

Madam® BUSINESS

PROSPERITA

duben 2026

Jarní dvojtečka

Eva Brixi

Vzduch voní první trávou
 Protkanou krokusy
 Jaro je jako moje
 Dávné chemické pokusy
 Země prolitá lávou
 Nehasne
 Točí se rychle
 A je to úžasné
 Upjím z písni teskných
 A necudné myšlenky
 Se mi honí hlavou
 Kalendář stránky otáčí
 Mým citům zdaleka nestačí
 Ještě tam budem
 Netuším
 Proč vznikl duben
 Zamilovaní vidí krásno
 Z mraků se však klube
 Filozofické polojasno
 Pampelišky odvážně
 K tomu svítí
 Včely už servírují med
 Ochutnám hned
 Na rtech mám otázku
 Odpověď' lichá
 Prý je už pozdě na lásku
 Když neslouží věk
 Odmítám babské rady
 Vsadila jsem se do zahrady

Eva Stodůlková

Vracíme lesk příběhům
ukrytým ve špercích

rozhovor na stranách 10–11

náš tip

Vypínače a zásuvky výjimečného designu

OBZOR Zlín představil svoji hlavní novinku – kolekci páčkových vypínačů a zásuvek NEXA QUADRO. Ta navazuje na původní řadu NEXA a přináší její čtvercovou interpretaci. Rámečky vycházejí z čisté geometrie, kterou změkčují subtilně zaoblené rohy. Výsledkem je tvar, jenž respektuje klasické hranaté pojetí vypínačů, ale současně si zachovává vizuální nadčasovost. „Reagovali jsme na rozdílné preference zákazníků. Zatímco původní kulaté provedení má svůj charakter a výraz, část architektů a investorů dlouhodobě upřednostňuje hranatý tvar. NEXA QUADRO proto není náhradou, ale rozšířením designové svobody při návrhu interiéru,“ vysvětlila Ing. Martina Obadalová, vedoucí marketingu společnosti OBZOR Zlín.

(tz)



Jsme v situaci, kdy staré recepty na nové problémy nestačí



Bohunka Hihlánová

Kdysi jsem si představovala personální oddělení ve firmě jako skupinu postarších žen, kterým chybí úsměv, šmrnc i chuť něco dělat jinak. Barva šedá, v regálech šanony, pracovní doba od do. Žádný nápad, nevyvětráno, módní trendy tabu. Rozhovory o nemocech, o tom, že nejde ani to, co jde. Prostředí dopředu vyhořelé. Děsilo mne to. Když se řeklo personalistika, vybavila jsem si jen administrativu, která běží, nikdo ji nevnímá, i když se jí den co den zabývá. Určitě jsem se v mnohém mylíla. Dnes jde o obor, který se výrazně mění a který bude velmi významně zasahovat do procesu vznikajících hodnot a vztahů na pracovišti. To naznačila i kniha *Lidi nejsou zdroje*, již právě vydal Nakladatelský dům GRADA. Autorka Bohunka Hihlánová s více než dvacetiletou praxí v oboru v ní odhaluje hlavní charakteristiky moderního HR a konkrétní postupy, které prokazatelně fungují v praxi. Seznamuje čtenáře s nástroji tvořícími „nový operační systém HR“ – produktovým přístupem, agilními metodami a vedením změn. Na příbežích fiktivní firmy uvidíte, jak běžné HR situace (od sestavení týmu přes zavádění změn až po kultivaci firemního prostředí) zvládnout jinak: efektivněji a s větším dopadem. Kniha je srozumitelným a praktickým pomocníkem pro HR specialisty, lídry i management menších a středních firem. Pomůže vám přemýšlet v souvislostech a měnit zažité postupy krok za krokem.

Bohunka Hihlánová má více než dvacet let zkušeností v HR napříč různými obory a firemními kulturami. Jako externí HR partnerka pomáhá zejména malým a středním firmám nastavit HR tak, aby bylo funkční, strategické, a přitom lidské. Ve své práci propojuje businessový pohled s důrazem na lidi, jejich růst a firemní kulturu. Využívá principy produktového a agilního přístupu, protože věří, že best practices samy o sobě nestačí – klíčem jsou řešení vycházející z kontextu firmy a skutečných potřeb zaměstnanců. Je přesvědčená, že dobrá práce je jedním z předpokladů dobrého života. Proto má nejbliž k organizacím, které staví na hodnotách, autonomii a spolupráci. Otázky patřily právě jí:

Jak se mění role HR ve firmách?

Jsme v situaci, kdy staré recepty na nové problémy nestačí. Český trh práce se změnil, ale mindset mnoha firem zůstal v minulém století. Rigidní procesy, důraz na administrativu a vnímání HR jako „oddělení na štěstí“ nebo „sháněčů lidí“ v dnešní době selhávají. Výsledkem je vyhoření týmů, nepochopení mezi managementem a HR a ztráta konkurenceschopnosti. Vnímám proto akutní potřebu přejít od „řízení zdrojů“ k budování prostředí, kde lidé chtějí skutečně tvořit a mít za sebou výsledky.

Co dnes tedy už neplatí?

Business podmínky se mění brutálním tempem, o technologickém pokroku ani nemluvě. A proto si i my jako HR profese musíme přepsat naše mentální modely. Rozdílů mezi mýty a realitou by se našlo hodně, napadá mě třeba,

že HR je tu od toho, aby dělalo lidi šťastné. Ale dnešní HR je strategická část businessu, která vyvažuje potřeby firmy a potřeby lidí. Nebo že firemní kultura je „soft“ téma, za které taky zodpovídá HR – přitom to je bytostně businessové téma, na vytváření firemního prostředí se podílejí všichni, od managementu po jednotlivé členy týmů.

Personalisté by asi měli být daleko větší kreativci než před 30 lety...

Rozhodně. Pro situace, kde neexistuje jedno řešení, kde potřebujeme rychle reagovat a kde se okolnosti často mění, se hodí jiné přístupy než ty, které HR tradičně zná. Už prostě nemůžeme

dál vymýšlet fantastické projekty za zavřenými dveřmi, strávit na tom měsíce času, vymazlit si je do posledního detailu, pak s nimi jít ven a divit se, že to nikoho nezajímá, protože se potřeby dávno změnilly. HR je o neustálém experimentování – právě proto se hodí mít alespoň základní povědomí o designu a vývoji produktů nebo agilních principech a nástrojích.

Podle jakých pravidel se nyní vyplácí vybírat nové zaměstnance a sestavovat opravdu výkonné týmy?

Zlaté pravidlo zní: „Hire for attitude, train for skill.“ Dovednosti se naučíte, ale charakter a nastavení mysli (růstový mindset) změníte jen těžko. U výkonných týmů pak hraje velkou roli také psychologické bezpečí. Tým není jen náhodná skupina jednotlivců, ale lidí, kteří se nebojí přiznat chybu nebo přijít s odvážným nápadem. Diverzita sice zní trochu jako buzzword – jenže nejvýkonnější týmy jsou opravdu ty, kde se setkávají různé perspektivy, ne opakující se kopie téhož.

Hraje stále jistou úlohu možnost pracovat z domova, mít různé benefity stravenkami počínaje až po dny dovolené navíc?

Home office podle mého názoru není benefit. Prála bych si, aby to byl spíš standard, přestože hybridní práce není stejná, jako ta v kanceláři – znamená jinou kulturu a přístup, tedy nastavení pravidel, podpory a způsobů spolupráce. Stravenky nebo pět týdnů dovolené už jsou spíš „hygienický faktor“ – nikoho nenadchnou, ale jejich absence zarazí. Skutečným benefitem dneška je autonomie a čas. Lidi

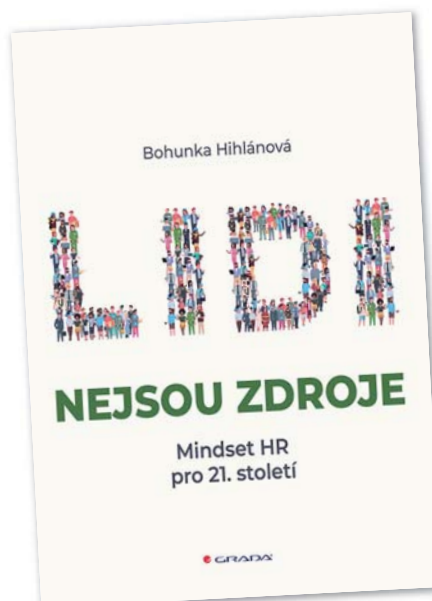




foto Pixabay

chtějí flexibilitu, aby mohli vyzvednout děti ze školky nebo si jít zaběhat v 11 dopoledne, když svítí slunce. A netýká se to jen mladší generace, ve středním a vyšším věku flexibilní modely zase umožňují buď péči o stárnoucí rodiče, nebo postupné pracovní zvolnění.

Nakolik spokojenost zaměstnanců ovlivňuje výsledky firmy?

Korelace je tam přímá, ale pozor na záměnu pojmů. Spokojený zaměstnanec není totéž co angažovaný zaměstnanec. Právě angažování lidí, kteří věří smyslu své práce, jsou o 20–30 % produktivnější, dělají méně chyb a hlavně – neuvěřitelně šetří náklady na fluktuaci. Náhrada jednoho experta stojí firmu často i jeho roční mzdu.

Kdysi bývalo módní mít manažera štěstí, který dbal na to, aby byli lidé v podnicích víc než spokojeni... Mělo to smysl, neslo to své ovoce?

Záleží hodně na kontextu. Obávám se, že manažer štěstí byl často jen náplastí na hlubší problém. Pokud máte toxickou kulturu a špatný management, čerstvé ovoce a ranní medita-

ce to nespraví. Naopak tam, kde to nebyla jen funkce „pro okrasu“, ale kde ten člověk skutečně odstraňoval bariéry v práci, mohl být přínos velký. Dnes už se od „happiness“ posouváme spíš ke konceptu „well-being“.

Vnímám proto akutní potřebu přejít od „řízení zdrojů“ k budování prostředí, kde lidé chtějí skutečně tvořit a mít za sebou výsledky.

Do diskuze se dostává stále častěji péče o zdraví pracovníků. Plynou z toho již nějaké zásadní závěry?

Logika je jasná: prevence je vždy levnější než léčba a třeba dlouhodobý výpadek člověka z práce. A mnohé firmy také pochopily, že duševní zdraví je stejně důležité jako to fyzické. Burnout pak neberou jako slabost jednotlivce, ale jako chybu systému. Investice do ergonomie, psychologické podpory nebo kurzů odolnosti (resilience) se takovým firmám vrací v nižší nemocnosti a vyšší mentální stabilitě týmu v krizích.

Poměrně novým tématem týkajícím se loajality jsou zaměstnanecké akcie. Jaký na to máte názor? Přijde jejich čas?

