy nekončí. A to je vlastně dobře.

Naznačila jste, že jste vybudovala i známou rodinnou restauraci v Havířově. Na jakém principu funguje?

Vždy jsem razila heslo, že základem zdravého života musí být vyvážená a pestrá strava. Do-

Začínali jsme v rodinné řadovce v Havířově, v ulici Rodinná. Tak se zrodila naše rodinná firma. Celé obytné i neobytné prostory se změnily v jeden velký sklad, maminka tomu velela z kuchyně, kde měla kancelář. Bylo to náročné a krásné.

plňky stravy jen už ze své podstaty doplňují to, co v běžně konzumovaných potravinách může chybět. Myšlenku vlastního bistra, potažmo restaurace, jsem v sobě nosila snad deset let a ono to uzrálo v roce 2016, kdy jsme plánům na výstavbu dali zelenou. Bistrot jsme otevřeli v květnu 2017 a rok poté, díky pozitivnímu tlaku klientů, i nové restaurační křídlo, kde se v krásném prostředí dá nejen posedět s přáteli a dobře se najíst, ale také uspořádat firemní nebo rodinné oslavy či školení. S konceptem Pasta&Café Romana jsme se v roce 2025 umístili v žebříčku dvaceti nejvyhledávanějších restaurací v kraji. Ale řeknu vám upřímně, skočili jsme do toho tenkrát rovnýma nohama bez jakýchkoli zkušeností a netušili, jaká úskalí nás čekají. Nicméně zvládli jsme i lockdowny za covidu, jdeme dál a těšíme se z každého nového zákazníka. Díky naší Pastě jsme ruku v ruce mohli rozjet výrobu sirupů v natur bázi. Nejprve to bylo jen pro potřeby bistra, konkrétně výroba domácích limonád, později něco na prodej hostům, pak přišla farmářská prodejna. Nyní, po více než osmi letech, jsme s našimi Naturprodukt bylinnými a ovocnými sirupy ve většině nezávislých lékáren v české i slovenské republice, v prodejnách zdravé výživy, v lázních, hotelích, některých obchodních řetězcích a chystáme se dál, do dalších odvětví a na zahraniční trhy.

Co oceňujete na rodinném podnikání? Dají se určité záležitosti řešit rychleji, pružně, bez velkého papírování?

Role v naší rodinné firmě jsou dané, ale tím, že působíme kompaktně jako jedna rodina a jedna firma, tak si můžeme společně vyříkat spoustu věcí. Vlastně i takový společný nedělní oběd se často změnil ve firemní poradu. My pořád pracujeme a baví nás to. Takže v tomto směru málo papírování, ale hromady špinavého nádobí!

Zažila jste i okamžiky, kdy jste vážně přemýšlela, že skončíte? Přišla nějaká krize, neúspěch, zlomový okamžik?

Formujících okamžiků za celou dobu těch pětatřiceti let bylo hodně, ale (musím zaklepat

na dřevo) žádný nebyl takový, že bychom už neměli energii na pokračování. V rodině i zaměstnancích se vždy najde někdo, kdo přijde s řešením něčeho zdánlivě neřešitelného. Rodina je pro nás stěžejní pilíř, který firmu drží, ale tak to máme od počátku. Nikdy to nebylo tak, že bychom se nějak zásadně pohádali. Táhneme za jeden provaz, respektujeme se a máme se rádi. Do toho samozřejmě musíme řešit nástupnictví a snažíme se připravit vše pro další generace, které ten velký kolos Naturprodukt povedou po nás.

Čím v tom hektickém světě takzvaně dobíjíte baterky? Kam si chodíte pro optimizmus, energii, nápady?

Je třeba cestovat, poznávat, seznamovat se se zajímavými lidmi a nechat se od nich inspirovat. Ale také cítím potřebu někdy být jen sama se sebou a svými myšlenkami. To pak vyjedu přes „kotary“ na chalupu do Velkých Karlovic, zapálím oheň v krbu, uvařím si bylinkový čaj, a když je v noci jasná obloha, tak sedím na terase a třeba jen tak koukám na hvězdy. Mozek se zbaví myšlenkových křečí, uvolní se a hned je na světě lépe.

Velkým tématem ohledně dosažení kvality lidského zdraví posledních let je hořčík. Také si myslíte, že bychom ho měli užívat skoro jako samozřejmost, že ho lidský organismus potřebuje více než kdysi?

O hořčíku a jeho potřebě pro správné fungování celého organismu už bylo napsáno hodně. V podstatě jde o to, že hořčík je specifický tím, jak se jeho zásoby dokážou extrémně rychle spotřebovat, a naopak, jak dlouho mu trvá, než se hladina opět doplní. Hořčíku je navíc v běžné stravě zoufale málo. K tomu si připočítejte prakticky neustálý fyzický i duševní stres, alkohol, nedostatek spánku, rafinované potraviny. To jsou hlavní nepřátelé hořčíku, odpovědní za jeho nízké hladiny.

Hořčík je nezbytný nejen pro správné fungování svalových buněk, ale taktéž má důležitou roli v nervové soustavě. Bez hořčíku se neumíme soustředit, jsme roztěkaní, nervózní. Naštěstí existují varianty s různě vázaným



hořčíkem, které umožní povzbudit během dne a zklidnit večer a v noci. Je nad slunce jasné, že poptávka po doplncích s hořčíkem bude i nadále rostoucí.

Mít vlastní českou a již zavedenou značku je určitě povznášející pocit. Jak vidíte její další růst?

Chceme být i nadále hegemonelem trhu, přinášet lidem kvalitní prevenci a prodlužovat aktivní věk. Být zdravým je snem snad každého člověka. Naše filozofie a myšlenky jsou spojené s přírodou a jsme partnerem lidského zdraví. Síla bylin a jejich výtažků je něco fascinujícího. Musíte se neustále vzdělávat, nikdy nemůžete říct, že už víte všechno. A my máme v plánu tyto svoje poznatky – samozřejmě podložené relevantním výzkumem na vědeckých základech – nadále uvádět na trh ve formě doplňků stravy, kosmetiky nebo léčebných přípravků. Už téměř polovina artiklů z našeho sortimentu je vyrobená pod našimi křídly, s puncem naší kvality a dlouhodobě dobrého jména na trhu. Zjistili jsme, že tento směr je správný a budeme ho nadále posilovat.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Podnikavost nám pomáhá přetvářet stres v energii pro změnu

Na konferenci Podnikavost jako klíč k odolné společnosti vystoupila také profesorka fyziologie Julie Vašků. Do programu přinesla perspektivu, která na podobných akcích zaznívá méně často. Místo ekonomických grafů nebo vzdělávacích strategií se zaměřila na lidské tělo, stres a to, jak naše fyziologie souvisí s podnikavostí a odolností společnosti.

typy signálů. Signály nebezpečí a signály bezpečí. Ty první čteme velmi intuitivně, ty druhé často skoro nevidíme," popsala. Když je v prostředí málo signálů bezpečí, máme tendenci celý svět vnímat jako ohrožující. Důsledkem může být stav, který Julie Vašků označuje jako deaktivaci. Ztrácíme rozhodovací schopnost, uzavíráme se, volíme raději pasivitu než aktivitu. Tohle nastavení dobře známe i ze škol. Dítě, které se dlouhodobě cítí pod tlakem, přestává zkoušet nové věci, raději se nehlásí a bojí se chyby. Není to „lenost“, ale přirozená reakce organismu, který se snaží minimalizovat riziko dalšího ohrožení.

Jedna z cest adaptace

Právě tady vstupuje do hry podnikavost. V pojetí rámce EntreComp ji chápeme jako schopnost všimnout si příležitosti, využívat nápady a přetvářet je v hodnotu pro sebe i pro ostatní. Julie Vašků ale na ni nahlíží i jako na součást fyziologického příběhu. „Na podnikavost se můžeme dívat jako na jedno z ramen stresové adaptace. Je to orientace na akci, hledání řešení, ne na uzavření se do sebe," shrnula. Stres v těle vždy znamená, že máme k dispozici určitou energii. Ta může skončit v úzkosti, paralýze a „vypnutí“. Nebo ji dokážeme přesměrovat k aktivitě, zkoušení nových cest a tvorbě řešení. Podnikavé chování je právě tento druh přesměrování energie. Podnikavost zároveň posiluje pocit kontroly nad situací. „V psychologii se mluví o pojmu locus of control. Podnikavost nám může pomoci mít pocit, že situaci více kontrolujeme, a tím snižuje vnímaný stres," uvedla Julie Vašků. Důležitou roli hraje i kognitivní flexibilita. Bez ní nevznikají inovativní nápady. Zároveň platí, že v populaci, kde je více podnikavých lidí, je obecně větší flexibilita v myšlení. To otevírá prostor pro hledání různých řešení, experimentování a učení se z chyb. Nedostatek inovací v populaci tak můžeme do určité míry chápat i jako důsledek vysoké míry stresu, ve kterém lidé zůstávají spíše paralyzovaní než aktivní.

Rodíme se v napětí

Jedna z nejsilnějších myšlenek, které zazněly v závěru přednášky, se týká toho, odkud se stres vlastně bere. Dlouho převažovala před-



Podle Julie Vašků je stres základní adaptační reakce, se kterou jsme se jako lidé vyvinuli. Není sám o sobě ani dobrý, ani špatný. Rozhodující je, jak ho čteme, jaké signály z okolí vnímáme a jestli se nám daří přetavovat napětí v aktivitu a hledání řešení. Právě tady se podle ní otevírá prostor pro podnikavost.