Složitě téma a přiznám se, že nejsem v takovém detailu, abych mohla dát kvalifikovaný názor. Co aspoň z dálky sleduji, legislativa v Česku se postupně mění, ale pořád zaostává za potřebami firem. Souhlasím i se základní myšlenkou, že když lidé cítí, že na úspěchu firmy reálně participují, mění se jejich zodpovědnost i loajalita. Zároveň můžou být zaměstnanecké akcie pro startupy obrovská konkurenční výhoda v boji o top talenty.

A firemní kultura? Dokáže s postoji lidí dělat zázraky?

Firemní kultura není nějaká alchymie, ale business téma, které zásadně ovlivňuje výkonnost lidí i celou firmu. Úspěšné podniky si to uvědomují a přistupují ke kultuře strategicky: tvoří ji záměrně, ne náhodou. Kultura vzniká ze souhry hodnot, chování, prostředí a rozhodnutí, které se ve firmě denně dělají. A HR v tom hraje důležitou roli partnera a průvodce.

ptala se Eva Brix

Chuťová jízda z Ugandy do Brna: Ajala obalila ananas do tmavé čokolády

Brněnská čokoládovna Ajala si zakládá na tom, že nejlepší chuť vymyslela příroda dávno před potravinářským průmyslem. Proto v jejím novém Ananasu v čokoládě nenajdete přidaný cukr ani nic, co tam nepatří – jen kolečka sušeného tropického ovoce obalená v kvalitní tmavé bean-to-bar čokoládě.

Základem novinky nejsou žádné nadrobené kousky, ale celá kolečka sušeného ananasu bez přidaného cukru. Šetrné sušení zachovává jejich přirozenou sladkokyselou chuť – a právě ta tvoří ostrý, ale funkční kontrast k intenzitě tmavé čokolády. „Většina sušeného ovoce v čokoládě, které potkáte v obchodech, se leskne díky leš-

tidlům a chutná hlavně po cukru. My jsme chtěli ukázat, že to jde i jinak,“ řekl Filip Teplý, zakladatel čokoládové manufaktury Ajala. Výsledkem je snack, který funguje jako vyvážený zdroj energie. Díky obsahu manganu z ananasu a hořčičku z tmavé čokolády jde o ideální „čoko-tečku“, která přirozeně podporuje bdělost i dobrou náladu bez prudkých výkyvů cukru v těle.

Čokoláda, ve které jsou kolečka ananasu obalená, je z bio kakaových bobů z ugandského deštného lesa Semuliki – jednoho z nejstarších narušených ekosystémů Afriky. S příchodem ananasové novinky dostala oblíbená řada Zobání novou vizuální identitu. Dosavadní balení nahradily barevně výrazné



obaly s designem toho ovoce nebo oříšků od designéra Pavla Fuksy, ilustrátora, který se opakovaně umístil ve výběru 200 nejlepších světových ilustrátorů podle magazínu Lürzer's Archive. (tz)



Kdo píše dějiny firem

Doufala jsem, že se na jedné tiskové konferenci potkám s šéfkou marketingu firmy, která akci pořádala. Jenže ona už tam nepracuje, a to já stejně jako několik kolegů nevěděla. I ony se připravovaly na to, jak s ní prohodí pár slov, domluví další spolupráci. Nestalo se. Tiskovka sice poskytla důležité informace, ale bylo tam nějak obyčejně, bez té správné žhavé energie. Nemělo to náboj, na který jsme bývali zvyklí, tedy když duch oné manažerky takřkajíc vládl světem. Je to žena, která dokázala měnit pravidla hry ku spokojenosti všech. Dějala zázraky. Jsou mezi námi totiž jedinci s výjimečnou auroou i nasazením. Píší dějiny firem. Je jednou z nich.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Nástroje pro přetížený mozek

Jay Rai



Cítíte se pod tlakem, zahlcení a jedete už jen na „záložní baterku“? Kniha Nástroje pro přetížený mozek vám ukáže, že i v dnešním hektickém světě můžete fungovat chytřejší, ne tvrději. Objevte praktický návod, jak si nastavit hranice, řídit energii, měnit negativní myšlení a předcházet vyhoření. Kniha je ideální pro manažery, lídry i každého, kdo chce uspět v rychlém tempu dnešní doby, aniž by obětoval vlastní zdraví.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 20, duben 2026

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

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixii@iprosperrita.cz, mobil: 602 618 008

Redakční tým:

Bc. Kateřina Medová Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperrita.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 Brixí 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?

Hana Dittrich
Show & Sell s.r.o.
e-shop www.nasesojka.cz
jednatelka

Nejlepší spánek přichází po dni, kdy jste dělali něco smysluplného. Pro mě je to

vytváření něčeho hmatatelného – svíček, které přinesou do domovů kousek klidu. Je v tom něco meditativního: tavit vosk, přidávat vůně, dekorovat, sledovat, jak se vše spojuje v jeden celek. Tuto práci však vyvažují i provozními činnostmi, které tak dávají mému životu dynamiku, kterou potřebuji. Když člověk pracuje rukama a srdcem zároveň, tělo i mysl se unaví tím správným způsobem. Navíc vědomí, že svými produkty rozdáváme lidem radost a díky poctivé, kvalitní práci nás netrápí extrémní stres z pochybností o tom, co vytváříme – to přináší vnitřní klid, který je pro kvalitní spánek zásadní. Žádné převalování v posteli, žádné počítání do tisíce. Jen vděčnost za další den strávený děláním toho, co milujete, s vědomím, že vaše práce má smysl a přináší druhým radost.



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

Ing. Jiří Horecký, Ph.D., MSc., MBA
Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
prezident

Ženy jsou v českém podnikání i managementu zastoupeny stále výrazněji, přesto existují obory, kde jejich potenciál zůstává z velké části nevyužit. Velký prostor vidím například v oblasti nových technologií, digitalizace, umělé inteligence nebo technologických startupů. Tyto obory dnes určují tempo ekonomického rozvoje a je důležité, aby se na jejich formování podílely i ženy – a to nejen jako specialistky, ale také jako zakladatelky firem či vrcholové manažerky. Současně je však třeba zdůraznit, že ženy již dnes významně ovlivňují řadu sektorů, například služby, zdravotnictví, vzdělávání nebo sociální oblast. České firmy si stále více uvědomují, že různorodé týmy – včetně vyváženého zastoupení žen a mužů ve vedení – mohou přinášet lepší rozhodování, vyšší inovativnost, a dlouhodobě i lepší ekonomické výsledky.



Informace do kabelky

Značka Hydrinity vstoupila na český trh

Na český trh oficiálně vstoupila prémiová značka profesionální péče o pleť Hydrinity, která patří mezi nejrychleji rostoucí skincare značky v USA. Uvedení do České republiky osobně podpořil provozní ředitel Brent Nixon, který do Prahy přijel představit inovativní technologii založenou na kyselině hyaluronové. Hydrinity staví na unikátní technologii kyseliny hyaluronové, která podporuje regeneraci, hydrataci a celkové zlepšení kvality pleti. Díky svému vědeckému základu a klinicky ověřeným výsledkům si značka během krátké doby vybudovala silnou pozici na mezinárodním trhu a dnes působí ve více než 42 zemích světa. Jelikož je od základů postavena na kvalitních ingrediencích a pokročilých technologiích, výsledky na sebe nenechají dlouho čekat a pokožka na sobě pocítí její nadprůměrné výsledky.

(tz)

Alergie jako problém konzumní společnosti

Za posledních 20 let se počet alergií zdvojnásobil. Podle předpovědi vědců bude alergiemi zanedlouho trpět polovina Evropanů. Může za to náš životní styl? Podle údajů Světové zdravotnické organizace jsou alergické nemoci problémem spíše vyspělých společností. Co je tím myšleno? Nezdravý životní styl, ohrožené prostředí, ale i nesmyslná honba za perfektní čistotou. To vše vede k přesnému opaku naší touhy po dokonalosti – žijeme v přepychu, ale nemocní.

Co je to vlastně alergie? Je to nepřiměřená reakce imunitního systému organismu na látky, se kterými se běžně setkáváme. Spektrum projevů alergických reakcí je velmi široké – od banální rýmy přes alergické reakce kůže, ekzémy až po anafylaktický šok, který může končit i smrtí. Náš organismus se musí vyrovnávat se stále větším náporům škodlivin. Jíme také příliš konzervovaných a uměle upravených potravin, které mají v sobě obsaženo mnoho přídatných látek. Také poslední dobou užíváme čím dál více léků, a to už od dětství. To všechno může vést k přílišnému oslabení, podráždění, a to i podráždění imunitního systé-



mu. Projevuje se také nedostatek pohybu a dlouhý pobyt v uzavřených místnostech. Útočí zde na nás klimatizace, prach, chemické výpary z umělých hmot a nábytku, bakterie, viry, spory plísní a roztoči. Existují teorie, podle nichž přehnaná hygiena může vést k nárůstu alergií. Jak nám mohou v případech alergií buď preventivně, nebo léčebně pomoci přírodní prostředky, hlavně byliny? Především je potřeba se zaměřit na očistu jater. Toxické zatížení a infekční ložiska mohou být v případech alergií závažný problém. Játra jsou především detoxikačním orgánem, produkují obrovské množství enzymů, jež ovlivňují očistu celého orga-

nizmu. Tvoří se v nich žlučové kyseliny, které později prostřednictvím žlučového systému ovlivňují trávení. Tvoří se v nich rovněž zásoby glykogenu, a jsou i skladištěm vitamínů, odkud si je organismus čerpá.

Které bylinky můžeme použít na očistu a regeneraci jater? Je to např. maralí kořen, který pomáhá udržování normální hladiny cukrů, tuků a cholesterolu. Zároveň usnadňuje adaptaci na stres a stimuluje životní procesy. Regenerujícím prostředkem jaterní tkáně, odedávna využívaným, je ostropestřec, který podporuje revitalizaci jater a žlučníku. Funkci jater také posiluje měsíček a schizandra. Schizandra kromě jater také posiluje zrak a urychluje rekonvalescenci vyčerpaného organismu. Regenerační účinky jaterní tkáně nejvíce ovlivňují gemmotherapeutika. Nejsilnější působícím prostředkem v tomto směru je gemmotherapeutikum z pupenů jalovce. Stimuluje detoxikaci a činnost jater, urychluje revitalizaci jaterní tkáně a rekonvalescenci po prodělaných jaterních potížích. Další gemmotherapeutika vhodná pro játra jsou rozmarýn a žito.

Mgr. Jarmila Podhorná,
majitelka firmy NADĚJE

pokračování v květnovém čísle

INZERCE



Mgr. Jarmila Podhorná

kúra K13 ke zmírnění projevů přecitlivělosti organismu

Bylinná kúra potlačuje výskyt plísní a bakterií, zklidňuje organismus při reakcích z přecitlivělosti na vnější podněty, revitalizuje sliznice, posiluje obranyschopnost, zmírňuje nežádoucí alergické projevy při dýchání.



<https://nadeje-byliny.eu/dychaci-system/>

kúra K49 Balíček pro alergiky

Posiluje přirozené obranné mechanismy, přispívá k normální hladině IgE protilátek a normální imunitní odpovědi. Pomáhá tělu proti biologickým podnětům.



Doplňek stravy



Doplňek stravy

Lánské cukrářství s certifikátem Czech Specials: na kvalitě nešetříme



Alena Kirpalová

Lánské cukrářství na náměstí v obci, kam čas od času zamíří prezident republiky, je proslulé. Nejen s ohledem na turisticky atraktivní místo, kde o návštěvníky není nouze. Lány jsou lákavé svojí malebností i tím, že tento kousek naší země vyhledávají lidé, kteří si chtějí odpočinout, něco se dovědět a zároveň se pokochat krajinou. A také ti, kteří touží po kulinařském zážitku. A kdo tady chce s podnikáním v tomto oboru uspět, musí se hodně snažit. Alena Kirpalová, majitelka cukrářství propojeného s restaurací si to vyzkoušela za covidu. Sotva tady provozovnu v roce 2018 otevřela, přišel vir a převrátil jí podnikatelské úmysly naruby. Místo toho, aby pekla a zdobila zákusky a dorty, začala vařit a rozvážet jídlo v krabičkách. Provoz musela zavřít, covid a nová pravidla hry úřadovaly neúprosně. Alena Kirpalová se však nenechala odradit a denně připravila se svými spolupracovníky i víc než 120 porcí obědů. Zájem byl obrovský. Nad očekávání. Dal základ tomu, že se před její restaurací o cukrářstvím o víkendech a svátcích, v létě často i ve všední den, stojí fronty. Proč asi, lehce si domyslíte. Podnikání udržela, a to bylo to hlavní. Jak rekla: „Vydělala jsem dokonce nějaké peníze a mohla jsem přemýšlet, jak dál, mohla jsem investovat.“

No a jak to tedy bylo?

Původně jsem chtěla mít jen cukrárnu, i když jsem vyučená kuchařka a kdysi jsem vařila ve

Jak začít úvod k tomuto rozhovoru? Nabízelo se hodně možností. Třeba: Máte chuť na dobrou a velkou koňakovou špičku? Nebo na klasickou kokosku, kterou jste ochutnávali kdysi dávno v cukrárně s babičkou? Pak neváhejte a rozjed'te se do Lánského cukrářství. Nebo: Cukrárna v jiném pojetí. Cukrárna uprostřed restaurace. Vitrína lákavých dobrot, které svádějí hosty k pořádné ochutnávce ještě před obědem. Správný název je Lánské cukrářství. Otevřeno bylo v roce 2018 v sídle bývalého státního podniku Narpa. Toto slůvko nese v názvu nynější restaurace, jíž je cukrárna vlastně součástí. Zní to maličko zašmodrchaně, ale když budete číst dále, zjistíte, jak to vlastně všechno bylo... A do třetice: Potkat Alenu Kirpalovou znamená ocitnout se v kotli vřavé energie, kde to všechno bublá, kypí a dere se ven. Tato žena mne překvapila nezdolnou touhou hledat kouzlo nemožného a dotvářet svůj gastro podnikatelský sen. Je nejen o její seberealizaci kuchařky a cukrářky, ale také o snaze nabídnout zákazníkovi přesně to, co je mu příjemné, co hledá a proč se má vracet.

vyhlášených pražských hotelích. Druhou profesí jsem ale právě cukrářka a cukrařina mě nesmírně baví. A ta mě před covidem taky živila. Když covid opadl, mohla cukrárna zase fungovat. Někteří ze zákazníků nás už znali, noví poznávali. Přesvědčili se, že na kvalitě nešetříme, že používáme čerstvé suroviny a žádnou šílenou chemii. Kvalita holt táhla.

Ale to vám asi nestačilo?

To je pravda. Provozovna byla v objektu, který mi známý pronajal za velmi výhodných podmínek. Budova měla navíc svou historii. Kromě toho, že tady kdysi sídlil státní podnik Narpa, a tak se tomu tady říká dodnes, tak to místo později fungovalo jako vyhlášená pivnice. Majitel to chtěl po čase prodat, ale nakonec se rozhodl nám celé prostory dát k dispozici. Byla to příležitost, jak sem zase vrátit život. A tak jsem se rozhodla otevřít k cukrárně ještě restauraci. Zrekonstruovali jsme kuchyň, nedávno ještě toalety, aby i hosté měli větší komfort. Nápad byl o tom, aby zde mohla být cukrárna uprostřed restaurace. Možná koncept trochu postavený na hlavu, ale nám se osvědčil. Z hlediska motivace hostů k tomu, aby ochutnali a byli ochotni za kvalitní občerstvení utratit nějaké peníze, prokázal svůj smysl. Kdo chce, může si po obědě nebo večeři zahřešit a dát si ke kávě nějaký náš zákusek.

Ocenění má svou prestiž. Přesvědčila jsem se o tom na svých cestách po světě. Hosté totiž stejně jako za našimi hranicemi čím dál více slyší na to, když máte určité ocenění, vítězství v soutěži, medaili, cokoli, co vás v profesním žebříčku odlišuje od průměru.

Zpravidla, když už je tady, tak si také něco koupí s sebou.

Vše se peče, zdobí tady?

Ano, nechtěla jsem mít oddělený provoz, ale vše na místě pod jednou střechou. Šetří nám to čas i síly, náročnou manipulaci, a logistika vlastně odpadá.

Získala jste certifikát projektu Czech Specials. Je to pro cukrárnu i pro restauraci?

Ano, pro oba provozovny. Vás ale asi zajímá víc ta cukrařina. No, co k tomu povědět. Ocenění má svou prestiž. Přesvědčila jsem se o tom na svých cestách po světě. Hosté totiž stejně jako za našimi hranicemi čím dál více slyší na to, když máte určité ocenění, vítězství v soutěži, medaili, cokoli, co vás v profesním žebříčku odlišuje od průměru. S tím, jak roste zájem o gastroturistiku, stoupá i význam takovýchto ohodnocení. Já na to dříve moc nebyla, myslím jsem si, že je hlavní, když lidem chutná. Ale zkušenost mi ukázala, že smysl to opravdu dává. Pro zákazníky je certifikát Czech Specials určité vodítko a doporučení, kde se dobře najíst, kde si pochutnat na dobrém koláči nebo dortíku. Proto už máme všechny oslavné dokumenty vyvěšené, aby byly přístupné komukoli, kdo se o to zajímá. Je to naše vizitka. Víme, že se nemáme za co stydět.

Je pravdou, že k vám chodí i čeští prezidenti?

Ano, a jsme na to patřičně pyšní. Zavítal sem prezident Václav Havel, manželé Klausovi, Miloš Zeman miluje čerstvé kremrole...

Využíváte certifikát v propagaci?

Certifikát CS máme tři roky a jednu jsme již obhájovali. Přiznám se, že zpočátku jsme se

zviditelňování moc nevěnovali, ale nyní máme novou posilu na marketing, tak se do toho trochu obujeme... U řady zákusků, které neodmyslitelně patří k české kuchyni, máme tedy zatím logo Czech Specials, takže kupující má jistotu, že dostává nejen starou dobrou českou klasiku, ale i špičkovou kvalitu. To určitě boduje, lidé si toho všimají a ptají, chtějí vědět víc. Přidáme sociální síť.

Dávají zákazníci přednost spíše zákuskům, nebo dortům?

Řekla bych, že zákuskům. Dortů děláme zhruba deset denně a zákusků máme asi 40 druhů. Hodně jdou na odbyt větrníky, ty plníme kromě krému čerstvou šlehačkou s obsahem 45 % tuku. Špičky, punčáky, indiánky, věnečky, kokosky, bezé roláda, to vše je stále v kurzu. Ale máme i své vlastní kousky, třeba ve tvaru hrůšky z bílé čokolády se skořicovou šlehačkou. Všechno se vyrábí z poctivých ingrediencí, nepoužíváme žádné náhražky nebo chemii. Vylácí se mít také sortiment z kynutého těsta. Denně pečeme buchty plněné mákem, vdolky, tlačené koláče, závin, loupáky, mazance, vánočky. Naší specialitou jsou buchty s mákem a švestkami. No a k české kuchyni patří i borůvkové knedlíky, buchtíčky se šodó a lívance. V nabídce najdete i dva bezlepkové kousky a speciální pečivo jako makovec nebo ořechový dort bez mouky.

A návod na úspěch v cukrárně?

Dobrá surovina a cukrářka, která má srdce na pravém místě.

Kdo k vám chodí posedět a osladit si život?

To je různé. Jsou to stálí návštěvníci, náhodní kolemjdoucí, turisté, cyklisté, kteří se staví na chvíli doplnit kalorie. Odehrávají se tady holčičí dýchánky, zamlsat si přijdou milenci, rodinka s dětmi nebo skupinka seniorů. Ale i chlapi tvrdící si zaskočí na větrník.

V restauraci i horním patře v konferenčním prostoru se odehrává řada nejrůznějších akcí. Pro koho jsou určeny? A mohou to být třeba jen ochutnávky mistrovské cukrařiny?

Probíhají tu nejrůznější setkání, třeba výroční zasedání mysliveckého svazu, rokují tu včelaři, hostují tady firmy. Umíme obsloužit svatebčany, připravit narozeninovou párty, slavnostní schůzi i odpoledne věnované české cukrařině. My sami v restauraci pořádáme tematické ochutnávky, jako je například řízkožraní, rybí večery, žebrovaní. Na tyto akce se už sjíždějí lidé takřka z celé republiky. Ale než se to rozběhlo, musela jsem to dva roky dotovat. Všechno holt chce svůj čas. Dnes jsme ale už zavedení a máme radost, když naše známost roste.

Není ale asi každý den jen o potlesku...

To není. Ale když člověk hledá cestu, tak ji najde. Neříkám nikdy, že něco nejde. Snažím se vymyslet, jak by to mohlo jít. Nesmíte se bát. Odvaha je lepší než strach. Nemůžete se nechat ubít problémy. Podnikání je divoká jízda. Je třeba si udržet psychickou pohodu a zdraví. Pak zdoláte všechny nástrahy. Takže já se například teď učím odpočívat. Jde to těžce, to je pravda. Nebo se učím delegovat. To je také složité, ale bez toho bych se už neobešla. Všechno ve firmě o 15 zaměstnancích nemožno řídit a odpracovat sama.

Hodně se mluví o vztahu k zákazníkovi. Jak to vnímáte?

Dost silně. Ono totiž stačí se na hosta podívat ustaranýma očima místo veselýma, a už se tu necítí ve své kůži. Už má pocit, že není vítán. Jsou to detaily, které rozhodují o pohodě a emocích současně chvíle a o tom, jestli se sem dotyčný bude chtít vrátit. On musí cítit, že je vítán, ne že obtěžuje. Abychom se zdokonalili, organizujeme školení komunikace se zákazníkem.