Přirozená součást života, ne nepřítel

V každodenní řeči mluvíme o stresu jako o něčem jednoznačně špatném. Podle Julie Vašků je to ale příliš zjednodušený pohled. „Stres není ani dobrý, ani špatný. Je to základní adaptační reakce, kterou jsme vybaveni, aby se zvyšovala naše šance na přežití," vysvětlila. Fyziologie proto pracuje s definicí, podle které je stres reakcí organismu na jakoukoli zátěž z okolí, kterou tělo dokáže rozpoznat. Patří sem i situace, které si ani neuvědomujeme jako nebezpečné, ale tělo je jako zátěž přesto vyhodnotí.

Připomněla také, že jako lidé se přizpůsobujeme různými cestami – geneticky, tělesnou adaptací i technologicky. Zvláštní roli pak hraje adaptace kulturní. „Jednou z našich největších evolučních výhod je, že se učíme ze zkušeností druhých, nejen z toho, co zažijeme na vlastní kůži," doplnila. Kulturní adaptaci ilustrovala na dětské kombiněze inspirované tradičním oděvem Inuitů. Design, který vznikl v extrémních podmínkách Arktidy, se rozšířil do celého světa, protože je jednoduše funkční. Podobně se globálně rozšířily kožešinové límce na zimních bundách. Stejně jako přebíráme dobré nápady v oblečení, přebíráme i způsoby, jak reagujeme na stres a jak se učíme zvládat zátěž.

Signály nebezpečí, signály bezpečí

Klíčovou otázkou podle Julie Vašků je, jak čteme okolní svět. „V našem prostředí máme dva

stava, že stres přichází zvenčí. Okolí nás zatíží a my reagujeme. „Dnes se ukazuje, že to může být i naopak. My se rodíme ve stresu a potřebujeme v okolí dostatek signálů bezpečí, které nás uklidní,“ vysvětlila Julie Vašků. Jako děti se uklidňujeme přes rodiče a blízké, přes vztahy, kterým můžeme důvěřovat.

Pokud tuto perspektivu přijmeme, začnou podle ní dávat větší smysl i naše současné problémy. Když vidíme populaci dětí nebo dospělých pod dlouhodobým tlakem, nemůžeme se ptát jen na to, co je ohrožuje. Stejně důležitá otázka zní, kde jim chybějí signály bezpečí a kdo je v jejich životě „bezpečným člověkem“.

Bez bezpečného prostředí se podnikavost rozvíjí velmi těžko. Dítě, které se bojí selhání, raději nic nevymyslí. Žák, který se bojí reakce dospělých, raději neklade otázky.

Co z toho plyne

V krátké závěrečné části Julie Vašků zmínila i vlastní výzkum. Její tým vyvinul model pro měření stresu, který testoval mimo jiné v extrémních podmínkách na polární stanici Ja-



mese Rosse v Antarktidě. Podle ní je důležitější než jeden „index stresu“ porozumět dlouhodobým vzorcům a souvislostem.

Právě v tom se její perspektiva potkává s tím, co Asociace podnikavé Česko dlouhodobě prosazuje. Podnikavost není jen soubor dovedností ani zkratka k zakládání firem. Je to způsob, jak se vyrovnáváme s nejistotou a stresem, jak hledáme cesty ven z problémů a jak přetváříme napětí v konstruktivní aktivitu.

Aby se podnikavost mohla rozvíjet, potřebujeme prostředí, které dává dětem i dospělým dost signálů bezpečí, podporuje kognitivní flexibilitu a nabízí reálné příležitosti něco vyzkoušet, zkusit a změnit. Škola, která pracuje s chybou, vede žáky k otázkám a umožňuje jim nést spoluzodpovědnost, není jen „moderní“. Je zároveň prostředím, které snižuje toxický stres a posiluje odolnost.

Přednáška Julie Vašků tak připomněla, že odolná společnost nezačíná pouze změnou učebních plánů. Začíná u toho, jak se lidé v každodenní realitě cítí, jaké signály kolem sebe čtou a jestli mají prostor být podnikaví v tom nejširším slova smyslu. (tz)

V Česku ženy vlastní 16 % firem

Muži mají v podnikatelské sféře stále výrazně větší vliv než ženy. Přestože počet žen – majitelek firem – v Česku dlouhodobě, avšak jen velmi pomalu roste, jejich podíl mezi všemi vlastníky společností koncem roku 2025 přesáhl 16 %. Firmy s mužským majoritním vlastníkem obvykle dosahují vyšších tržeb než podniky ovládané ženami. Ženy častěji působí v oborech, jako je zdravotnictví či vzdělávání, zatímco muži dominují ve stavebnictví, dopravě a IT. Na genderové rozložení vlastnických struktur v tuzemských firmách upozornila loni v prosinci společnost Dun & Bradstreet.

V ČR je aktuálně registrováno 593 137 společností s ručením omezeným a akciových společností. U 16 % z nich je majoritním vlastníkem žena, necelých 57 % ovládá muž a ve 27 % právnická osoba většinového majitele nemá nebo je v rukou jiné právnické osoby. „Podíl firem, které vlastní žena, je v ČR stále velmi nízký, nicméně se kontinuálně pomalým tempem zvyšuje. Tento trend je dlouhodobý. Zatímco v roce 2022 jsme ženu jako majoritního vlastníka evidovali u 15,65 %, o rok později u 15,79 %, loni u 15,84 % a aktuálně to je 16,01 %. Současně klesá podíl společností, u kterých je přímým majoritním vlastníkem muž, mezi lety 2024 a 2025 o 0,2 procentního bodu,“ řekla předsedkyně představenstva tuzemské pobočky Dun & Bradstreet Kateřina Klosová.

Největší zastoupení žen v roli majoritních majitelek českých firem – přibližně pětina – připadá na společnosti s ročními tržbami do pěti milionů korun. Jakmile však firmy pře-

kročí tuto hranici, podíl ženských vlastníků výrazně klesá. V případě společností s mužským většinovým vlastnictvím je situace odlišná – více než polovinu tuzemských společností ovládají muži až do úrovně ročních tržeb 200 milionů korun. Od této hranice převládají subjekty, které jsou kontrolovány jinou právnickou osobou. „Obecně platí, že čím vyšší tržby firma vykazuje, tím větší je v rámci podnikatelské základny podíl společností kontrolovaných jinou právnickou osobou,“ dodala Kateřina Klosová s tím, že u firem s tržbami mezi 1–1,5 miliardy korun je 1,04 % subjektů ovládaných ženami a 25 %

muži a u společností s tržbami nad 1,5 miliardy korun je 0,87 % ženských a 13,10 % mužských společností.

Ženy nejčastěji podnikají v oblastech zdravotní péče, vzdělávání a různých služeb, zatímco muži jasně dominují ve stavebnictví, informačních a komunikačních činnostech či v dopravě a skladování. „Přestože je zastoupení žen v několika segmentech podnikání výrazné, v žádné kategorii nepřevládají natolik, aby vlastnily více než polovinu společností. Na druhou stranu muži kontrolují nadpoloviční podíl tuzemských firem v 17 z 20 sledovaných segmentů,“ uzavřela Kateřina Klosová. (tz)



Majoritní vlastníci českých firem – genderové rozdělení

	s. r. o.	a. s.	celkem	podíl na celku
ženy	92 827	2133	94 960	16,01 %
muži	324 481	13 050	337 531	56,91 %
ostatní*	148 534	12 112	160 646	27,08 %
celkem	565 842	27 295	593 137	100,00 %

* subjekt je zpravidla majoritně vlastněn právnickou osobou nebo nemá majoritního vlastníka (např. 50 % muž a 50 % žena)

zdroj Dun & Bradstreet

Výzvy přicházejí a člověk musí být připraven je nepromarnit

Bývalá profesorka na gymnáziu, která opustila před třinácti lety školství, aby se stala součástí rodinného businessu. Dnes je majitelkou společnosti DECOLED a autorkou projektu světelných výstav Story of Lights. Jako obchodní manažerka zajistila firmě dominantní postavení na českém a slovenském trhu. Eva Poláčková zpracovala a stále prosazuje formující ideje značky DECOLED, jako je respekt k veřejnému prostoru, odkaz na design, tradice a kreativitu. Je nositelem kreativní koncepce každé zakázky, kterou firma realizuje. Je činná ve veřejném světě světlařského oboru, pořádá přednášky, účastní se odborných diskuzí, píše články a tvoří odborné podcasty.



Eva Poláčková

Ojedinělým projektem se stala Krkonošská Stezka korunami stromů. Ta se od února proměnila v jedinečnou světelnou scénu. Do 15. března totiž nabízejí Janské Lázně návštěvníkům magické večerní dobrodružství, založené na propojení zimní krajiny, tradice a sportu. Na základě technické preciznosti, inovací a respektu k prostředí, ve kterém světelný zážitek vzniká, dává návštěvníkům možnost vnímat prostředí výjimečného regionu jinak, než je obvyklé. Právě tento originální přístup stojí za vizuální podobou projektu Světelné zimní hry, který se letos po loňské úspěšné sezóně na Stezku korunami stromů v Krkonoších vrátil. Návštěvníci tak poznají přírodu pohledem, který za denního světla nebo tmy nemají šanci vidět. Společnost DECOLED již nesčetněkrát dokázala, že svět kolem nás lze ozvláštnit a představit jinak než v souvislostech všedního dne. Jaká je filozofie, jaký je přístup k zadání? To v rozhovoru vysvětlila právě Eva Poláčková:

DECOLED má za sebou necelou třicítku úspěšných let. Máte čas a chuť se občas ohlédnout zpět?