Vždycky jste byla tak akční jako dnes?

To nevím, asi ano. Strašně ráda vymyslím nové věci. To, co už běží, musím pořád něčím doplňovat, aby to dávalo ještě větší logiku. A taky ráda pomáhám ostatním. Ráda dávám. A mohu potvrdit, že se mi to vrací. Když mám slabou chvíli, anebo průšvih, vždycky přijde někdo, kdo mi pomůže, kdo podá pomocnou ruku, vážně. Třeba spolupracujeme s charitou, zapojili jsme se do projektu, jak naučit děti zdravě jíst (to není v rozporu s tím, že jsem majitelka cukrárny!). Ráda bych otevřela školu vaření pro děti. V samotné cukrárně je to o novinkách v sortimentu, vlastních recepturách nebo o dotváření pultu s vystavenými zákusků. Třeba jmenovky jsme zasadili do špalíček z březových větví. Možná pomíjívá drobnost, ale líbí se to.

Co vás na cukrařině uchvátilo?

Vždycky mě fascinovalo, kolik různých udělátek, tedy pomůcek k vytváření zákusků a dortů, mají cukráři oproti kuchařům. Chtěla jsem se s tím naučit pracovat. A tak jsem se do toho dala.

Jak to tedy s tím vaším podnikáním bylo?

Život stojí někdy na paradoxech. Mně covid svým způsobem ukázal cestu, kudy se vydat. Jsem vyučená kuchařka, později, tedy ve 23 letech, jsem se zdokonalila i v té cukrařině. Od svých předků jsem asi zdědila nějaký dar v podobě gastro genů. Teď si většina lidí myslí, že jsem hlavně cukrářka, a že tedy neumím vařit. Opak je pravdou. Z obou mých profesí pak vyrostlo podnikání, kterému se snažím dát určitý náboj, obohatvat ho nápady, zkoušet, co lidi zaujme. Aby k nám jezdili rádi, aby si tu odpočinuli, přehodili myšlenky, pustili starosti z hlavy. Aby si to u nás užívali.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



foto Kateřina Medová Šimková



Mají velký potenciál stát se úspěšnými investorkami

Diskuze týkající se žen se ještě nedávno točily převážně kolem platových nerovností mezi ženami a muži. Dnes se jejich záběr rozšiřuje a stále častěji se objevuje také téma osobních financí a investování. A to zcela oprávněně. Investování představuje jeden z klíčových nástrojů, jak chránit a zhodnocovat vlastní finanční prostředky. Přesto Češky v této oblasti za muži stále zaostávají, ačkoli jejich investorský potenciál je velký. Eva Sadovská, analytička společnosti Wood & Company, se ve své analýze zaměřila na to, jak Češky vnímají samy sebe – jaké mají znalosti v oblasti investování a jaké vlastnosti z nich dělají přirozeně dobré investorky.

Rostoucí zájem žen o zhodnocování financí v posledních letech je patrný. Odráží se to i na odborných akcích, kde se téma „ženy a finance“ objevuje stále častěji. Do světa investic ale ženy vstupují stále méně než muži, a svůj investiční potenciál tak zatím nevyužívají naplno. Přitom kdyby investovaly ve stejné míře jako muži, mohlo by to výrazně zvýšit objem kapitálu na finančních trzích. Větší investiční aktivity žen by proto měla pozitivní dopad nejen na ně samotné, ale i na celou ekonomiku.

Ženy si při investování věří méně než muži a jejich znalosti zaostávají

Investiční gramotnost i sebevědomí v otázkách investic jsou u Česek dlouhodobě nižší než u mužů. Dokládají to výsledky Indexu investiční gramotnosti (IIG), který pravidelně realizuje investiční platforma Portu ve spolupráci s agenturou IPSOS. Index sleduje úroveň znalostí české veřejnosti v oblasti investic, spoření, rizika a akciových trhů.

Podle průzkumu si v roce 2024 nevěřilo v otázkách investování až 83 % žen, oproti 63 % mužů. I v případě samotných vědomostí jsou na tom hůře ženy, když jejich hodnota indexu investiční gramotnosti dosáhla 88 bodů, u mužů šlo o 125,7 bodu. Přestože v letech 2021–2023 se ženám dařilo svůj výsledek zlepšovat, pokles v roce 2024 tuto tendenci přerušil. Situace tak zůstává dlouhodobě nepříznivá, a to i přesto, že ženy mají v průměru vyšší vzdělání než muži.

Proč mají ženy přirozeně blízko k úspěšnému investování

Světové studie ukazují, že úspěšné ženy investují jinak než muži. A často lépe. Jsou obezřetnější, důsledněji diverzifikují portfolio a dávají přednost dlouhodobějším nástrojům s nižší volatilitou. Zatímco muži častěji sázejí na konkrétní akciové tituly, ženy volí spíše diverzifi-



kresby Pixabay



kované podílové fondy. Do svých investičních rozhodnutí navíc promítají vlastní hodnoty – zajímají je témata jako udržitelnost nebo zdravotní péče. Výsledkem je v průměru stabilnější výnos při nižším riziku.

Přesto existují bariéry, které ženám brání tento potenciál naplno rozvinout. Nadměrná obava z rizika vede některé z nich k tomu, že se investování vyhýbají úplně. Tím však přicházejí o příležitost ochránit své úspory před inflací a zhodnotit je v dlouhodobém horizontu.

Investování předchází pořádek v rodinném rozpočtu a tvorba finanční rezervy

Přehled o rodinném rozpočtu je základem finančního zdraví. Domácnostem proto doporučujeme vést měsíční finanční přehledy. Zatímco výše příjmů bývá jasná, výdaje, zejména ty každodenní, už tak přehledné nejsou. Znamenávat příjmy i výdaje do tabulky nebo aplikace se vyplácí, může to pomoci odhalit úniky ve výši 10–15 % měsíčního rozpočtu. Podle údajů Eurostatu až 19 % Čechů a Češek nedokáže čelit neočekávaným výdajům. I proto je finanční rezerva nezbytností. Jde o finanční „polštář“ uložený například na bankovním nebo spořicí účtu, který je k dispozici okamžitě, kdy ho skutečně potřebujeme. Obecně se doporučuje mít rezervu ve výši tří až šesti měsíčních výdajů. Platí přitom, že čím nestabilnější příjem, tím větší rezerva by měla být. Klíčem k je-

jímu budování je pravidelné odkládání, například 5–10 % příjmu, které se časem stane přirozenou součástí rodinných financí.

Jak a kdy by měly ženy začít s investováním a proč není hanbou nechat si poradit od odborníka

Ačkoliv se Češi za poslední roky v investování výrazně posunuli, stále existuje prostor využít jeho potenciál lépe. V roce 2024 dosáhl podíl investic Čechů do dluhopisů, akcií, ETF nebo podílových fondů úrovně 50 %. Hotovost a vklady přitom tvoří podle údajů Eurostatu stále až 40 % celkových finančních aktiv českých domácností.

Pro začínající investorky, které mají zájem investovat pravidelně a v menších částkách, například 500 Kč měsíčně, jsou vhodnou možností investiční platformy. Ty investorku provedou prakticky celým procesem a navrhnou jí portfolio, které je šité na míru jejím cílům, možnostem i vztahu k riziku. Prostřednictvím těchto platform žen investuje do ETF (Exchange Traded Fund), tedy do koše akcií firem z celého světa, čímž se snižuje riziko toho, že vsadí na jednu nesprávnou firmu.

Pro investorky, které už s investováním nějaké zkušenosti mají, existuje více možností. Stejně jako zkušení kvalifikovaní investoři mohou zainvestovat do akcií, investičních nemovitostí nebo dluhopisů. V případě nemovitosti nemusí jít nutně o nákup investičního bytu. Stále oblíbenější alternativou se stává investování do nemovitostních fondů nebo do projektů rezidenčního developmentu.

A kdy s investováním začít? Ideálně hned, jak je to možné. Velkou roli v čase totiž hraje efekt složeného úročení. Začít pravidelně investovat 500 Kč ve věku 25 let je významně lepší než začít investovat 2500 Kč až po 40. roce věku. Dnes je k dispozici velmi pestrá škála investičních možností, což s sebou přináší i otázku, jak se v nabídce správně zorientovat. Není ostuda přiznat si, že se začátečník či méně zkušený investor v této oblasti nemusí cítit jistě, a obrátit se na odborníka. V Česku tak postupuje i většina zkušených a kvalifikovaných investorů a investorek – více než 67,5 % z nich se při svých investičních rozhodnutích řídí především doporučením wealth manažera. (tz)

Profil ženy-investorky

- + Přistupují k investování zodpovědněji – své kroky si nejprve pečlivě promyslejí, teprve poté jednájí.
- + V investování bývají trpělivější a dokážou vyčkat na dlouhodobý výsledek.
- + Oproti mužům jsou zpravidla opatrnější.
- + Častěji volí stabilnější investiční nástroje s nižším, avšak dlouhodobě vyrovnaným výnosem.
- + Za investicemi hledají hlubší smysl než jen samotnou vidinu zisku.
- + Potřebují mít jasný plán a konkrétní cíl, na rozdíl od mužů, které pohání více vzrušení a intuice.
- + Jsou ochotnější nechat si poradit, ve větší míře vyhledávají pomoc odborníků a poradců.
- + Mají také potenciál k důslednější diverzifikaci rizika.
- Mají často méně informací o investování než muži, což může vytvářet bariéry a nejistotu při rozhodování.
- Jejich investiční sebevědomí bývá nižší – častěji pochybují o tom, že by mohly být úspěšnými investorkami.
- Přehnané obavy z rizika je někdy vedou k tomu, že raději neinvestují vůbec, případně volí až příliš konzervativní produkty.

Wealth management

je služba, která poskytuje komplexní přístup ke správě majetku zejména bonitních klientů. Práce wealth manažera spočívá v budování dlouhodobého vztahu s klientem prostřednictvím personalizovaného poradenství vycházejícího z porozumění jeho finanční situaci a cílům. Správce majetku se přitom dívá na majetek klientů jako na celek – zohledňuje nejen finanční investice, ale také další typy aktiv či podnikatelskou činnost. Kromě standardních investičních produktů mu do portfolia dokáže zařadit unikátní investiční nástroje.

Vracíme lesk příběhům ukrytým ve špercích



Ing. Eva Stodůlková



Příběhy starých šperků by vydaly na silnou knížku vzpomínek. Patřil by do ní i ten, který se váže ke zlatému řetízků s přívěskem pavoučka. Patřival babičce. Každé prázdniny jsem se těšila na chvílky,

kdy budeme společně třídit obsah šuplíků v jejím starožitném sekretáři. Byly to momenty plné napětí a očekávání. Pokaždé jsem zvědavě vyhlížela červenou krabičku schovanou mezi papíry, v níž babiččin šperk odpočíval. S nadšením v očích jsem si ho prohlížela. Později jsem si uvědomila, že mi neučaroval jen svým půvabem, ale především tím, že v sobě nesl otisk laskavé energie, která k babičce neodmyslitelně patřila. Oplývala obrovskou dávkou houževnatosti, grácie a trpělivosti. Už chápu, proč jsem se jí vždy tak ráda ptala na radu. A nejen já, pro povzbuzení a moudrost si k ní chodili lidé z celého širokého okolí. Neznala překážky, viděla cesty. Když nadešel den a pavouček se dostal ke mně, chtěla jsem si kousek téhle jedinečné energie uchovat i pro sebe. Svěřila jsem šperk zlatníkům z Granátu Turnov, protože jsem věděla, že tady se o něj postarají jako nikde jinde. Získal zpět svou záři. A já na něj od té doby spoléhám v náročných chvílích, když mám strach, ale i když se raduji. Je to má připomínka, abych se nikdy nepřestala snažit, protože trpělivost a laskavost přináší růže. Tak mám babičku stále vedle sebe.

Historická brož nebo náhrdelník náhodně objevený v šuplíku staré skříňky na půdě. Co mají společné? Nesou v sobě víc než materiální hodnotu. Jsou předivem emocí, které překonávají hranice času. Ing. Eva Stodůlková, ekonomická ředitelka Granátu Turnov, družstva umělecké výroby, v rozhovoru přiblížila, zda zájem o renovace z rukou mistrů zlatníků roste a jaký vztah má mladší generace k rodinnému dědictví ukrytému ve šperkovnici.

Zlaté a stříbrné šperky představují trvalou hodnotu a často se dědí po babičce nebo mamince. Patří k nim neuvěřitelné historiky a spousta emocí. Řadu z nich v Granátu Turnov zaznamenáváte, protože jste to právě vy, kdo takové šperky opravuje a dává jim novou jiskru...

Je to tak. Scházejí se u nás šperky, které v sobě nesou otisky celých generací. Ať už jde o his-

torické unikáty osázené českými granáty, nebo o subtilnější kousky pro každodenní nošení, každý z nich vypráví svůj vlastní příběh. Pro naše zákazníky má takový předmět nevyčíslitelnou hodnotu. Ta netkví pouze v ušlechtilém kovu či precizním výbrusu drahokamu, ale především v citové stopě, kterou v sobě uchovává. K restaurování šperků tedy přistupujeme s pokorou, vstřícně, snažíme se zachránit vše, co nám zájemci svěří.

Nejde proto jen o navrácení původní krásy a vzhledu. Jde o to, aby šperk jako symbol pře-trval. Aby zpřítomňoval výjimečnou osobu, osud nebo okamžik. Navzdory tomu, jak moc dnešní doba prospíchá. Každý takový příběh, o který se s námi zákazníci podělí, naši práci nesmírně obohacuje. A díky restaurování a opravám můžeme tuto jinak těžko zachytilnou hodnotu uchovat pro současného majitele či další generace.

Jak se k vám takové kousky dostávají?

Naše tradice staví na kvalitě, vnímání detailu a řemesle. Tím jsme si získali důvěru, díky níž na nás zákazníci spoléhají i při náročných opravách a restaurování. Dostávají se nám do rukou skutečné unikáty, šperky ze soukromých sbírek, ale i rodinné poklady, které dlouho na svůj čas čekaly. Často jde o náhodu, díky které majitel šperku získá, někdo si ho pořídí ve starožitnictví, jiný ho zdědí. Naše zlatnice jsou mistry ve svém oboru. Každou obnovu provádějí citlivě s ohledem na historickou integritu šperku. A nezasahují tam, kde by to mohlo narušit jeho autenticitu.

Co je potřeba udělat, když má zájemce o vaši službu zájem?

Stačí nás kontaktovat buď přímo, telefon a e-mail najdete v sekci služby na našem webu www.granat.cz. Nebo můžete zajít do kterékoliv z našich prodejen. Každý šperk vždy putuje přímo k nám do Turnova, kde se o něj postarají naši mistři zlatníci. Není to ze dne na den, nějakou dobu to trvá, jde o precizní, vysoce odbornou a trpělivou práci. Někdy je potřeba zasadit nové kameny, ty se musí správně vybrat, vybrusit.

Přicházejí zákazníci s dalšími a dalšími náhrdelníky, náramky, náušnicemi či prsteny, které potřebují zachránit?

Zájem o opravy a restaurování šperků roste. Souvisí to nejen s citovou hodnotou, ale také s důrazem na udržitelnost a celkovou změnou smýšlení ve vztahu k materiální kultuře. Je-li navíc šperk součástí našeho každodenního ži-

vota, po čase péči zákonitě potřebuje. Proto mezi naše služby, které běžně provádíme, patří vyčištění šperku, pokovení, oprava deformací nebo doplnění poškozených a chybějících kamenů.

Ostatně filozofie ze starého nové nyní poměrně silně rezonuje napříč mladší generací, není to módní trend, ale demonstrace nového pojetí života, směr udržitelnosti i hledání osobitosti. Jak byste takový přístup charakterizovala? A líbí se vám?

Pro nás v Granátu Turnov představuje filozofie ze starého nové neboli upcyclingové přirozenou cestu. Charakterizovala bych ji jako hledání trvalé hodnoty v pomíjivém světě. Setkáváme se s tím, že mladší generace dnes už nechce anonymní doplňky z masové produkce, ale mnohem víc přemýšlí o souvislostech. Hledá šperk, který má duši, nese v sobě určitý etický a udržitelný rozměr a často ho zajímá lokální výroba. Je fascinující sledovat, jak se například starožitná brož po babičce, která léta ležela zapomenutá v šuplíku, promění pod rukama našich šikovných zlatnic v moderní, neotřelý doplněk. Nebývá totiž neobvyklé, že z původního šperku vytvoříme nový – například z náušnic přívěsek.

Vedle toho vnímáme i další směr, možná bychom jej pracovně mohli nazvat vintage, reinterpretace minulosti. Mladí lidé umí do svého stylu originálním a hravým způsobem zakomponovat i kousek, který se u nás vyrobil třeba před desítkami let. Mění se to, jak s těmito šperky nositelky a nositelé zacházejí, aby je mohly dál provázet v jejich současných životech. Klíčová je osobitost, která propojuje design s hlubším významem předmětu. Šperk může zachycovat moment, vztah k osobě, místu, období. Někdy dokonce může fungovat jako talisman, díky němuž si u srdce nosíme kousek jedinečné energie.

Pro naše zákazníky má takový předmět nevyčísitelnou hodnotu. Ta netkví pouze v ušlechtilém kovu či precizním výbrusu drahokamu, ale především v citové stopě, kterou v sobě uchovává. K restaurování šperků tedy přistupujeme s pokorou, vstřícně, snažíme se zachránit vše, co nám zájemci svěří.

Výrazně se takto profilují ženy ve věkové kategorii 25–40 let, které hledají rovněž svoji vlastní cestu ke kráse, eleganci a hodnotám. Je to skupina, již si Granát Turnov přeje oslovit pečlivěji, než tomu bývalo v minulosti. Daří se to?

Pro nás je tato skupina zákaznic velice významná. Snažíme se ji inspirovat naší současnou tvorbou a chystáme se s ní pracovat v ještě větší míře. Kromě našeho vlastního designového a vývojového oddělení spolupracujeme se školami, které své studenty vzdělávají a rozvíjejí v oblasti řemesla, designu nebo umění. Usilujeme o to, abychom navnímali trendy, naslouchali i mladším ročníkům a vycházeli vstříc jejich snaze o originální pojetí sebe samých. Víme, že nemůžeme stavět jen na slávě, tradici, ale hodláme zaujmout i dávkou kreativity, neobvyklosti tak, aby se český granát blýskal nejen na plesu nebo v divadle, ale i během všedního dne. Aby ještě více vstoupil do každodennosti, do kanceláří, zasedáček, ateliérů, aby provázel nositelky při obchodním jednání nebo při setkání kamarádek v kavárně.

Pro nás je tato skupina zákaznic velice významná. Snažíme se ji inspirovat naší současnou tvorbou a chystáme se s ní pracovat v ještě větší míře. Kromě našeho vlastního designového a vývojového oddělení spolupracujeme se školami, které své studenty vzdělávají a rozvíjejí v oblasti řemesla, designu nebo umění. Usilujeme o to, abychom navnímali trendy, naslouchali i mladším ročníkům a vycházeli vstříc jejich snaze o originální pojetí sebe samých. Víme, že nemůžeme stavět jen na slávě, tradici, ale hodláme zaujmout i dávkou kreativity, neobvyklosti tak, aby se český granát blýskal nejen na plesu nebo v divadle, ale i během všedního dne. Aby ještě více vstoupil do každodennosti, do kanceláří, zasedáček, ateliérů, aby provázel nositelky při obchodním jednání nebo při setkání kamarádek v kavárně.

Oč se tedy právě v této souvislosti snaží váš vlastní vývoj? Čím chcete zaujmout mladší ročníky?

Neustále připravujeme nové kolekce i nové typy šperků. Reagujeme na to, co mladší zá-

kaznice a zákazníci hledají. Velkou popularitu si získaly jemnější a subtilnější kousky ze zlata i stříbra, které se snadno kombinují a jsou ideální pro denní nošení. Jedním z příkladů jsou provázkové náramky pro ženy i muže.

Sledujeme také, jak se souběžně vedle jemných šperků více prosazují i ty výraznější, které jsou označovány za „statement pieces“. Tento trend jsme si ověřili i loni na Expo v japonské Ósace. Set, který jsme pro tuto příležitost zhotovili, si získal velkou pozornost. Je to kontrast k minimalizmu, který světu stylu a módy v posledních letech dominuje. Výrazné šperky se ale přitom s minimalistickou filozofií velmi dobře snoubí – například outfit postavený na základních kouscích a kvalitních materiálech umí masivnější náhrdelník podtrhnout a dodat mu sofistikovaný ráz.

Jsou to také vzory, které souvisejí s jarem a létem? Květinové motivy asi patří k těm v tomto období dosti vyhledávaným. Připravujete novinky na toto téma?

Inspirace z rostlinné říše je evergreenem, a to nejen na poli šperků. V našem portfoliu je přes 400 různých šperků s tímto motivem. Rozdíl spatřuji spíše v tom, jaké typy květinových motivů jednotlivé generace upřednostňují. A máte pravdu, že během jara a léta o ně bývá zájem ještě větší. Navíc se květinové motivy opět čteněji objevují i v módních kolekcích, takže po nich očekáváme zvýšenou poptávku. Bývají rovněž sázkou na jistotu, jde-li o dárky věnované například k promócím nebo jiným velkým životním událostem.

za odpovědi poděkovala
Kateřina Medová Šimková ■■■





foto Pixabay

Co může změnit fashion segment a jak se otevírají dveře materiálům budoucnosti

Svět módního průmyslu se znovu posouvá směrem k udržitelnosti a inovacím. Americký startup Galy pracuje na laboratorně pěstované bavlně. Tento krok by podle odborníků mohl představovat jednu z nejzásadnějších změn v produkci textilních materiálů za poslední desetiletí.