Čas mi nedovoluje se zastavit, „kdo chvíli stál, již stojí opodál“, většinou nás i předbíhá, ačkoli musíme samozřejmě plánovat i žít v jistém předstihu. Minulost ovlivňuje každým rozhodnutím přítomnost, v tomto smyslu jsem se naučila, že výzvy přicházejí a že člověk musí být neustále připraven je vyslyšet a nepromarnit. Není to nějaké bilancování, ale spíš víra, že když se něco dělá s otevřeným srdcem a myslí, tak to má naději. Jiná cesta vlastně ani není.

Co je na úspěchu krásné?

Co je vlastně úspěch? Pro mě je to většinou radost, spíš trvalý pocit nějakého uspokojení z toho, co člověk dělá. A to je vrtkavé, většinou vykoupené každodenností a řádem, disci-

plínou a často tzv. odloženou spotřebou, takže má rub a líc, ani radost nechodí sama. Ale přiznám se, že nejpříjemnější je asi dobývaná důvěra v další kroky, taková vnitřní podpora pro další odvalu a nadhled nad věcmi.

A co naopak na podnikání nejsložitější?

Podnikání je rozhodnutí převzít odpovědnost za sebe i druhé, každodenně celý rok. Relativní svoboda rozhodování je velmi přísně determinována všemi požadavky firmy. Bohužel s růstem firmy je spojeno i jisté její nezávislé fungování na nás, a v tom jsou nároky asi nejtěžší. Vývoj je ovlivňován i všemi možnými objektivními problémy v domácí i zahraniční politice. Jistá míra nepředvídatelnosti nebo nepřilíš velká podpora malého a středního podnikání nás někdy ve srovnání se zahraničními firmami znevýhodňuje.

Stále jste rodinnou firmou s českým kapitálem. Jaké to má výhody?

Rádi bychom zůstali nezávislí, ač jsme si vědomi, že možná tato cesta bude pomalejší, doufáme, že právě z důvodu této nezávislosti můžeme podobu její budoucnosti určovat my. Je to samozřejmě náročnější, ale věříme si.

Dosáhnout obratu 290 milionů korun za rok v oboru vánočního a svátečního osvětlování je úctyhodný výsledek. Co ho loni ovlivnilo v tom nejlepší slova smyslu?

Rosteme každým rokem přibližně o 30 %, ale bohužel s větším růstem obratu nekoreluje růst zisku, logický důsledek expanze firmy. Měníme i segmenty, postupně obracíme více pozornost do zahraničí a rozvíjíme ve větší míře světelné výstavy v Evropě. Myslím, a to mě vlastně těší nejvíce, že roste zájem o výstavy s hodnotou interaktivity a edukace. Například Žluté lázně v Praze překonaly první ročník v počtu návštěvníků a výrazně upoutaly v naší metropoli pozornost mezi konkurenty.

Museli jste nějakou zakázku také odmítnout nebo odložit?

Bohužel z kapacitních důvodů jsme některé projekty odložili a některé musíme odmítnout,

Není to nějaké bilancování, ale spíš víra, že když se něco dělá s otevřeným srdcem a myslí, tak to má naději. Jiná cesta vlastně ani není.



neboť naše podnikání je závislé i na faktoru času, Vánoce jsou všude na světě v jeden den.

Máte za sebou nespočet projektů, ten nejnovější se vztahuje ke krkonošské Stezce korunami stromů, jež se proměnila v jedinečnou světelnou scénu nazvanou Světelné zimní hry. Čím je unikátní a co má sdělit?

Stezky korunami stromů již zdobíme po několikáté, ale tentokrát jsou unikátní v jakémsi propojení interaktivního sledování olympijských her a návštěvy zimních her v Krkonoších, kde se zájemci mohou dozvědět o historii českého sportu na edukační stezce, vyzkoušet znalosti v kvízu a zažít úžasnou atmosféru přírody a výhledu do míst, která to vše vyprávějí společně v podmanivé synergii našich světél.

Ztvárnili jste vlastně příběh místa, pro návštěvníky připravili nevšední zážitek. Co bylo na takové realizaci nejobtížnější?

Vše má svůj vývoj, takže z počátku jsme spolupracovali na ujasnění s kolegy horaly, což byla příjemná spolupráce, a pak už nastoupila výroba a do času instalace přišla opravdová zima, to vše utváří atmosféru celého záměru.

Ráda bych světelnými výstavami přispívala k jakési formě osvětlení. Je krásné vidět návštěvníky, jak studují popisky, testují své znalosti a společně vše sdílejí ve vzájemné radosti.

Kdo je autorem všech těch světelných koulí? Váš tým, nebo externí designér?

Rozhodně vše vychází z našeho kreativního týmu, takže námět a téma často přináším na základě vnímání potřeb daného místa a společně s kolegy rozpracováváme dál. To je pro mě nejzajímavější část. Pak hledáme podobu technického ztvárnění apod.

Budete připravovat i nějaké světelné instalace pro teplé letní večery?

Letos jedeme vystavovat po nějaké době do Frankfurtu na Christmasworld, kde bychom rádi představili náš záměr. Chceme stále více vstupovat do veřejného prostoru v nezávislosti na ročním období a umělečtějším ztvárněním. Mimochodem náš vesmír propůjčujeme hvězdárnám a městům, takže taková podoba již existuje, a možná se rodí i další. Naše osvětlení doprovází i letní festivaly, koncerty a podobné akce.

Určitě již máte objednávky na závěr letošního roku, nač se tedy již nyní chystáte?

Připravujeme rozšíření výstav nejen v České republice, ale i v Evropě. Vyrábíme už nové

výstavy pro Prahu, Brno, Ostravu atd., a samozřejmě rozšiřujeme možnosti technologické i dalšího zpracování. Aktuálně také chystáme valentýnskou a velikonoční výzdobu.

Působíte rovněž na Slovensku, v Německu, Francii a Maďarsku. Jaké představy tamních zákazníků plníte? Liší se nějak od požadavků Čechů?

Myslím, že jsem vloni autenticky poznala různé vnímání našich výstav, ale i jejich prezentací, když jsem objížděla a zahajovala výstavy třeba během týdne od Seredi po Curych. Určitě se do všeho propisuje odlišná mentalita, kulturní vzorce i představy o designu a estetice. Na druhou stranu jsem ráda, že obecně všude lidé oceňují nápad, příběh, hravost, eleganci a styl.

Jaké jsou vaše záměry do budoucnosti?

Rádi bychom rozšířili svou působnost do dalších zemí i případně kontinentů, ale hlavně bychom chtěli rozvíjet naše výstavy a způsob, jakým vstupujeme do veřejného prostoru. Ráda bych světelnými výstavami přispívala k jakési formě osvětlení. Je krásné vidět návštěvníky, jak studují popisky, testují své znalosti a společně vše sdílejí ve vzájemné radosti.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl ■■■

Doplňky stravy patří mezi potraviny



Martina Šimová

Doplňky stravy v našem životě už bereme jako samozřejmost. Podle čeho však poznáme, že je vhodné je užívat?

Doplňky stravy je vhodné užívat zejména v případě, kdy na sobě pocítujeme nějaké známky deficitu určitých živin. Varovnými signály těla mohou být chronická únava, časté nemoci, problémy s vlasy a nehty či svalové křeče. Vhodné jsou zejména při větší zátěži pro organizmus, jako například v těhotenství, během kojení, hodí se pro seniory, vegany nebo vegetariány nebo při intenzivním sportovním výkonu.

Doplňky jsou vhodné také při zdravotních stavech ovlivňujících vstřebávání živin, při užívání některých léků nebo při dietních omezeních.

Většinou si je ordinujeme sami, ale bez širších znalostí i informací o tom, kdy a zda je to vůbec vhodné například v kombinaci s určitým jídlem, nápoji nebo léky či v jakém čase je polykat. Kdo nám s tím nejlépe poradí?

Pro radu bychom si měli dojit ke svému lékaři, lékárníkovi či nutričnímu terapeutovi. Informace lze vyčíst také z odborných webových stránek. Tady je ale opravdu třeba sledovat, na jaké webové stránky se informace nacházejí, a čerpat z ověřených zdrojů. Mnoho užitečných rad lze získat například na webové stránce naší asociace www.prozdraveziti.cz.

Asi to dobře znáte. Čas od času sáhnete po nějakém doplňku stravy, ať už to jsou vitamíny, nebo minerály. Přidáte bylinkový čaj, aromaterapii. Cítíte, že je potřeba osvěžit tělo i duši. Po náročném konci i začátku roku na nás doléhá únava, sluníčka je málo, a předsevzetí týkající se zdravého životního stylu se nedaří naplňovat. Na doplňky stravy začínáme spoléhat čím dál častěji. Ty podléhají v České republice přísné domácí i evropské legislativě. Státní zemědělská a potravinářská inspekce tyto výrobky namátkově kontroluje a upozorňuje na ty nevyhovující. Česká a slovenská asociace pro speciální potraviny apeluje na spotřebitele: Nakupujte doplňky stravy u ověřených výrobců, chraňte své zdraví před pochybnými produkty z internetu a nevěřte klamavým reklamám. Jenže pro mnoho lidí je výběr doplňků stravy často záležitostí náhodné volby nebo impulzivního nákupu po přečtení oslnivé reklamy na internetu. Je však důležité mít na paměti, že ne všechny produkty jsou stejně kvalitní a účinné, a některé mohou být dokonce i nebezpečné. Abyste se mohli rozhodnout informovaně a zodpovědně, vyplatí se věnovat čas pečlivému výběru. A k tomu nabádá i Martina Šimová, předsedkyně představenstva České a slovenské asociace pro speciální potraviny.

Lékařská obec na to moc neslyší a asi to ani není úplně v kompetenci jejích členů, ale mnoho lidí by otázky na toto téma rádo směřovalo právě na lékaře.

Je pravda, že většina lékařů doplňky stravy standardně nedoporučuje, ale situace se v posledních letech začíná pomalu měnit i v tomto případě. Jiné je to u lékárníků, kteří díky svému průběžnému vzdělávání v této oblasti mohou erudovaně poradit s výběrem vhodného přípravku. To platí rovněž o některých nutričních terapeutech.

Lékařníci bývají ohledně dotazů na doplňky stravy často mnohem vstřícnější, jen je těžké rozeznat, zda se snaží poradit opravdu objektivně, nebo jestli jsou vedeni touhou více prodat. Ani to druhé jim nelze mít za zlé, lékárny si na sebe rovněž musí vydělat...

Rozhodně si nemyslím, že lékárníkům jde pouze o to, prodávat za každou cenu. Jak už jsem řekla, doporučuji doplňky stravy na základě vlastních zkušeností a znalosti dostupných vědeckých dat. I oni samozřejmě musí dodržovat přísné profesní etické standardy.

Široký informační tok skrývá internet, jenže kdo se v té přemíře faktů i nesmyslů má vyznat? Nakolik jakému zdroji věřit, nakolik zapojit zdravý selský rozum?

Jak sama říkáte, zapojit selský rozum je namísto. Nikdy bychom neměli věřit zázračným účinkům doplňků stravy ve smyslu: za týden

zhubnete pět kilo, vaše pokožka bude za měsíc vypadat jako před deseti lety nebo díky doplňkům stravy překonáte onkologické onemocnění. Toto jsou opravdu nesmysly a jde o závažné klamání spotřebitelů.

Asi nelze spoléhat jen na to, jak žily naše babičky, jaké jim pomáhaly bylinkové čaje, ani pouze na to, co nám nabízejí nejmmodernější technologie, výroba, chemie, nové poznatky, analýzy našeho zdravotního stavu. Navíc nelze paušalizovat, i tabulky orientačních hodnot jsou zrádné. Každý jsme jiný, dokonce jsme jiní i v každý okamžik. Jak si tedy nastavit, co a kdy a proč budeme z doplňků stravy užívat?

Já bych se zkušeností našich babiček tak úplně nezříkala. Existuje mnoho bylin, které mají

stále místo v případě méně závažných problémů. Klasickým příkladem je třeba mátový čaj při nadýmání nebo meduňka při stresu a nespavosti. Každý z nás má opravdu individuální potřeby, a to jednak podle svého zdravotního stavu, věku nebo konkrétní životní etapy, ve které se právě nachází. Obecně bych

ale asi všem doporučila pravidelnou suplementaci vitamínu D, který naprostě většině naší populace chybí, a přitom má pozitivní efekt na imunitu, zdraví kostí, zubů a svalů.

Doplňky stravy jsou řazeny do kategorie potravin, nejsou to léky nebo něco podobného. Proč to tak je?

Doplňky stravy jsou řazeny mezi potraviny proto, že jejich hlavním účelem je doplňovat

Doplňky stravy jsou řazeny mezi potraviny proto, že jejich hlavním účelem je doplňovat běžnou stravu o vitamíny, minerální látky či jiné živiny, nikoli léčit nebo předcházet onemocněním. Legislativně jsou definovány jako potraviny s nutričním nebo fyziologickým účinkem a jsou určeny především pro zdravé osoby.

běžnou stravu o vitamíny, minerální látky či jiné živiny, nikoli léčit nebo předcházet onemocněním. Legislativně jsou definovány jako potraviny s nutričním nebo fyziologickým účinkem a jsou určeny především pro zdravé osoby. Na rozdíl od léků neprocházejí klinickým testováním a nemohou uvádět léčebná tvrzení. Jejich bezpečnost je posuzována v rámci potravinového práva, nikoli práva léčivého, což odráží jejich podpůrnou, nikoli léčebnou roli.

Ženy v businessu to nemají jednoduché, musí umět skloubit roli manželky, matky, šéfy a mnoho dalších. Není divu, že často takzvaně jedou na doraz. Co jim doporučit pro harmonizaci organismu právě z doplňků stravy?

Moderní ženy, které jsou nuceny každý den zvládnout několik rolí najednou, musí dbát především na svou duševní rovnováhu. Musí se zejména naučit někdy vypnout, udělat si chvíli jen pro sebe, zajít na kávu s kamarádkami nebo třeba na relaxační masáž. Samozřejmě, že mohou toto všechno podpořit nějakým bylinným preparátem na bázi meduňky, heřmánku, chmele, kozlíku a podobně, které jak podpoří relaxaci, tak pomohou s navozením klidného spánku, aby se druhý den probudily svěží a připravené na další náročný den.

Na druhé straně – nemáme od doplňků stravy nadměrně velká očekávání?

Jak už jsem uvedla, doplňky stravy slouží k podpoře při nějaké zátěži nebo pro doplnění chybějících živin v náročných životních obdobích, jako je období rychlého růstu, těhotenství, kojení či menopauza. Mohou pomoci například podpořit funkci imunitního systému, ale nemůžeme od nich čekat, že nám vyléčí chřipku. Jednoduše je třeba si uvědomit, že doplňky stravy nejsou určeny pro prevenci nebo léčbu onemocnění, a pak naše očekávání budou reálná.



Co dělá vaše asociace pro osvětu spotřebitelů?

V České a slovenské asociaci pro speciální potraviny se mimo jiné věnujeme osvětě veřejnosti prostřednictvím poskytování odborných informací, které předáváme médiím v rámci naší PR komunikace. Rovněž upozorňujeme na rizika nelegálních či klamavě označených výrobků nebo přímo klamavou reklamou, čímž pomáháme spotřebitelům lépe se orientovat na trhu. Provozujeme také již zmíněný web www.prozdrazeviti.cz, stránky o zdraví. A snažíme se intenzivně komunikovat naše devatero rad, jak postupovat při výběru doplňků stravy:

1. Definujte si své potřeby: Před nákupem si ujasněte, jaké konkrétní potřeby máte a jaké zdravotní problémy chcete řešit. Pamatuje, že doplňky stravy nejsou léky, a vážné zdravotní problémy konzultujte vždy s lékařem.

2. Konzultujte s odborníkem: Před zahájením užívání nového doplňku stravy je, pokud si nejste jisti, vhodné poradit se s lékárníkem, případně lékařem nebo výživovým poradcem. Od nich se dozvíte, jaké doplňky stravy jsou pro vás vhodné nebo jak je mezi sebou (ne)kombinovat.

3. Ověřte si složení: Pečlivě čtete etikety a seznamte se se složením produktu. Vyhněte se výrobkům s nejasnými nebo podezřelými dlouhými seznamy ingrediencí.

4. Zaměřte se na kvalitu: Přednostně vyberte doplňky od renomovaných výrobců a členů České a slovenské asociace pro speciální potraviny. Tito výrobci dodržují přísné standardy kvality a etický kodex sdružení. Nekupujte doplňky stravy jen podle hezkého obalu nebo zajímavé reklamy.

5. Pozor na dávkování: Dodržujte doporučené dávkování uvedené na obalu produktu a nikdy nepřekračujte doporučenou denní dávku.

6. Čtete recenze a zkušenosti: Před nákupem si přečtete recenze a zkušenosti ostatních uživatelů. Mohou vám poskytnout cenné informace o účinnosti a vedlejších účincích. Pozor ale na zjevně přehnaná doporučení a informace o přímo zázračných účincích.

7. Vyhněte se neověřeným zdrojům: Nakupujte doplňky pouze od důvěryhodných prodejců a e-shopů. Ideálně se vypravte aspoň při prvním nákupu přímo do lékárny. Vyhněte se pochybným internetovým nabídkám a tržnicím.

8. Sledujte aktuální vědecké poznatky: Zajímejte se o nové vědecké studie a doporučení týkající se doplňků stravy. Informace o zdraví najdete například na webu www.prozdrazeviti.cz.

9. Sledujte webové stránky www.potravinynaprawyri.cz, kde Státní zemědělská a potravinářská inspekce zveřejňuje výsledky kontrol vybraných online prodejců doplňků stravy.

A čím se bude vaše asociace letos zabývat v rámci ochrany podnikání svých členů?

V současné době je naší prioritou osvěta spotřebitelů, jak správně vybírat doplňky stravy, jak rozpoznat podvodné e-shopy, jak rozlišit klamavé informace o jejich účincích, aby doplňky stravy nakupovali prioritně v lékárnách, kde jim s výběrem poradí odborník. Chceme začít aktivněji propagovat logo Člen ČASP, a to, že výrobky našich členů jsou zárukou dobré kvality a férové reklamní komunikace.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Ano, i sport formuje dětskou duši



doc. PaedDr. Klaudia Zusková, Ph.D.

foto Karel Cudlín, make up Míriam Machová

Maminky v roli majitelek firem, manažerek, političek to nemají jednoduché, protože čas je jen jeden. Často cítí, že se svým dětem nemohou tolik věnovat, jak by chtěly. Večer jim nečtou pohádky a do sportovních kroužků je posílají s dědečkem. Není to škoda?