„Šetrné hospodaření s přírodními zdroji je v módním průmyslu možné – a platí to i napříč dalšími segmenty. Ať už cestou efektivnějšího využívání surovin ve stávajících procesech, nebo díky nástupu zcela nových technologií, které mění způsob, jakým materiály vznikají. Právě ty dnes otevírají cestu k udržitelnější budoucnosti módy,“ řekl Martin Kůs, CEO české módní značky Vuch.

Cotton 2.0: laboratoř místo pole

Tradiční bavlna je jedním z nejrozšířenějších přírodních vláken na světě. Zároveň však patří mezi nejvíce náročné na vodu, půdu a chemické vstupy. Startup Galy pracuje na technologii, která umožňuje produkci bavlny z rostlinných buněk v laboratorních podmínkách, bez nutnosti obrovských ploch polí či pesticidů. Tato „laboratorně pěstěná“ bavlna se vyrábí tak, že se vezmou buňky z rostliny a v bioreaktoru je odborníci stimulují k růstu vláken. Je to proces, který by mohl dramaticky snížit

spotřebu vody, emise skleníkových plynů i tlak na půdu oproti konvenčnímu zemědělství.

Poselství důležité pro módní odvětví

Textilní průmysl patří dlouhodobě k největším znečišťovatelům planety a tradiční pěstování

„Materiály nové generace, mezi něž patří i laboratorně pěstovaná bavlna, mohou výrazně snížit ekologickou stopu výroby, omezit závislost na klasickém zemědělství, stabilizovat dodavatelské řetězce a umožnit produkci materiálů po celý rok bez ohledu na klimatické výkyvy,“ sdělil Adam Rožánek, ředitel výroby a obchodu, spoluzakladatel Trenýrkárna.cz.

Styl a udržitelnost mění pravidla hry

Stejně jako materiály vyráběné z ananasových listů, hub, nebo dokonce skleníkových plynů ukazuje i bavlna z laboratoře, že móda se čím dál více stává průnikem designu, vědy a etiky. Značky, které dokážou tyto inovace včas uchopit, získávají významnou konkurenční výhodu a mohou v budoucnu udávat tempo celému odvětví. Nejde jen o ekologické gesto, ale o strategický krok, jak se podílet na nastavení nových standardů materiálů pro módní průmysl 21. století. Podobným směrem se dlouhodobě ubírají i některé české značky. „V našich kolekcích pracujeme s netradičními a alternativními materiály, včetně recyklovaných textilií či inovativních syntetických vláken s nižší ekologickou stopou, a aktivně sledujeme vývoj nových materiálových technologií. Právě otevřenost experimentům – ať už jde o laboratorně vyvíjenou bavlnu, nebo další

materiály budoucnosti – ukazuje, že udržitelná móda není jen doménou globálních gigantů, ale i značek, které chtějí spojovat design, funkčnost a odpovědný přístup k výrobě,“ dodal Martin Kůs z Vuch. (tz)



foto Kateřina Medová Šimková

vání bavlny je mimořádně náročné na spotřebu vody, půdy i chemických látek. I proto čelí módní značky rostoucímu tlaku, aby změnily zavedené výrobní postupy.

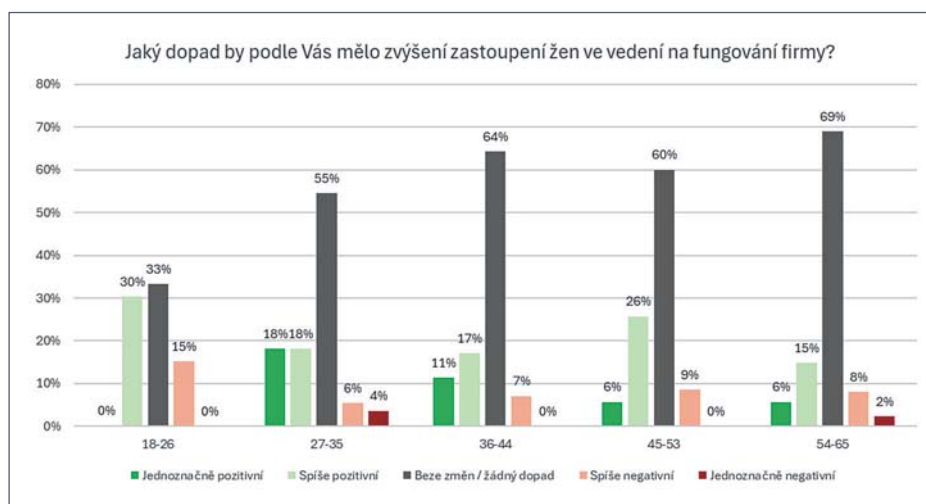
Obě strany se shodují: více žen ve vedení by firmám prospělo

Mezi lidmi do 35 let se 88 % respondentů domnívá, že vyšší zastoupení žen ve vedení by bylo pro fungování firmy přínosné. Ve věku 54–65 let tento názor sdílí pouze 21 % dotázaných. Dvě třetiny starších jsou navíc přesvědčeny, že vyšší zastoupení žen ve vedení by fungování firmy nijak neprospělo. Data naznačují, že vnímání rovnosti šancí se výrazně liší podle pohlaví i věku. Nejvýrazněji to vnímají ženy ve věku 27–35 let. Právě u kariérního postupu má zhruba každá pátá pocit, že musí vynaložit větší úsilí než muži a v případě odměňování se dvě ze tří žen cítí diskriminované. Závěry vyplývají z exkluzivního průzkumu společnosti Ipsos pro poradenskou skupinu Moore Czech Republic.

„Mladší generace vnímá pestřejší vedení jako standard a zajímá ji, zda firma jedná férově. Firmy, které dávají lidem stejné šance růst bez ohledu na pohlaví, mají výhodu – v náročnějších obdobích si snáz udrží talentované zaměstnance,“ řekla Marcela Hrdá, partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic.

V otázce rovnosti šancí na kariérní postup se názor mužů a žen výrazně rozchází. Že muži a ženy ve firmě nemají stejné příležitosti k postupu, to si myslí zhruba každá třetí žena. Zatímco mezi muži tento problém připouští jen přibližně každý osmý (12 %). U lidí do 35 let je navíc o férové rovnosti šancí přesvědčeno jen 40 % respondentů. „Pocit nerovnosti často pramení z neochoty firem nabídnout ženám s rodinami větší flexibilitu. A to i u kancelářských pozic, kde praktické překážky většinou nejsou. Pozitivní výjimkou se jeví společnosti v oblastech jako poradenství, účetnictví nebo daně. Je to hlavně o nastavení vedení,“ doplnila Lucie Hauk, Recruitment manažerka Moore Czech Republic.

Největší rozdíly se ukazují v oblasti odměňování. Zatímco 86 % mužských respondentů se přiklání k názoru, že rozdíly v odměňování v jejich firmě neexistují, u žen je tento podíl zhruba o třetinu nižší.



Dvě třetiny žen uvádějí, že nemají stejné příležitosti k férovému finančnímu ohodnocení; v případě mužů s tím souhlasí jen 14 %.

„Česko patří dlouhodobě k zemím s nejvyššími rozdíly v odměňování žen a mužů. V roce 2022 činil gender pay gap 18 % a byl třetí nejvyšší v EU. Firmy ale budou pod větším

tlakem toto řešit i kvůli novým reportovacím povinnostem jako je ESG. Tlak posílí i čer-
nový převod evropské směrnice o transparentnosti odměňování, kdy bude mzdové roz-
pětí potřeba komunikovat už u nábory a lidé
snáz zjistí, jak vypadá odměňování na srovnatelných pozicích,“ uzavřela Marcela Hrdá. (tz)

Český projekt Lokni nabízí zdravou vodu

Český projekt Lokni, zaměřený na filtraci pitné vody nejen ve veřejném prostoru, má za sebou další rekordní rok. Uživatelé z jeho filtračních stanic na pitnou vodu na univerzitách a nádražích provedli přes 3,5 miliónu odběrů, meziročně o 30 % více, a letos v březnu byl nainstalován 100. veřejný přístroj. Mobilní aplikaci, která čepování vody ze stanic umožňuje, si stáhlo již 170 000 uživatelů. Po úspěchu na univerzitách a ve veřejném prostoru se Lokni v roce 2025 rozšířilo také napříč mateřskými, základními a středními školami a má v plánu dále nabízet řešení i v dalších segmentech.

Rok 2025 byl pro Lokni rokem velkých změn. „Zjednodušili jsme tarify, výrazně zlevnili roční předplatné, a především jsme rozšířili naše řešení v různých podobách na spoustu nových míst. Podařilo se nám například také jako drink partner spolupracovat na několika významných konferencích,“ řekl Petr Kasa, který před rokem v projektu zaujal pozici výkonného ředitele a převzal strategické směřování společnosti.

„Lokni má obrovský potenciál stát se synonymem pro kvalitní zvládnání pitného režimu. Chceme být jedničkou na poli komplexního řešení filtrace a úpravy pitné vody nejen ve veřejném prostoru, ale i v kancelářích, ve školách, na eventech, v domácím prostředí a dalších segmentech,“ dodal Petr Kasa s tím, že všechny tyto cíle aktivně rozvíjí spolu se zakladatelem Martinem Václavíkem a celým týmem.



Projekt Lokni měl na konci roku 2025 v provozu celkem 99 filtračních stanic, z toho 16 ve veřejném prostoru a 83 na univerzitách napříč Českem. Veřejné stanice najdou lidé především na nádražích, ale nově třeba i na vrcholu Pradědu. Jen během roku 2025 přibýlo šest nových filtračních stanic a v březnu letošního roku přibyla jubilejní 100. stanice v severočeských Lovosicích. Její provoz bude zahájen po ukončení rekonstrukce nádraží. Mezi nejvytíženější lokality dlouhodobě patří pražská Kolej 17. listopadu a Univerzitní kampus Masarykovy univerzity v Brně.

Celkově uživatelé těchto veřejných stanic Lokni za rok 2025 ušetřili zhruba 200 tun plastu odpovídajícího osmi milionům PET lahví. Z toho vychází také 500 tun ušetřeného CO₂, který by jinak vznikl při výrobě a dopravě těchto lahví. Kromě omezení plastového odpadu přináší Lokni především kvalitní a zdravou nabídku pitného režimu a z vody odstraňuje nežádoucí chutě a zápach, mikroplasty, rezidua léků, pesticidy a veškeré další nečistoty větší než 0,2 mikronu.

Roční předplatné nyní vychází na symbolických 365 Kč, tedy přibližně 1 Kč denně za až tři litry kvalitní filtrované vody. Bezplatně s mobilní aplikací Lokni je možné načepovat si 0,5 litru. Zároveň si vodu lze natočit také jednorázově za symbolický poplatek bez aplikace s pomocí platební karty.