Škoda to je, ale žijeme v reálném světě. Život přináší různé okolnosti, na které se můžeme adaptovat lépe, nebo hůře. Objem času je možné nahradit hloubkou a intenzitou. Když si maminka najde čas, který dítěti opravdu věnuje na sto procent, opravdově mu naslouchá a je s ním aktivně přítomná, může být takový čas cennější než jen být vedle a zapnout dítěti video nebo s ním běhat po nákupním centru. Role babiček a dědečků má velký význam v sociálním životě dětí, a pokud jsou natolik aktivní, že mohou vnoučata doprovázet na kroužky, je to jen dobře. Možná bychom se divili, že právě zmíněné profese mohou obnášet více organizovanosti a hlubší prožívání společného času s dítětem.

Také ne každá rodina je sportovně založená, a to se zpravidla na dětech posléze projeví, na jejich vztahu k pohybu, na jejich sebevědomí, na rozvoji osobnosti. Co všechno sport může ovlivnit?

Určitě se životní styl rodiny, její zvyky a hodnoty propisují do chování dětí. Neřekla bych ale, že v případě „nesportovní“ orientace rodiny se to nutně projeví například na sebevědomí dítěte. Takto bych nerada generalizovala. Spíše bych poukázala na benefity, které může sportování v rodině přinést do života dítěte i celé rodiny. Tři roky jsem vedla program společného sportování a cvičení ro-

Až do konce února věnuje společnost Procter & Gamble ve spolupráci s partnerskými řetězci část tržeb České olympijské nadaci. Ta peníze následně předá dětem z finančně znevýhodněných prostředí. Mladí sportovci si tak budou moci pořídit sportovní vybavení či zaplatit členské příspěvky, a nepřijít tak o všechny benefity, které sport do života přináší. Tváří kampaně je český hokejový brankář Lukáš Dostál. Do kampaně se zapojily řetězce Alza.cz, Billa, Datart, Dr. Max, Globus, NaZuby, Notino, Pilulka, Planeo, Rohlík, Rossmann, Teta a Tesco. Tudiž každý, kdo od 1. ledna do 28. února 2026 zakoupí produkty Ariel, Lenor, Gillette, Jar, Pampers, Always, Pantene, H&S, Old Spice, Oral B, Braun nebo jakýkoli jiný produkt P&G ve zmíněných obchodech, pomůže dětem pokračovat ve sportu i přes finanční potíže rodin. Jak se na význam dětského sportování dívá doc. PaedDr. Klaudia Zusková, Ph.D., odbornice na psychologii sportu a cvičení, zdravý životní styl a prevenci, členka Asociace psychologů sportu, která pracuje v Ústavu preventivního lékařství Lékařské fakulty Univerzity Karlovy v Hradci Králové, se dočtete v následujících řádcích:

dičů a dětí v předškolním a mladším školním věku, takže vycházím i ze své praxe. Společné sportování v rodině přináší společné zážitky a sdílení. Povídání si o těchto zkušenostech vytváří prostor pro sdílené emoce, pójítka mezi generacemi, a později i něco, k čemu se lze ve vzpomínkách vracet. To přispívá ke komunikaci a rozvoji vztahů. Jedináci se při společném sportování učí lépe akceptovat pravidla a spolupracovat.

Nyní přejdu do obecnější roviny toho, co může sport ovlivnit. Rozhodně bych zmínila rozvoj vlastností důležitých pro život, jako jsou organizovanost, rozvoj volných vlastností, schopnost snášet a zpracovávat neúspěch a rozvoj psychické odolnosti. Pokud jde o sebevědomí, považuji za podstatné zmínit především budování důvěry v sebe a ve vlastní schopnosti. Pro hyperaktivní děti je sportovní prostředí velmi prospěšné. A co je velmi důležité, dostatečná pohybová aktivita, včetně sportování, rozvíjí poznávací funkce a je nedílnou součástí zdravého vývoje nervové soustavy, zejména v době sedavého chování, sezení u počítačů a celkové fyzické neaktivity.

neseně. Učí férovosti, hodnotám, přátelství, rozvíjí prosociálního chování, ale také poznávat nespravedlnost a opaky již zmíněného. To vše, pokud je pod dohledem erudovaného trenéra/trenérky, ale také samozřejmě rodičů i starých rodičů, přispívá k dobrému formování osobnosti.

To si ale ne každý rodič uvědomuje. Jak toto poselství sdílet, aby se vztah mladých a jejich rodičů k pohybové aktivitě měnil?

Vytváření postoje má v sobě tři hlavní oblasti: kognitivní složku, tedy to, co si o dané věci myslíme, co o ní víme a jak ji hodnotíme – jde o názorovou složku. Dále je to emoční složka, tedy emoční vztah k dané věci či aktivitě. Právě zde bych apelovala na důležitost vytvářet podmínky pro „zkusit si to“, „zažít to“, „mít prožitek“ a „vidět to“. A pak je tu konativní, realizační složka – na základě toho, co o dané věci víme a jaký k ní máme vztah, ji také skutečně dělat. Zde je důležité vytvářet podmínky pro samotné „dělání“. Nezbytné jsou také příklady dobré praxe a vzory, které motivují. Aktivní, čilí a produktivní senioři, plní života, by proto neměli chybět ani v médiích – oslovují dospělou generaci tím, že ukazují, že o kvalitu života se musíme aktivně přičinit.

Úplně nejhůř jsou na tom mladí ze znevýhodněných rodin. Těm se snaží pomoci kampaň Každodenní šampioni. Proč vás zaujala?

Právě vytvářením podmínek, komunikací a také propojováním institucí, které mohou společně dosáhnout více, je to pro mě velmi cenné. Vždy mám velkou radost, když vidím, že se společensky prospěšné a smysluplné aktivity dělají systematicky a mají kontinuitu. A samozřejmě, když to dělají „srdcaři“. Ono se to asi ani jinak dělat nedá, pokud to má mít úspěch.



Opravdu sport formuje dětskou duši, pomáhá být člověkem?

Ano, i sport formuje dětskou duši, neřekla bych „být člověkem“, mně to zní až moc nad-

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■

Krása jako strategie: GERnétic rozšiřuje své know-how o nutrikosmetiku

Vysoké pracovní nasazení, odpovědnost za rozhodnutí i leadership. Pro mnoho žen v manažerských a podnikatelských rolích není péče o sebe rozmarem, ale nutností. Právě v tomto kontextu získává krása nový význam – jako projev vnitřní rovnováhy, energie a dlouhodobé vitality. Francouzská značka GERnétic, která již více než padesát let staví svou filozofii na buněčné výživě pokožky, na tento trend reaguje rozšířením svého portfolia o nutrikosmetiku, tedy doplňky stravy vytvořené s ohledem na největší výzvy, jimž působí a pokožka v současnosti čelí.

Značka, známá především díky profesionálním salónním a cílené domácí péči, představuje inovovanou řadu NATUR DIET. Trojice nově uvedených produktů míří na klíčové oblasti současného životního stylu: formování postavy, vědomý přístup ke stravování a zvládání stresu. Právě stres je podle odborníků jedním z hlavních faktorů, které mají dopad nejen na psychickou pohodu, ale i na stav pleť, fyziologickou rovnováhu organismu a celkovou hladinu energie.

„Dlouhodobě sledujeme, jak zásadní vliv má stres na kvalitu pokožky i schopnost regenerace. Proto jsme chtěli nabídnout řešení, které propojí vnější péči s podporou organismu zevnitř,“ vysvětluje Ing. Andrea Trčková, výkonná ředitelka generálního zastoupení GERnétic pro český a slovenský trh. Podle ní do-



plňky stravy přirozeně navazují na salónní procedury a na holistický přístup značky. Zkušenosti z praxe potvrzují i kosmetičky pracující s GERnétic. Stresovaná pleť bývá povadlá, citlivá, náchylnější k zánětům a hůře reaguje na běžnou kosmetickou péči. Propojení kvalitních kosmetických přípravků s cílenou výživou organismu proto dává smysl zejména ženám, které potřebují fungovat dlouhodobě ve vysokém tempu.

Řada NATUR DIET sází na funkční kombinace přírodních látek namísto dlouhých seznamů ingrediencí. Celluli Slim kombinuje extrakt z vinné matoliny, ananasu, zeleného čaje a jablečnou vlákninu, vitamín C a měď. Tyto pečlivě vybrané látky přispívají k normálnímu metabolismu tuků, podporují přirozenou drenáž organismu, chrání buňky před oxidačním stresem a pomáhají udržovat pokožku pevnou a pružnou.

V doplňku stravy Food Control se ukrývá pečlivě vybraná kombinace rostlinných složek

a vlákniny, která přispívá k normální funkci trávicího systému a pomáhá udržovat pocit sytosti. Mezi nimi lze najít prášek z červené řasy Lithothamnium calcareum, Chaluhu bublinatě, listů ostružníku. Obsažený vitamín B3 přispívá ke správné funkci nervové soustavy a chrom k normálnímu metabolismu makroživin a k udržení normální hladiny glukózy v krvi. Stress Control je doplněk stravy s hořčíkem, vitamínem B6 a rostlinnými extrakty z rozchodnice růžové a meduňky lékařské. Přispívá k relaxaci, kvalitnímu spánku a normálního fungování nervového systému. Podporuje snížení míry únavy a vyčerpání a schopnost těla přizpůsobit se psychické i fyzické zátěži. V době, kdy se od žen očekává výkon, odolnost i elegance zároveň, přináší GERnétic jasný postoj: skutečná krása není otázkou věku ani trendů, ale výsledkem promyšlené a dlouhodobé péče o tělo, mysl i vlastní životní rovnováhu.

Kateřina Medová Šimková



Firmy stále více řeší wellbeing žen:

zdraví zaměstnankyň klíčovým tématem moderního businessu

Zvýšená pozornost věnovaná ženskému zdraví, psychické pohodě a udržitelné kariéře se stává nedílnou součástí firemní kultury. Přestože je v Česku ve vrcholovém managementu zastoupeno pouze 13 % žen, v měřítku EU je už každý třetí manažer žena. Nicméně i mnohé tuzemské firmy vnímají benefity ženského leadershipu. Mezi ty, pro které nejde o pouhý trend, patří poradenská skupina Moore Czech Republic. Ta se této oblasti věnuje dlouhodobě a systematicky – na úspěšný program Moore Talent Management podporující rozvoj lídrů bez ohledu na gender nyní navázala iniciativou Moore Women. V rámci ní proběhlo i listopadové setkání manažerek zaměřené právě na wellbeing.



Rostoucí zájem o ženský wellbeing a zdraví reflektuje širší trend napříč českým i mezinárodním pracovním trhem. Firmy začínají chápat, že péče o fyzickou i psychickou kondici zaměstnankyň úzce souvisí nejen s prevencí vyhoření, ale také s jejich výkonem a dlouhodobou udržitelností kariéry. Stejně tak si začínají uvědomovat význam ženského zastoupení. Nejenže se smíšené týmy ukazují být odolnějšími a kreativnějšími, ale data naznačují, že firmy, které mají vyšší podíl žen ve vedení, vykazují až o 20–25 % větší pravděpodobnost nadprůměrné profitabilnosti. Mezi země s nejvyšším podílem žen v představenstvech společností – tedy dosahujících více než 40 % – patří například Francie, Švédsko a Norsko. Průměrný podíl manažerek v rámci EU je pak 34,8 %.

Základ profesní síly

Ženy ve vedení však mohou čelit zvýšenému pocitu tlaku a stresu, což může mít vliv právě na jejich způsob leadershipu. Wellbeing tak v tomto případě sehrává zásadní roli – vědomá práce se stresem, energií a rovnováhou mezi pracovním a osobním životem může pomoci k lepší koncentraci, větší motivaci i sebedůvě-

ře, a ve výsledku i ke kvalitnějšímu výkonu. Úspěch žen v businessu tak stojí na respektu k jejich zdraví. „Teprve když je prevence a osobní pohoda stejně důležitá jako výkon, mohou ženy dlouhodobě růst a naplno využít svůj potenciál. Je proto podstatné, aby si firmy uvědomily, že osobní pohoda žen není jen subjektivní téma – jde o strategickou oblast s přímým dopadem na pracovní výkon i výsledky,“ řekla Marcela Hrdá, partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic.

Součást firemní kultury

Skupina Moore Czech Republic se oblasti ženského leadershipu a wellbeingu proto věnuje systematicky. Spustila mj. iniciativu Moore Women, která navázala na projekt Moore Talent Management. Ten podporuje rozvoj budoucích lídrů bez ohledu na pohlaví. Moore Woman se zaměřuje na podporu a rozvoj žen, kterých je ve skupině více než polovina – 170 z celkových 330 zaměstnanců. „Projekt vznikl jako reakce na rostoucí potřebu posilovat zastoupení žen v řízení, podporovat jejich profesní růst a vytvářet prostředí, které reflektuje jejich specifické potřeby i ambice. Cílem je propojit talento-

vané ženy napříč společnostmi skupiny a nabídnout jim prostor pro vzdělávání, mentoring, sdílení zkušeností a posilování leadership kompetencí,“ popsala Marcela Hrdá.

Listopadové setkání manažerek tak bylo jen jedním z příkladů aktivit, které propojují odborné know-how s péčí o ženy v různých fázích jejich kariéry. Diskuze se zaměřily na psychický rozvoj, prevenci vyhoření a konkrétní nástroje, které mohou ženy využívat v každodenní praxi. Kouč a odborný poradce Libor Lukášek představil také šest základních lidských potřeb a jejich vliv na profesní i osobní život.

„Téma wellbeingu žen je pro nás důležité.

V praxi jej podporujeme nejen vzdělávacími aktivitami, ale také tím, že ve firmě aktivně otevíráme prostor pro sdílení zkušeností a potřeb. Věříme, že zdravá a spokojená zaměstnankyňe i zaměstnanec jsou základní stavební kámen úspěšného týmu,“ vysvětlila Marcela Hrdá.

Trend, který bude dál silnit

Listopadové setkání nebylo ve firmě jednorázovou akcí, wellbeing je pevnou součástí firemní kultury a přístupu, který je ve společnosti dlouhodobě zakořeněný. I proto poradenská skupina plánuje rozvoj dalších aktivit. Například Moore Academy dlouhodobě pracuje s tématy psychické odolnosti a wellbeingu, jedním z kroků je i připravovaný kurz na práci se stresem.

„V lednu plánujeme nový kurz zaměřený na stres management, který představí jednoduché, okamžitě použitelné metody uprostřed pracovního dne. Ne někdy večer, až bude klid, ale opravdu tady a teď – mezi dvěma meetingy, u počítače nebo po náročném telefonátu. Chceme pracovat s krátkými mikro-pauzami, dechovými technikami, rychlým uvolněním napětí v těle (ramena, čelist, oči) a celkově s nastavením nervového systému, nejen kalendáře,“ naznačila Ilona Pilařová, ředitelka Moore Academy CZ.

Focus na ženy ve vedoucích pozicích

V plánu je také systematický program pro ženy v businessu, který je naučí pracovat s energií, dopřát si digitální hygienu a malé udržitelné návyky, které se dají reálně žít. „Většina žen v práci i doma funguje jako malé multifunkční centrum – přepínání mezi projektem, týmem, rodinou, domácností a často ještě péčí o další členy rodiny znamená, že se do stresu dostanou rychleji. V kurzu chceme ukázat, že stres není průšvih ani selhání, ale informace, která se dá zkrotit,“ vysvětlila Ilona Pilařová.

Téma nejen ženského zdraví a wellbeingu tak bude v pracovním prostředí dále nabývat na významu. „Proto u nás chceme jít v této oblasti příkladem – nejen jednotlivými iniciativami, ale i dlouhodobým přístupem postaveným na respektu, prevenci a podpoře ženského potenciálu,“ dodala Marcela Hrdá. (tz)

Nejdepresivnější den v roce letos připadl na 19. ledna

Třetí pondělí v lednu je považováno za nejdepresivnější den v roce. I když jeho anglické označení Blue Monday původně vzniklo jako marketingový tah, něco na tom bude. Podle čerstvého průzkumu KB Pojišťovny mezi více než tisícovkou dospělých Čechů je zima nejméně oblíbeným obdobím. Za nejdepresivnější sezónu ji označilo přes 60 % dotázaných. Nedostatek slunce, frustrace z nesplněných novoročních předsevzetí a prázdná peněženka po Vánocích – to všechno sráží naši psychickou pohodu.

Odborníci však dlouhodobě upozorňují na to, že psychické potíže zdaleka nejsou jen sezónní jev. Podle dat České správy sociálního zabezpečení jsou duševní poruchy a poruchy chování druhým nejčastějším důvodem přiznání invalidního důchodu (tvorí cca 27 %). „Číslo jasně ukazuje, že psychické obtíže jsou běžnou součástí života mnoha Čechů. 75 % z nich v našem dotazníku uvedlo, že v posledních pěti letech zažili období, kdy se cítili psychicky vyčerpaní nebo na hraně vyhoření. A 32 % pak tyto stavy trápily dlouhodobě v řádu měsíců,“ řekl produktový manažer Pavel Sedlář z KB Pojišťovny a dodal: „Za pozornost stojí i zjištění, že 30 % Čechů už někdy požádalo o pomoc odborníka. Antidepresiva předepsaná lékařem užívala, nebo aktuálně užívá, celá čtvrtina dotázaných.“ Když pak potíže přerostou ve vážnější stav, který skončí nemocenskou, nebo dokonce invaliditou, přicházejí lidé v produktivním věku o možnost naplno pracovat – s výrazným dopadem na rodinný rozpočet. „A ten je obvykle napjatý. Lidé prostě nejsou připraveni na výpadek příjmu a se svými úsporami by v takovém případě více než tři čtvrtiny námi oslovených Čechů vydržely maximálně půl roku,“ doplnil Pavel Sedlář.

Orientační výše invalidního důchodu v ČR

- průměrný invalidní důchod I. stupně (pokles pracovní schopnosti o 35–49 %) se pohybuje okolo 10 000 Kč měsíčně,
- u II. stupně (pokles pracovní schopnosti o 50–69 %) je to přibližně 12 000 Kč měsíčně,
- u III. stupně (pokles pracovní schopnosti o 70 % a více) něco přes 17 500 Kč měsíčně (hodnoty se vždy liší dle individuálního nároku).