Po úspěchu na univerzitách a nádražích začalo Lokni v roce 2025 instalovat filtrační stanice také do mateřských, základních a středních škol. Reaguje tak na potřebu budovat zdravé a ekologické návyky dětí od útlého věku. Průměrná škola s Lokni ušetří ročně tisíce plastových lahví a stovky kilogramů plastového odpadu.

„Zavedení Lokni jednoznačně podpořilo naši snahu vést studenty k udržitelnému a zdravému životnímu stylu. Místo nošení těžkých PET lahví si teď většina žáků přináší svou vlastní opakovaně použitelnou lahev a vodu si jednoduše doplní během dne. Vidíme, že díky tomu klesá spotřeba balené vody i slazených nápojů, což vnímáme jako velký krok kupředu jak pro zdraví studentů, tak pro životní prostředí,“ potvrdil Daniel Nam, zástupce ředitele z Gymnázia Františka Křižíka a základní školy v Plzni, kde filtrační stanice Lokni funguje přes rok.

Lokni dnes nabízí komplexní program filtrace pitné vody pro domácnosti, kanceláře i konference. Kromě toho rozvíjí i segment domácích řešení, která zajišťují kvalitní, chutnou a bezpečnou vodu bez zbytečných plastových obalů. Součástí nabídky jsou nově také pokročilé filtry schopné odstranit tzv. věčné chemikálie (PFAS) nebo těžké kovy, přičemž v vodě zůstávají přirozené minerály. (tz)

Značka kvalitních českých výrobků a služeb



Chcete jednoduše a efektivně komunikovat zákazníkovi kvalitu svých produktů, odlišit se od konkurence a posílit marketing? Získejte značku nezávisle ověřené kvality CZECH MADE!

Značka CZECH MADE garantuje Vaším zákazníkům, že kvalita Vašich českých produktů:

- byla prověřena odbornou komisí během důkladného hodnocení kvality
- byla ověřena i v rámci hodnocení spokojenosti zákazníků
- dosahuje nadstandardní úrovně
- je pravidelně kontrolována

Značka CZECH MADE je součástí Národního programu Česká kvalita na podporu prodeje kvalitních výrobků a služeb, který značce garantuje vysokou objektivnost a věrohodnost.

Správcem značky CZECH MADE je Česká společnost pro jakost, která značce poskytuje stabilitu a zkušenosti z oboru. Máte-li zájem o více informací, obraťte se na nás.



**ČESKÁ
SPOLEČNOST
PRO JAKOST**

www.czechmade.cz
www.csq.cz

Telefon: 725 953 414, E-mail: smejkal@csq.cz

Senior Resort Hluboká funguje jako moderní komunitní bydlení s doprovodnými službami



Alena Reischlová

Co vás přivedlo k myšlence rezortů pro seniory? Přece jen je toto pojetí v ČR teprve na začátku...

Myšlenka vznikla z dlouhodobého sledování demografického vývoje i ze zkušeností ze zahraničí, kde je komunitní seniorské bydlení běžnou součástí trhu. V Česku jsme vnímali mezeru mezi klasickým domovem pro seniory a běžným bydlením bez podpory služeb. Cílem tedy bylo vytvořit prostředí, které seniorům umožní, aby zůstali co nejdéle aktivní a samostatní. A zároveň mohli žít v bezpečí vlastního domova.

Senior Resort Hluboká navazuje na první úspěšný projekt v Mladé Boleslavi. Co jste tentokrát udělali jinak?

Každý další projekt nás posouvá dál. V Hluboké jsme více pracovali s veřejným prostorem a komunitními zónami, a došlo i na rozšíření nabídky doprovodných služeb. Větší důraz jsme kladli na energetickou efektivitu a udržitelnost. A zohlednili jsme také zpětnou vazbu klientů z pilotního projektu – například větší variabilitu bytů nebo lepší propojení interiéru s okolní přírodou.

V mnoha zemích je dnes komunitní bydlení pro seniory standardem a poptávka rychle roste i v Česku. Vznikají tedy projekty jako Senior Resort Hluboká, které spojují moderní architekturu a příjemné prostředí s dostupnou zdravotní péčí. Přitom zde lidé neplatí nájem, ale investují do družstevního vlastnictví. Jaké výhody to podle Aleny Reischlové, členky obchodního týmu RH, přináší seniorům a jejich rodinám? A má tento způsob bydlení i další benefity?

Čím je dosaženo dlouhodobé udržitelnosti budov?

Udržitelnost je založená na kombinaci kvalitních materiálů, nových technologií a promyšleného provozu. Využíváme energeticky úsporná řešení, efektivní hospodaření s vodou i dlouhodobě servisovatelné stavební prvky. Důležitá je také flexibilita dispozic, aby bylo možné budovy přizpůsobovat měnícím se potřebám obyvatel.

Upřesnila byste, jak se tento způsob bydlení odlišuje od běžných domovů pro seniory?

Zásadní rozdíl je v míře samostatnosti. Klienti bydlí ve vlastních bytech a služby využívají podle potřeby, nikoli plošně. Rezort tak funguje spíše jako komunitní bydlení s podporou než jako institucionální zařízení. Důraz klade na aktivní životní styl, soukromí a přirozené sociální vazby.

Největším rozdílem je to, že si klienti vyberou byt dle svých preferencí a ten si postupně v rámci družstevního vlastnictví splácejí. Je rodinnou investicí a hodnotou, která v rodině zůstává a zhodnocuje se. V běžných domech pro seniory klient platí nájemné, byt není jeho

a je mu přiřazen dle volných kapacit. Navíc jej ve většině případů sdílí s jinou osobou.

Charakterizovala byste největší přidanou hodnotu, kterou zájemcům a jejich rodinám nabííte?

Tento koncept představuje harmonické spojení bezpečí, nezávislosti a jistoty dostupné péče. Obyvatelé si zachovávají plnohodnotný pocit domova i kontrolu nad vlastním životem, zatímco jejich rodiny mohou mít klid s vědomím, že potřebná pomoc je vždy na dosah. Důležitou roli zde sehrává také přirozeně vznikající komunita, která podporuje aktivní životní styl a účinně předchází sociální izolaci.

Klíčovou přidanou hodnotou jsou špičkové služby centra, které posouvají standard bydlení na novou úroveň. AI Clinic propojuje klasickou medicínu s telemedicínou a umožňuje rychlou i kontinuální péči. V případě potřeby zajišťuje LEDAX komplexní sociální podporu – od asistence v domácnosti přes zdravotní služby až po citlivou hospicovou péči. Specializovaná laboratoř GENLABS nabízí šetrné odběry, preventivní genetická vyšetření i individuální konzultace zaměřené na dlouhodobou vitalitu a kvalitu života.

Rezort zároveň skýtá široké spektrum pohybových a regeneračních aktivit – od jógy a zdravotního cvičení po individuální fyzioterapii. Moderní fitness zázemí, relaxační programy i komunitní setkávání pomáhají udržovat fyzickou i psychickou rovnováhu. Kulturní a vzdělávací programy, včetně inspirativních přednášek, aktivit Univerzity třetího věku či tematických večerů vytvářejí živé a podnětné prostředí podporující osobní rozvoj i sdílené zážitky. Komorní koncerty a společenská setkání dodávají místu jedinečnou atmosféru.

Každodenní komfort doplňuje široká nabídka praktických služeb – od kadeřnického salónu s manikúrou a pedikúrou až po výdejní box pro zásilky. Samozřejmostí je také parkování

Klíčovou přidanou hodnotou jsou špičkové služby centra, které posouvají standard bydlení na novou úroveň. AI Clinic propojuje klasickou medicínu s telemedicínou a umožňuje rychlou i kontinuální péči. V případě potřeby zajišťuje LEDAX komplexní sociální podporu – od asistence v domácnosti přes zdravotní služby až po citlivou hospicovou péči.



s dobíjecími stanicemi pro elektromobily, které podporuje udržitelný způsob dopravy.

Jakým způsobem spojujete družstevní bydlení se zdravotní péčí?

Družstevní model umožňuje dostupnější formu bydlení a zároveň vytváří stabilní komunitu. Zdravotní a sociální služby jsou navázány partnersky – přímo v areálu nebo prostřednictvím externích poskytovatelů. Klienti si tak mohou flexibilně zvolit rozsah péče, aniž by museli měnit bydlení.

V sociálních službách dlouhodobě chybí kvalifikovaní pracovníci. Daří se vám udržet stabilní tým?

LEDAX zajišťuje sociální služby centra s důrazem na profesionalitu, lidskost a celkovou kvalitu péče. Již od roku 2007 se věnuje seniorům, dlouhodobě nemocným i osobám se zdravotním postižením a pomáhá jim žít důstojný a naplněný život. Významnou předností

je menší, komunitně laděné prostředí rezortu, které umožňuje zaměstnancům vnímat skutečný smysl své práce a navazovat bližší, osobnější vztahy s klienty.

Největším rozdílem je to, že si klienti vyberou byt dle svých preferencí a ten si postupně v rámci družstevního vlastnictví splácejí. Je rodinnou investicí a hodnotou, která v rodině zůstává a zhodnocuje se.

Nakolik se v posledních letech požadavky lidí na seniorskou péči a bydlení změnily?

Dnešní senioři jsou aktivnější a mají vyšší očekávání. Více řeší podobu architektury, dostupnost služeb i technologické vybavení. Stále častěji chtějí bydlení, které připomíná moderní rezidenční projekt, nikoli zdravotnické zařízení. Hlavní prioritou je rozhodně

zachování soukromí, tedy bydlení ve vlastní jednotce.

Bude se trh se seniorským bydlením v nejbližších letech prudce vyvíjet?

Demografický vývoj naznačuje výrazný růst poptávky. A určitě očekáváme i větší diverzifikaci – od komunitních projektů přes nájemní bydlení s podporou až po specializovanou péči. Klíčová pak bude spolupráce soukromého a veřejného sektoru spojená s hledáním ekonomicky dostupných modelů.

Počítáte s výstavbou dalších center?

Další rozvoj určitě zvažujeme. Naším cílem je rozšiřovat koncept tam, kde dává dlouhodobě smysl a kde je silná lokální poptávka. Vedle nové výstavby se proto chceme soustředit i na inovace služeb, digitalizaci a propojování resortů s okolní komunitou.

ptala se Dana Halušková



Hotelová „AI recepční“ nyní zvládne vyřizovat i hovory



Český technologický startup Flae Robotics rozšířil svůj projekt BE-A o funkci Voice, která umožňuje plnohodnotnou hlasovou komunikaci s hotelovými hosty. „AI recepční“, která již v desítkách českých hotelů dokáže odbavit až 85 % rutinních požadavků hostů přes e-mail a WhatsApp, tak nově přebírá i telefonickou agendu. Funkce BE-A Voice je v plném provozu poprvé dostupná v hotelovém komplexu PEČR v Peci pod Sněžkou.

ky, čímž přispívá k udržení kvality servisu také u zahraniční klientely. V současnosti dokáže v českých hotelech vyřídit až 85 % běžných požadavků.