Kombinace vysokého výskytu duševních poruch, jejich významného podílu na invaliditě a dlouhé doby pracovní neschopnosti (podle

ČSSZ je průměrná doba PN 81 dnů) vede k jednoduchému závěru – i psychické onemocnění může během několika měsíců zásadně ohrozit finanční stabilitu rodiny. Pojišťovny na tuto realitu reagují nastavením svého životního pojištění tak, aby krylo také invaliditu z důvodu duševního onemocnění a dlouhodobou pracovní neschopnost způsobenou psychickými obtížemi. Při sjednání pojištění je ale dobré si vždy ověřit, za jakých konkrétních podmínek a které diagnózy životní pojištění zahrnuje. „Cílem našeho Rizikového životního pojištění Elán není jen vyplatit peníze v těch nejkrásnějších situacích, ale pomoci rodině zvládnout období, kdy je žitel mimo práci kvůli vážným psychickým obtížím. To znamená, že pokud je klientovi přiznán invalidní důchod právě kvůli duševní poruše, může vzniknout nárok na pojistné plnění stejně jako u jiných zdravotních příčin. Zároveň si zájemce může ke svému životnímu pojištění sjednat také připojištění pracovní neschopnosti, které se vztahuje i na pracovní neschopnost z důvodu psychických obtíží, například depresivní či úzkostné poruchy, a pobírat denní dávku, která doplní jeho příjem v době, kdy dostává jen nemocenskou,“ vysvětlil Pavel Sedlář z KB Pojišťovny.

Příklady pojistných událostí z praxe KB Pojišťovny

- Klientka 40 let, dvě děti, měsíční pojistné 423 Kč, smlouva rizikového životního pojištění uzavřena v roce 2021. Deklarovaný příjem 25 000 Kč. V roce 2025 uznána invalidní z důvodu paranoidní schizofrenie. Pojištěna Invalidita II. a III. stupně – vyplaceno v plné výši 500 000 Kč.
- Klient 54 let, měsíční pojistné 2874 Kč, smlouva rizikového životního pojištění uzavřena v roce 2023. Deklarovaný čistý příjem 120 000 Kč. V roce 2024 přiznána invalidita z důvodu psychického a neurologického onemocnění. Pojištěna Invalidita II. a III. stupně – vyplaceno v plné výši 4 000 000 Kč. Dále sjednáno kolektivní pojištění k úvěrům – úvěry ve výši 400 000 Kč byly doplacený.

Příklady cen pojistného

Rizikové životní pojištění Elán – muž ve věku 30 let, zdravý, pojistná doba 30 let,

práce v administrativě, provozuje běžné rekreační sporty, čistý příjem 38 000 Kč.

- Pojištění invalidity II. a III. stupně s konstantní pojistnou částkou 1 000 000 Kč – měsíční pojistné 149 Kč.
- Pojištění pracovní neschopnosti
 - Zaměstnanec, který potřebuje pokrýt 40 % čistého příjmu, tj. 15 200 Kč, tedy denní sazba 500 Kč – varianta pojištění PN od 29. dne stojí 292 Kč měsíčně.
 - OSVČ, který potřebuje pokrýt 100 % příjmu, tj. 38 000 Kč, tedy denní sazba cca 1250 Kč – varianta pojištění PN od 29. dne stojí 728 Kč měsíčně.

„Statistiky uvádějí, že životní pojištění má asi polovina české populace. Když jsme se ale lidé ptali, zda jim kryje také psychická onemocnění, vědělo to sotva 7 % z nich. To naznačuje, že těmto diagnózám zkrátka nevěnujeme tolik pozornosti, kolik bychom měli. Potvrzuje to i skutečnost, že skoro 60 % oslovených by ani v případě, že by odbornou pomoc potřebovali, nešlo k psychiatrovi či k psychologovi. Případné potíže se snažíme vyřešit sami pohybem v přírodě, časem tráveným s rodinou, čtením knížek nebo provozováním nejrůznějších koníčků,“ uzavřel Pavel Sedlář z KB Pojišťovny. (tz)



Mnohé ženy mohou utrácet bez vědomí manželů



Dokázali byste si představit, že byste si koupili něco pro sebe a partnerovi o tom vůbec neřekli? Podle Velkého průzkumu UNIQA a agentury NMS je to v českých domácnostech poměrně běžná praxe. Až v 70 % českých rodin si partneři mohou pořizovat věci podle vlastního uvážení, aniž by o tom ten druhý věděl.

Z průzkumu o pocitu bezpečí v rodinách navíc vyplynul další zajímavý trend: pokud muži přinášejí do domácnosti většinu příjmů, často partnerkám umožňují nakládat s penězi bez kontroly. Přibližně 71 % mužů nepotřebuje vědět, na co a jak jsou finance vynakládány,

a nechávají to na svých ženách. Ženy však podle výsledků průzkumu nejsou ve finančních otázkách stejně benevolentní jako jejich partneři. Zhruba 40 % z nich chce přesně vědět, kde a za co jejich muž utrácí peníze. Podle psycholožky Kornélie Ďuríkové ze slovenské neziskové organizace Liga za duševní zdraví to souvisí s tradičními genderovými rolami: „Muži jsou vychovávaní k tomu, aby zabezpečili rodinu. Pro mnohé tam jejich úloha končí a o hospodaření s penězi v domácnosti se už tolik nezajímají. Ženy jsou zase často považovány za rozvážnější a opatrnější při nakládání s financemi. Svědčí to však i o tom, že se v rodinách možná nedokážeme o financích bavit úplně otevřeně.“ Někteří partneři o svých osobních výdajích mlčí. Pouze 38 % mužů a 26 % žen si v průzkumu UNIQA myslí, že by jejich partner roz-

hodně měl vědět, pokud si koupí něco jen pro sebe. „Možná mají pocit, že si to musí hlídat a nechťejí, aby partner věděl, kolik vynaložili na něco, co má být jen pro ně. Není to však úplně šťastné. Peníze by neměly být tabu. Řešením je zřejmě otevřená komunikace. Jinak může z hromadění takových malých „tajemství“ vzniknout velký problém,“ potvrdila psycholožka. Podle místopředsedkyně představenstva UNIQA Lucie Urválkové průzkum ukazuje, že důvěra je základem dobrého finančního fungování domácnosti: „V UNIQA věříme, že otevřená komunikace o penězích je stejně důležitá jako plánování pojištění či spoření na důchod. Transparentnost v rodině pomáhá předcházet konfliktům a zároveň vytváří pocit bezpečí, který je pro finanční stabilitu rodiny klíčový.“ (tz)



Fejeton

Kariérní představy a vaření

Když jsem dostala jako vysokoškolačka pod vánoční stromeček objemnou Kuchařku české vesnice, zaskočilo mne to. Zklamání jsem nezvládla nahradit lepší emocí poměrně dlouho. Cože? Já u plotny? Moje duše se bouřila, moje já protestovalo. Na řadu let jsem tolik užitečnou publikaci odložila do nejméně dostupného místa knihovny. Jo, kdybych bývala obdržela dílo o českém kubizmu... Ale vaření? Byla jsem plná ambicí a kariérních představ o tom, jak změním svět, ale ne s vařečkou v ruce! Pod vlivem zkušeností a praxe všedního dne se můj postoj k dobývání vesmíru pozměnil. Tedy ne úplně, ale pragmatizmus se do mého konání vkrádal celkem systematicky. Rodině poté, co jsme šetřili na domeček a kdy se nám narodily dvě děti, přišlo vhod, když jsem se kolem sporáku začala točit čím dál častěji. Více než proces vaření mne však bavilo experimentování, adrenalinové očekávání výsledku. To byl pohon, který dokázal zažehnout mé pozdější skoro nadšení pro zpracovávání porcin. A pak – udržitelnost jsem v sobě měla už od dětství. Vyrábět něco z ničeho bylo mojí obrovskou vášní. Připravit designový oběd plný hmotného překvapení se stávalo mým koníčkem. Zužitkovat cokoli, co vyrostlo na zahradě nebo v lese nebyl problém. Začala jsem vymýšlet, co s čím kombinovat, jak sladit jedno s druhým, jak zavařovat, jaké neznámé saláty či polévky zařadit do našeho jídelníčku. Škoda, že jsem si vše pilně nezapisovala, jistě by se zrodila zcela unikátní příručka pro podobné bláznovské, jako jsem já.

Jak šel čas a mně přibývalo let, propracovala jsem se k určitému mistrovství. V hlavní roli je fantazie, tedy co s čím a jak zpracovat, aby to bylo chutné, pěkné na pohled, výživné, neobvyklé a tak dále. Mým příjemným odpočinkem se stalo nakupování a prohlížení kuchař-



foto Martin Šimek

ských knih i materiálů o zdravé a nezdravé stravě, studování odborných statí o tom, čím se žít, a čím ne. Své stresové dny končím často v online prostředí projížděním nejrozmanitějších receptů, mnohé z nich si беру jako inspiraci k tomu, co vyzkouším, i když k tomu asi nikdy nedojde. Četné návody však mímím, protože to považuji za degradaci zdravého selského rozumu. Nemám ráda jídla překombinovaná ani ta, jejichž hlavním posláním je zážitek, nikoli plný žaludek.