BE-A s hosty již běžně komunikuje psanou formou prostřednictvím e-mailu a WhatsAppu. S novou funkcí BE-A Voice se teď zaměřuje také na telefonický kontakt, který je pro komunikaci hotelů klíčový. I v rámci tohoto rozšíření pomůže „AI recepční“ s odbavením klasických požadavků, dokáže hostům rychle poradit, ověřit dostupnost či připravit rezervaci. Řeší tak nedostatečné kapacity zaměstnanců ve vytižených situacích během hlavní sezóny, v noci či v době příjezdů a odjezdů hostů, kdy není možné odbavit každý hovor okamžitě. Narozdíl od jiných platforem BE-A nevyužívá tlačítkové menu či skript, ale přirozeně reaguje na konkrétní potřeby hosta. Dokáže vyřídit proces rezervace i obvyklé požadavky na její změny a umí zodpovědět běžné dotazy týkající

cí se služeb, vybavení, příjezdu a odjezdu, parkování, tipů v okolí či například zařadit rezervaci v restauraci. V případech složitějších nebo nestandardních požadavků systém hosta automaticky přepojí na relevantního zaměstnance. „Od začátku jsme věděli, že nechceme nahrazovat lidi, ale chceme jim ulevit. BE-A přebírá rutinní úkoly, aby recepční měli čas na to, co je opravdu důležité – nejen osobní kontakt s hosty, ale i další klíčové činnosti v chodu hotelu. Telefon je pro hotely jedním ze stěžejních servisních kanálů, proto pro nás byl vývoj BE-A Voice dalším naprosto logickým krokem, který pomůže chod recepce výrazně zefektivnit,“ uvedl zakladatel Flae Robotics Filip Linek. Projekt BE-A je v současnosti nasazený v desítkách hotelů v Česku, mezi které patří například síť H&Hotels, Hotel Atlantis, Hotel Golf Praha, hotely skupiny Jan Hotels a další. Funkce BE-A Voice je v plném provozu k dispozici v hotelovém komplexu PEČR v Peci pod Sněžkou. (tz)

BE-A funguje jako operační systém recepce pro moderní hotely, který sjednocuje komunikaci s hosty a automatizuje rutinní úkoly. Slouží jako doplněk recepčních, kterým uvolňuje kapacity pro osobní kontakt s hosty a řešení nestandardních situací. BE-A je dostupná nonstop a komunikuje všemi světovými jazy-



Fejeton

Zahrada naruby

My zahrádkáři to máme složité. Nic se neodehrává v našem prostoru tak, jak bychom chtěli. Když prší, přejeme si, aby svítilo slunce. Když je sucho, zuříme, že neleje. Jediné, nač se můžeme spolehnout, je fakt, že plevel roste stále a vždy je chytřejší než my. Ani moje jarní zahrada se nepodobá ideálu. Není vyhrabáno, není zryto, není upraveno. Na podzim jsme to nestihli, v zimě vadil sníh a mráz. Co na tom, že jiné roky jsem měla připravené jahody už v únoru, čekaly na slunce v plné parádě. Tentokrát nám sice voní nádherné fialky a září narcisky, ale půda, která má být již bez bodláků, hroud a rozdělená na obdélníky nejrůznějších velikostí, teprve o svém novém kabátě sní. Zůstaly v ní tyčky od rajčat, hnůj tleje vedle bez užítka. Pampelišky a pýr se však mají k světu, ty nepotřebují žádnou péči. Svou vytrvalostí předčí jakoukoli snahu o kultivaci, vítězí vždy. Potkal mě onedlouhý soused a ptá se: Tak jak? Stíháte? Jak bych mohla, odsekla jsem, neb jsem v jeho očích četla špetku zlomyslnosti. On je totiž puntíkář a výjimka zvládá všechno. I to jedno v podvečer. Prý stačí chtít. Desítkami příkladů z praxe bych mu dokázala pravý opak. U nás se chce,

ale nejde to. Ať dělám, co dělám, zahrada je pořád jedna divočina. Čím víc se o všechno तो roští, stromky, keříky, záhonky starám, tím je u nás větší nepřehledno a zarostlo. Výsledky zkrátka nula.

A to plánuji, rozpočítávám, nastavuji priority. Zapisuji, abych na nic nezapomněla. Někde musí být chyba. Ale kde? Nic není tak, jak potřebuji já, ale jak chce neomylný čas a jeho spojenci. Řídí mé úspěchy i prohry. Těch druhých je víc. Nevzešla mi kadeřavá petrželka



foto Martin Šimek

a česnek už zasadit nestihnou. Nezvládla jsem v listopadu, spoléhat na duben je minus. Jinými slovy k ničemu. Na řadu by měly přijít brambory, na jejich pěstování přece nic není. Však se říkávalo: Čím hloupější sedlák, tím větší brambory. Nojo, já intelektuál, co bych chtěla. Brambory velikosti cvrnkacích kuliček musí stačit.

Pokouším se ošálit nástrahy osudu přemírou píle. Je mi to houby platné. Víc hnojím, víc kypřím. A nic. Čím víc okopávám, tím bujněji se mi plevel vysmívá. Zkouším rostlinkám předávat pozitivní energii, mluvím na ně, ukecávám je. Myslím si, že se mi odvděčí. Asi jsem naivní.

Tak zalévám, občas se na vše kolem sebe usměju, dodávám porostu kuráž konat dobré skutky, jako je konám já. A zase vedle. Po večerech si čtu v moudrých knihách plných návodů. Jedna radí to a ono, další doporučuje přesný opak. Třetí publikace mne navádí k radikálnímu řezu rybízů, čtvrtá to popírá. Jak na rozbujelé maliny, to taky nevím. Stříhala jsem je podle z generace na generaci děděných postupů u nás doma, teď jsem se dočetla, že je to úplně špatně. Pěstuji několik muchovníků, bobule jsou výtečné. Jak pečovat o ně? Prodejce sadby doporučuje nechat je růst a nezasahovat. Moudrý návod z internetu velí prostríhat, zkrátit bez ohledu na stud. Nebo švestky. Prý se jim úpravou větviček jen uškodí. Jenže soused stříhá a zastříhuje a má každý rok plné košíky. S chutí vysévám mangold. Dověděla jsem se, že je to mimořádně nutričně ceněná zelenina. Ale že se moc nedoporučuje konzumovat. Jsou to zkrátka záhady. Trendy zahradničení i doporučení, co jíst, se patrně mění. Měla bych pochopit a jít s dobou. Ale kam?

Eva Brixi

Více než 60 % žen se kvůli online trendům cítí méně dokonalých

Inspirace, nebo skrytý tlak na dokonalost? Sociální sítě dnes zásadně ovlivňují to, jak ženy vnímají samy sebe. Podle nového výzkumu se více než 60 % žen po sledování trendů zaměřených na „ideální“ životní styl cítí méně dokonalých. Odborníci doporučují tlak neustálého srovnávání zmírnit návratem k jednoduchým a dlouhodobě udržitelným návykům.

Srovnávání je přirozenou součástí lidské psychologie. Pomáhá nám orientovat se v sociálním prostředí a vyhodnocovat vlastní pozici. Problém však nastává ve chvíli, kdy se dlouhodobě porovnáváme s obrazy, které nereprezentují běžnou realitu. Na sociálních sítích většíinou nevidíme každodennost, ale vybraný moment, upravený úhel pohledu, a často i digitálně upravený vzhled. Psychologové hovoří o tzv. porovnávání směrem nahoru, tedy o tendenci srovnávat se s těmi, které vnímáme jako úspěšnější či dokonalejší. Zatímco krátkodobě může srovnání působit motivačně, dlouhodobě vede k pocitům nedostatečnosti. Typickým příkladem je trend známý pod hashtagem #ThatGirl, který prezentuje ideál dokonale zvládnuté ranní rutiny, bezchybného vzhledu, zdravého životního stylu a klidné mysli. Podle nového výzkumu se však více než 62 % žen při sledování tohoto typu obsahu cítí méně dokonalé. Ne proto, že by s tvůrkyněmi chtěly soutěžit, ale proto, že podobné obrazy postupně nastavují nový, obtížně dosažitelný standard. „Náš mozek není evolučně připraven na to, aby byl každý den vystaven nejlepším verzím stovek lidí. V minulosti jsme se srovnávali s omezeným počtem lidí z našeho okolí. Dnes jsme konfrontováni s globální dokonalostí, která působí jako norma,“ vysvětlila psycholožka Lucie Kolaříková. Podle ní může neustálé zaměřování pozornosti ven vést k postupnému odpojení od vlastních potřeb a tělesných signálů.

Významnou roli hrají také digitální filtry, které vyhlazují pleť, mění proporce obličeje či upravují postavu. Odborné studie poukazují na to, že časté vystavení takto upravenému obsahu zvyšuje míru akceptace estetických zásahů a posouvá hranici toho, co považujeme za běžný vzhled. „Nejde o přímý tlak ke změnám, ale o postupnou normalizaci upravené reality, která může zkreslovat vlastní sebehodnocení,“ upřesnily psycholožka.



foto Pixabay

Dalším faktorem ovlivňujícím sebevnímání je způsob užívání sociálních sítí. Výzkum čínských odborníků upozornil na rozdíl mezi pasivním a aktivním užíváním digitálních platform. Zatímco pasivní scrollování obsahu souvisí s vyššími pocity nedostatečnosti, aktivní zapojení – například tvorba vlastního obsahu či komunikace – tento efekt nevykazuje. Podle odborníků lze tlak z neustálého srovnávání zmírnit návratem k jednoduchým a dlouhodobě udržitelným návykům. „Namísto rychlých a radikálních řešení je dobré se soustředit na pravidelnou, vědomou, přirozenou péči o sebe, která není postavena na výkonu, ale na respektu k individuálním potřebám. Vědomá péče o pleť může být každo-

denním momentem zpomalení. Nejde o dokonalost ani o okamžitý efekt, ale o dlouhodobý vztah k sobě samé,“ řekla Michaela Gorčíková, specialista na vývoj produktů ze společnosti deNatura.cz, která se zaměřuje na vývoj funkční přírodní kosmetiky a doplňků stravy.

Experti se shodují, že malé, opakovatelné rituály – ať už jde o pravidelný spánek, vyváženou stravu, nebo jednoduchou večerní péči o pleť – pomáhají stabilizovat vnímání sebe sama a vracet pozornost zpět k vlastnímu tělu. „V prostředí, které neustále vybízí k porovnávání a dohánění ideálů, tak mohou představovat nenápadnou, ale účinnou protiváhu,“ dodala Michaela Gorčíková. (tz)

Lepší důchod na pár kliknutí?

Investujte jednoduše
s Portu.

Důvěřuje nám

300 000

investorů