V tomto svém neřízeném seberozvoji jsem také dospěla k názoru, co je opravdu zdravé, a co nikoli. Chcete to vědět? Netajím se tím. Zdravé je to, co nám chutná. Co se nám na talíři líbí a nač dostaneme chuť, když vybíráme z jídelního lístku. Co nám voní a po čem netrávíme hodiny na záchodě nebo v lékárně kupováním preparátů, které nás mají napravit. Není totiž nic horšího, než když do sebe cpe me zaručeně nejzdravější jídla, z nichž se nám ale zvedá žaludek, která jsou roztočivou směsicí neslučitelných, leč módních ingrediencí, která jsou rádobou inovační, ale naprosto nepoživatelná. Návodu na to, jak jimi otrávit lidstvo, se vyskytuje na internetu vsutku dost. Já je mímím. Blahořečím zejména klasické české kuchyni, jejíž kořeny se nemají zač stydět. Razím názor, že zdravé je to, co člověk pro ostatní i sebe sama chystá s láskou a radostí, protože ta jeho vnitřní energie bublá i v té dršťkové polévce nebo se vloučí do pečeného kolena či domácího džemu z padaných meruněk. A že nejsou zdravé kremrole k voňavému kávičku? Budu se s vámi hádat, až to přehádám. Neškodí, přináší pohodu, na to vám přísahám. A co taková pohoda dokáže v našem těle? To přece už víme. A tak: když nám chutná, žijeme. Kuchařka naší vesnice se stala nakonec mým nejmilejším dárkem, neb mne navedla na cestu smysluplnosti a ukázala, proč je vaření a pečení milou součástí člověčiny i našich nádherných chvil na této zemi.

Eva Brixi

Citroën C4: slibný rozjezd vlastního businessu

Chtěli jsme vědět, zda modernizovaný Citroën C4 v provedení Max Hybrid Automatic obstojí natolik, abychom jej mohli doporučit ženám, které podnikají. Zkrátka těm, které si přejí mít ve svém automobilu spolehlivého parťáka, nechtějí do něj však investovat víc než do své vlastní firmy. Po našem desetidenním testu máme jasno.

Zvnějšku kombinuje modernizovaný crossover hned několik karosářských stylů. Bere si to nejlepší z SUV, hatchbacku i coupé. Svým vzezřením je nepřehlédnutelný, před i zád jsou vizuálně přitažlivé, za což vděčí propracovaným svítidlům se zbrusu novým světelným podpisem. Červené lakování navíc zvýrazňuje svalnatou siluetu auta a z reakcí okolí soudíme, že právě tato barva na C4 připadá ženám nejvíce šťavnatá.

Auto je podle standardů nižší střední třídy prostorné po všech stránkách. Vpředu dokonce velkoryse. Dost místa nabízí i zadní řada sedadel, kde se pohodlně uvelebí dva cestující středního vzrůstu nebo tři menšího. V mnoha vozech se žádí typu coupé bývá limitující prostor nad hlavou, tady nikoli. Celý automobil je uvnitř vybavený množstvím odkládacích ploch. A kufr? Se svými 380 litry nepatří k velikánům, ale po sklopení zadní řady sedadel se objem rozroste na 1250 litrů a díky velkým dveřím zavazadelníku a falešné podlážce se při nakládání větších věcí tolik nenadřete. Pozice za volantem je doslova ideální. Právě tento typ posazu a výhledu ženy často preferují – dodává jim pocit kontroly a bezpečí, který ocení jak na dlouhých cestách, tak při každodenním pohybu městem. Sedadla jsou s ohledem na třídu vozu pohodlná. Přestože my bychom ocenili o něco lepší boční vedení, v očích řidičky, která se nebojí obléknout



foto Kateřina Medová Šimková

pouzdrové šaty či sukně z takových materiálů jako semiš, bude tvarování i zvolený materiál potahu ideální. Prostor kolem řidičky je skvěle uspořádaný. Volant s množstvím ovládacích prvků perfektně padne do rukou. Výhled na kapličku s přístrojovým displejem je dobrý. Víťame kombinaci desetipalcového infotainmentu a lišty osazené dotykovými tlačítky a fyzickými kruhovými voliči pro nastavení klimatizace, teploty, vyhřívání sedadel. Tohle je ta nejpraktičtější kombinace, kterou vytížené ženy na cestách ocení. Infotainment sám šlapal svižně. Propojení s mobilním telefonem a zrcadlení obrazovky bylo spolehlivé. A to i bezdrátově. Přihrádka na odkládání telefonu byla ideálně

velká na náš iPhone 16 Pro Max v ochranném pouzdře. Za to vše si C4 odnáší jedničku. Malou výtku máme k materiálům – barevná kombinace je v pořádku, textury taky krásně ladí, ale ty lesklé černé plochy jsou pro nás pedanty na pořádek výzvou k udržení duševní rovnováhy. Doporučení? Vozit s sebou leštěcí hadřík z mikrovlákna. Jízdní vlastnosti u tohoto mild-hybridního provedení s celkovým systémovým výkonem 145 koní a cenovkou mírně pod 635 000 Kč potěší. Podvozek je naladěný spíše komfortněji a díky hydraulickým dorazům tlumičů velmi dobře zvládá běžné nerovnosti. Přepínaný benzínový tříválec o objemu 1,2 litru s výkonem 100 kW (136 koní) doplňuje elektromotor o výkonu 21 kW, který pomáhá s plynulými rozjezdy, zrychlením, udržováním rychlosti i popojížděním v kolonách nebo při parkování. Výsledkem souhry s šestistupňovou dvouspojkovou automatickou převodovkou je kultivovaný a klidný projev, který ocení řidičky preferující plynulé tempo. Potěší také spotřeba, jež se v kombinovaném provozu pohybuje okolo 6 l na 100 km. Pokud tedy jako žena podnikatelka hledáte auto na komfortní rozjezd vašich pracovních aktivit, které udrží tempo i s rodinnými povinnostmi a umožní vám dobře vyladit time management i na čas pro sebe, bude pro vás Citroën C4 optimální volbou. A dobrá zpráva na závěr: při pořízení na operativní leasing se měsíční náklady pohybují kolem 4000 Kč.

Kateřina Medová Šimková



Valentýn se mění, už není jen o zamilovanosti, odráží rozmanitost vztahů

foto Pixabay

Valentýn přestává být výhradně svátkem zamilovaných. Podle nového průzkumu se 14. únor postupně proměňuje v oslavu všech typů vztahů – od přátelství až po vztah k sobě samým. Tradiční pojetí Valentýna tak ustupuje novým trendům, které odrážejí rozmanitost vztahů, emocionální vyjádření dárek, soukromé projevy lásky i vědomou intimitu.

Valentýn se stává otevřenějším a inkluzivnějším svátkem. Nová data ukazují, že 14. únor dnes lidé čím dál častěji vnímají jako příležitost oslavit nejrůznější druhy vztahů – nejen ty partnerské. Vyplývá to z průzkumu platformy OpenTable, podle kterého si více než polovina lidí (57 %) myslí, že by oslava Valentýna neměla být určena pouze romantickým párům. Hlavním hybatelem této změny je generace Z – až 70 % jejich příslušníků souhlasí s tím, že svátek by měl mít širší význam.

S přáteli i sám se sebou

Změna pojetí svátku sv. Valentýna se promítá i do konkrétního způsobu oslavy. Podle průzkumu plánovalo letos 60 % příslušníků generace Z strávit Valentýna s přáteli. Dřívější poznatky kampaně Be Single, Not Solo seznamovací aplikace Plenty of Fish navíc zjistily, že 42 % nezadaných předpokládalo jít ven na jídlo nebo pít s přáteli, 36 % plánovalo večer s přáteli věnovaný péči o sebe, 33 % chtělo uspořádat virtuální setkání a 24 % si navzájem mělo koupit dárky. Výrazným posunem v současném vnímání Valentýna je také důraz na sebelásku a sebepečí. Pro mnohé se 14. únor stává obdobím



foto Martin Šimek

tzv. seberomantizace. „To spočívá v uvědomění si, že jedním z nejspolehlivějších a nejtrvalejších zdrojů lásky je člověk sám. Valentýn je pak jen výzvou, abyste ukázali lásku sami sobě. Ať už si sami koupíte dárek, nebo zajdete na masáž či do kina,“ řekla Lucie Slováčková, odbornice na zdravou sexualitu z Růžového slona.

Rozmanitost vztahů a emoce v dárcích

Současné valentýnské trendy reflektují i proměnu moderního randění. Tradiční dělení na „ve

vztahu“ a „single“ ustupuje rozmanitějším formám vazeb – od situačních vztahů po hluboká přátelství s emoční intimitou. Valentýn tak dává prostor i vztahům, které nejsou jednoznačně definované a často zůstávají nevyřčené.

Nový valentýnský trend definují také dárky, které jsou emocionálním vyjádřením. Valentýn tak stále častěji není o okázalých gestech, ale o nenápadných, uvážlivě zvolených a naplánovaných aktivitách. „Pečlivě vybraný druh pečiva, promyšleně zvolená kniha nebo vhodně načasovaná dodávka kávy dodávají emoci. Tento přístup mění pojetí Valentýna z impulzivního projevu romantické vášně na odraz zvažování a plánování,“ vysvětlila Lucie Slováčková.

Soukromé projevy lásky i vědomá intimita

Do dalšího z letošních valentýnských trendů se promítl důraz na soukromí a intimitu. Veřejné projevy lásky jsou pasé. Zejména mladší generace se odklání

od veřejných projevů lásky na sociálních sítích. Okázalé příspěvky, dokonalé fotografie a patetické popisky jsou stále častěji vnímány jako „digitální výkon“ spíše než autentické gesto. „Naopak roste důraz na soukromé a intimní projevy náklonnosti a budování vědomé intimity, která se soustředí na hlubší spojení a smysluplnou interakci mezi partnery. Důležitá je blízkost, přítomnost a prožití, které vytvářejí silnější citové pouto ve vztazích i v intimním životě,“ upřesnila Lucie Slováčková. (tz)